

Controllare la **glicemia**
aiuta a controllare il **peso**.

LibraMed Kit

Con una confezione LibraMed compresse (per 23 giorni di trattamento),
il libretto illustrativo "Conosci il tuo corpo, scegli il tuo cibo"
e il glucometro per misurare la glicemia.



OFFERTA
SPECIALE
€ 54,80
ANZICHÈ € 108

NOVITÀ

PER DIFFONDERE IL METODO

Oltre al kit, puoi proporre il metodo alimentare con tutti i prodotti della linea **LibraMed, Adiprox e Lynfase**: avrai a disposizione ulteriori glucometri e libretti guida al metodo.

IL MARKETING MIX DELL'OPERAZIONE 2019

- Webinar live dedicati ai consumatori
- Tutorial di formazione professionale
- Merchandising dedicato
- Tour "La Buona Salute" con il dottor Rossi
- Promozione "Trattamento Metabolico"

SONO DISPOSITIVI MEDICI **CE** 0373

SONO DISPOSITIVI MEDICI E DISPOSITIVI DIAGNOSTICI IN VITRO **CE**

Leggere attentamente le avvertenze e le istruzioni per l'uso.

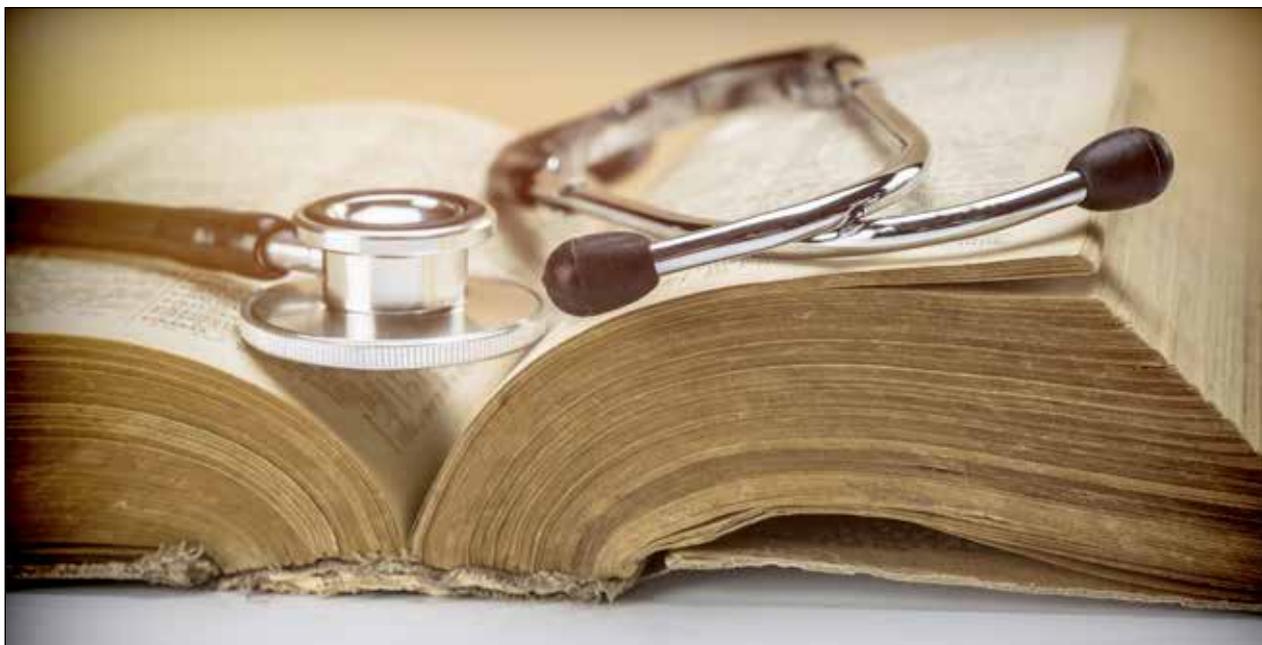
PER SCOPRIRE TUTTI I DETTAGLI DELL'OPERAZIONE
CONTATTA L'AGENTE DI ZONA O L'UFFICIO COMMERCIALE
(frontoffice@aboca.it - 0575/746316)

Aboca S.p.A. Società Agricola - Loc. Aboca, 20 - 52037 Sansepolcro (AR)
www.aboca.com

