

COMUNICATO STAMPA

CANCRO E MEDIA: LE SFIDE PER IL GIORNALISMO

Primo corso UNAMSI IEO in occasione del centenario della nascita del fondatore IEO, Umberto Veronesi. Cambia lo scenario dell'oncologia: aumentano i casi fra i più giovani; prevenzione e screening sono le strategie di sicura efficacia per ridurre il crescente impatto umano, sociale ed economico della malattia. Occorre sensibilizzare tutta la società verso questi temi. Per questo i social sono uno strumento fondamentale.

Milano, 11 aprile - **"Il 4,3% delle morti per cancro in Europa riguarda i giovani adulti tra i 20 e i 49 anni e in Italia, dove si stimano 390.000 nuove diagnosi ogni anno, per tutte le età si prevede un aumento medio dei nuovi casi dell'1,3% nei maschi e del 0,6 % nelle donne.** Il cancro è un problema globale e per controllarlo è necessario un impegno coordinato e sinergico di tutte le forze sociali, fra cui prioritariamente i media".

Questo è il messaggio conclusivo del Corso per Giornalisti *"Cancro e Media: le sfide per il Giornalismo"* (Milano, Sala Stampa Nazionale, 9 Aprile) promosso dall'Istituto Europeo di Oncologia (IEO) e dall'Unione Nazionale Medico Scientifica di informazione (UNAMSI), per la prima volta in partnership in occasione dei cento anni dalla nascita del fondatore dello IEO, Umberto Veronesi. Sono intervenuti, dopo il saluto del **Presidente Unamsi, Nicola Miglino, Ferruccio De Bortoli, editorialista del Corriere delle Sera e Presidente Vidas, Roberto Orecchia, Direttore Scientifico IEO, Beatrice Mautino, podcaster e divulgatrice scientifica, Cinzia Testa, giornalista e Presidente della Sala Stampa Nazionale di Milano.**

"Siamo abituati a pensare al ruolo del giornalismo nella diffusione delle scoperte scientifiche e l'annuncio di nuove terapie. In realtà i media in oncologia potrebbero e dovrebbero dare un contributo forte alla prevenzione e alla diagnosi precoce, che sono le due strategie di lotta al cancro immediatamente attuabili, valide per tutti e di provata efficacia. Un aumento della consapevolezza dei rischi e il conseguente abbandono di tabacco, alcol, sedentarietà e obesità, potrebbe da solo **ridurre fino al 50% l'incidenza di tumori** e un risultato analogo sulla riduzione di mortalità si otterrebbe con la consapevolezza dell'importanza della diagnosi precoce e l'adesione agli screening. In Italia siamo ancora ben lontani dall'obiettivo europeo di una **copertura con programmi di screening del 90% della popolazione.** Solo nello **screening mammografico siamo migliorati rispetto al 2018, passando dal 46% al 55%. Ma per il colon retto siamo addirittura minimamente regrediti, passando dal 35% al 34%, mentre per l'HPV test e pap test siamo passati dal 35% al 41%.** Il giornalismo ha dunque la funzione strategica di sensibilizzare la popolazione sana e, viste le tendenze sempre più evidenti di aumento dei casi in età precoci, di coinvolgere anche i più giovani" ha spiegato il **Professor Orecchia.**

In questa prospettiva, i social diventano imprescindibili considerando che, come ha sottolineato Beatrice Mautino, gli italiani spendono in **media 5 ore e 39 minuti on line e una percentuale che supera il 71% utilizza il web per cercare informazioni. Tuttavia solo una frazione fra l'1 e il 3 % del tempo online è dedicato ai siti: tutto il resto è per i social.**

"Il giornalismo non deve sentirsi sovrachiato dal potere dei social. Anzi, il suo ruolo è rafforzato perché i media tradizionali, tv, giornali e radio, sono quelli che determinano se una notizia, anche se nata sui social, diventa virale. Resta aperto il dibattito su quanto un'informazione può essere allo stesso tempo corretta, efficace, giusta e virale. Per questo è necessario un gioco di squadra fra le forze in campo, primi fra tutti oncologi, ricercatori e giornalisti" aggiunge **Orecchia.**

"In un mondo dove l'informazione corre velocissima, i giornalisti, quando si occupano di salute e, in particolare, di cancro, hanno la necessità, da una parte, di seguire con attenzione l'evoluzione della ricerca biomedica, sempre più complessa da raccontare e, dall'altra, di non perdere mai di vista la cura delle parole da utilizzare con un pubblico inevitabilmente in situazione di fragilità. Dobbiamo studiare, sia sul fronte scientifico che su quello del linguaggio e utilizzare anche canali potenti come i social per diffondere informazioni preziose e utili: un paziente bene informato è una risorsa per sé e per tutta la comunità" conclude Nicola Miglino.

Ufficio Stampa IEO

Donata Francese: donata.francese@dfpress.it - 3356150331