

## **Odontoiatria oggi: comunicazione web ed etica**

### **M. Mazzocco**

Nella comunicazione moderna è importante raccontare la propria esperienza.

La prima volta che sentii parlare della Accademia Lancisiana fu all'epoca del liceo, quando mio padre presentò qui una metodica nuova di implantologia nell'epoca in cui l'implantologia iniziava i primi passi in Italia. Dopo tanti anni mi avvicinai all'Accademia nel momento in cui veniva realizzato il progetto entusiasmante di digitalizzazione ad alta definizione delle cinquecentine promosso dal prof, Michelino de' Medici, a cui il Rotary conferì il premio Ruota d'Oro 2010 per la cultura.

Vediamo come nasce il mio interesse per la comunicazione.

Dopo la laurea in Medicina, mi dedicai alla neurologia spinto soprattutto dalla passione per le neuro-scienze. La forte tradizione familiare ebbe il sopravvento e mi dedicai alla Odontoiatria con un forte interesse per la gnatologia, una disciplina affine alle neuroscienze, che studia il funzionamento dell'organo della masticazione, in rapporto con tutto l'apparato muscolo scheletrico.

Negli anni '90, mi interessai a un sistema informatico che studiava la cinematica mandibolare e l'attività dei muscoli cranici (ancora oggi esistono questi applicativi); grazie all'uso del computer, venni a conoscenza della rivoluzione che imperversava negli Stati Uniti (il mondo internet) e mi collegai alla grande rete. Ricordo ancora l'entusiasmo con cui digitai sul motore di ricerca la parola che più mi interessava: "gnatologia". La risposta fu sorprendente: trovai un mio articolo sui tracciati masticatori già pubblicato su rivista. Si trattò di una forte emozione: mi resi conto che c'era una naturale affinità tra la mia struttura mentale e internet, e quindi mi dedicai con entusiasmo al web, immaginando che di lì a poco il web avrebbe spopolato: non fu precisamente così. Pensai che avrei potuto pubblicare i miei articoli in maniera libera e ordinata ma scoprii presto che la divulgazione scientifica del web aveva regole che non avevano nulla a che vedere con le riviste cartacee.

Inizio così un'avventura che dura ancora oggi. Vediamo i numeri.

Negli ultimi 5 anni l'accesso alla grande rete è più che triplicato, nel mondo, da 1 miliardo a 3,2 miliardi di utenti, quindi oggi metà della popolazione mondiale è connessa. Il mondo digitale ha trasformato la nostra vita negli ultimi anni e c'è stata, grazie al web, una eccezionale accelerazione del trasferimento delle conoscenze e una radicale trasformazione dei paradigmi spazio-temporali. Quindi tutto ciò che accadeva negli anni, oggi impiega giorni. Ciò ha disorientato molti e ha influito anche nel campo medico e dentale.

Internet e salute costituiscono un binomio non semplice da gestire.

Attualmente la maggior parte della popolazione si rivolge a internet per problemi di salute. Certo la mole di dati a disposizione è enorme. D'altronde anche il mondo reale sta conoscendo cambiamenti epocali: gli odontoiatri nella gestione dei loro studi devono fare i conti con i cambiamenti repentini della società, e d'altra parte catene dentali dirette da manager stanno trasformando velocemente il panorama del mondo dentale, non sempre per il meglio.

Nel 2015 sono state censite in Italia 482 catene odontoiatriche. Non resta agli studi professionali diretti da professionisti odontoiatri, che trasformarsi in profondi conoscitori di comunicazione e di gestione manageriale degli studi. Questo è l'unico modo per ridurre il gap con le catene low cost gestite da manager puri molto più attenti alla qualità percepita che a quella reale.

Consapevoli delle opportunità che si aprono con la comunicazione web, abbiamo elaborato un progetto che presentiamo in anteprima: il Progetto dentista.it, trasferimento delle conoscenze tra la filiera del dentale: pazienti, professionisti e aziende dentali.

Nel mondo attuale, i pazienti sono i fruitori finali sia di conoscenze che di prestazioni; rappresentano, per il mondo dentale, la parte più importante: fino a 15 anni fa si trattava di un elemento passivo, oggi il paziente è protagonista delle scelte che riguardano la sua bocca, cerca di capire chi sia in grado di risolvere il suo problema, cerca la qualità al minimo costo. Quindi il paziente moderno fa riferimento al professionista che sa comunicare e rendere semplici gli argomenti più complicati.

Perciò gli odontoiatri si stanno trasformando in comunicatori, per farsi conoscere al grande pubblico. In più devono trasformarsi da conoscitori della scienza medica a imprenditori per dirigere e gestire un'attività ben funzionante.

In ultimo abbiamo le aziende dentali anch'esse interessate a presentare efficacemente prodotti innovativi da immettere sul mercato. Le innovazioni trovano sul web un percorso naturale e privilegiato, molto veloce ed efficace. Ma anche le aziende devono curare la ricerca e lo sviluppo con professionisti dinamici e aperti alla comunicazione nella grande rete.

L'odontoiatra moderno, assieme alle aziende dentali, deve imparare a conoscere le logiche del web, il linguaggio, la semantica e la possibilità di rivolgersi contemporaneamente ad un pubblico eterogeneo, e a poter sfruttare appieno le potenzialità di internet (blog, social, portali e piattaforme).

Interattività tra pazienti e mondo dentale.

Internet consente una forte interattività come la consulenza on line qualificata con il paziente che trasmette immagini della bocca e file di ortopanoramica digitale. Assieme a note cliniche scritte, questi dati permettono di dare un parere preliminare da parte di

professionisti esperti che potranno richiedere approfondimenti sia diagnostici che un colloquio con appuntamento telefonico.

#### Caratteristiche del web per gestire l'informazione

- 1 Tempi di reazione vicini allo zero
- 2 Possibilità di segmentare il destinatario (in base a specifici interessi) e geo localizzarlo
- 3 Dispositivi hardware in trasformazione (dispositivi mobili sempre più semplici ed efficaci)
- 4 Comunicazione multicanale (video, streaming, 3D, vocale, app)
- 5 Si possono raggiungere diverse tipologie di pubblico in contemporanea (in blog diversi)
- 6 Indagine in tempo reale dell'efficacia della comunicazione (si rettifica il messaggio strada facendo)
- 7 L'interattività (consulenza on line e test clinici)

#### Conclusioni

Data l'estrema volatilità del messaggio web abbiamo pensato di inserire nel titolo del simposio il termine etica poiché un servizio pubblico di informazione sanitaria sulla grande rete, non può prescindere dal bene del paziente.

Dr Mauro Mazzocco  
Odontostomatologo, Responsabile del portale dentista.it.

Per la corrispondenza: mazzocco@dentista.it