MATERIALE AD ESCLUSIVO USO PROFESSIONALE

Aboca
Innovazione per la salute

FONTI AUTOREVOLI



di **Alessandro Fornaro**,
giornalista e farmacista

I CANALI DI COMUNICAZIONE WEB STANNO DIVENTANDO SEMPRE PIÙ IMPORTANTI PER LE FARMACIE. ALLA NECESSITÀ DI DIFFERENZIARSI E DI FARE CONOSCERE LE PROPRIE

SPECIALIZZAZIONI E I PROPRI SERVIZI, SI AFFIANCA IL BISOGNO DA PARTE DEL PUBBLICO DI RICEVERE INFORMAZIONI RIGUARDANTI LA SALUTE CHE SIANO CREDIBILI, AFFIDABILI E UTILI

La letteratura scientifica deve rappresentare la guida del farmacista nella sua professione e la fonte per una comunicazione social autorevole e credibile

In rete, la fake news e le informazioni tendenziose spopolano e, se il farmacista riuscisse a ricavarsi uno spazio di comunicazione adeguato, potrebbe davvero rappresentare un riferimento per molti utenti in cerca di fonti affidabili dalle quali attingere conoscenza e informazioni. Ma quali possono essere le fonti dalle quali il farmacista può attingere per la preparazione dei contenuti che poi andrà a condividere in rete con il proprio pubblico? Può bastare selezionare le notizie più credibili dai media generalisti e trasferirle nei propri social?

Di certo, condividere link interessanti e articoli presi da fonti autorevoli è utile. Ma questo non basta. Anche perchè c'è molta confusione, oggi, su chi possa essere considerato una fonte autorevole. Di certo, non lo sono quella miriade di blog sulla salute che scopiazzano articoli l'uno dall'altro e rispetto ai quali non si comprende davvero chi sia stato il primo a scrivere il pezzo. Meglio quando si condividono notizie prese da testate giornalistiche conosciute. Ma anche in questo caso, mi chiedo se condividere una notizia pubblicata da un quotidiano, per quanto conosciuto, che parli di salute o di medicina possa essere per il farmacista e per la farmacia un atteggiamento corretto.

Credo, invece, che la vera fonte che il farmacista, persona di scienza, debba avere come riferimento sia la letteratura scientifica. Il farmacista che intende comunicare con efficacia nel web deve avvalersi di questa fonte e deve diventare colui che seleziona, verifica, valuta la produzione del mondo accademico e istituzionale per poi tradurla in un linguaggio che vada a soddisfare il bisogno di informazioni del proprio pubblico di riferimento.

Dietro ad ogni notizia seria sulla salute, sul benessere o sulla medicina, deve esserci una nuova evidenza scientifica o una dichiarazione di un ente o una persona autorevole. Solo verificando la fonte alla sua origine si potrà essere certi di non incorrere in false interpretazioni. Ecco allora che una visita a PubMed andrebbe fatta con una certa frequenza, almeno prima di pubblicare sui social notizie o commenti.

Attenzione però: non tutto quello che è pubblicazione scientifica è automaticamente credibile, corretto, attendibile.

C'è un detto tra i ricercatori che suona più o meno così: "Abbi fiducia, perchè, prima o poi, ogni lavoro, anche il peggiore, verrà pubblicato". Accanto alle riviste più autorevoli, come Jama, BMJ, Nature e molte altre, vi sono riviste via via meno importanti, fino ad arrivare al nuovo fenomeno dei cosiddetti "predatory journals", ovvero riviste open source che si spacciano per scientifiche ma che sono prive dei minimi criteri di review interni e hanno l'unico scopo di ottenere da parte di chi è in cerca di pubblicare il proprio lavoro qualche migliaia di euro per accontentare le sue richieste. E' un gioco nel quale, in apparenza, tutti guadagnano: la rivista si arricchisce, gli autori pubblicano, le citazioni aumentano, e via dicendo. Chi ci perde è, come sempre, il cittadino, al quale vengono spacciate per scientifiche argomentazioni che non lo sono affatto. E allora chi deve vigilare? Ma soprattutto, chi deve filtrare le notizie che meritano di essere trasmesse al pubblico e quelle prive di ogni fondamento scientifico? Di certo, il farmacista social può ritagliarsi un importante ruolo in questo ambito, a favore della propria credibilità di comunicatore e nell'interesse dei cittadini.