

Se non esistono due pazienti uguali perché curarli allo stesso modo?

Umanizzare le cure sanitarie significa concentrarsi sul paziente che sta dietro alla malattia e sull'uomo che sta dietro al paziente, conoscerne bisogni e aspettative nel tentativo di soddisfarli.

Per garantire una prestazione sanitaria eccellente, quindi, non è sufficiente investire in tecnologia. Perché il rischio è quello di essere percepiti come efficienti, ma poco umani. Occorre concentrarsi di più sulla qualità percepita e sui servizi dedicati agli utenti, per trasmettere l'immagine di una struttura che non si limita a curare le persone, ma se ne prende cura.

Il Progetto **Human Care** di **Ismett** individua quattro aree d'indagine: Accoglienza, Trasparenza, Personalizzazione, Comunicazione. Per ciascuna dimensione sono indicate le aree d'intervento, evidenziati gli aspetti positivi e le possibili azioni di miglioramento.

La personalizzazione del servizio e la comunicazione sono gli aspetti dell'assistenza sui quali concentrarsi di più per migliorare la qualità percepita. Sono tante le azioni proposte: si va dai laboratori di socializzazione ai cineforum e alle tavole rotonde di discussione e approfondimento sulla malattia; dall'"Ospedabolario", un piccolo dizionario medico con cui spiegare in modo semplice i termini più usati in ospedale, al servizio "Saluti da casa", per videochiamare i parenti che vivono fuori città. Si tratta di interventi semplici e poco onerosi, ma che rendono la permanenza in ospedale più piacevole e ricca di stimoli. Interventi che contribuiscono ad accrescere il livello di *empowerment* del paziente e a migliorare il clima di benessere generale all'interno dell'ospedale.

Affinché un progetto come questo abbia successo è importante il contributo di ciascun operatore (amministrativo, socio sanitario, infermieristico, medico, ecc.). Ogni singolo contatto con l'utente è, infatti, ciò che viene definito il "momento della verità": una risposta sgarbata o una spiegazione medica poco empatica rischiano di vanificare tutto il processo. A poco servono le promesse e la comunicazione aziendale se queste aspettative vengono disattese. Occorre, quindi, motivare e formare tutto il personale alla cultura dell'umanizzazione. Per farlo Human Care propone di rafforzare la comunicazione tra il livello manageriale e quello

operativo e tra il personale e gli utenti attraverso la distribuzione di una newsletter mensile e di un magazine trimestrale rivolto agli utenti. L'introduzione del concorso "Infermiere dell'anno", poi, punta a migliorare la relazione operatore-paziente e a rinnovare la motivazione e la consapevolezza del proprio ruolo.

L'obiettivo più ambizioso di questo progetto è quello di realizzare una rete di strutture sanitarie orientate all'Umanizzazione, riconoscibile attraverso un logo appositamente creato, in cui, da capofila, Ismett si impegna a trasferire il proprio *know how* attraverso azioni di tutoraggio e assistenza a distanza (e-mail, networking, video conferenze), visite guidate in ospedale e *workshop* da organizzare all'interno degli ospedali.