

GESTIONE DI UN'EMERGENZA A FORTE IMPATTO MEDIATICO

M.I. ROSSELLO

Centro regionale di Chirurgia della mano - Ospedale S. Paolo, Savona

SESSIONE 5: ASPETTI ORGANIZZATIVI DELL'URGENZA EMERGENZA

Ore 13 di una domenica di febbraio: l'autore riceve una telefonata dal Trauma center dell'Ospedale S. Corona di Pietra Ligure, nel quale il Centro regionale di Chirurgia della mano da lui diretto è inserito per la gestione dell'emergenza-urgenza nella traumatologia della mano, con la quale si avvisa dell'imminente arrivo in Pronto soccorso, via elicottero, di un paziente con una gravissima lesione dell'arto superiore con amputazione pressoché totale e "maciullamento" a livello dell'avambraccio destro. Nulla di diverso da molti altri casi analoghi incontrati in carriera, e fin qui, quindi, un problema apparentemente da affrontare con le ormai consolidate procedure collegate all'emergenza; la differenza emerge però prepotentemente poco dopo, dal momento che il paziente in questione è un famosissimo e apprezzatissimo pilota di Formula 1 coinvolto in un gravissimo incidente nel corso di una gara di rally. È immediatamente chiaro che oltre alle consuete procedure, in questo caso, è indispensabile affrontare e organizzare problematiche aggiuntive, legate all'impatto mediatico che il coinvolgi-

mento di uno sportivo così noto, con fenomeni collaterali non immediatamente evidenti ma che richiedono immediate misure.

L'autore presenta la sua esperienza nella gestione di tali problematiche, considerando i vari aspetti organizzativi collegati alla gestione del rapporto con i media, con il team, i manager, i colleghi coinvolti o interessati al caso, dei tentativi di inserimento nel percorso di cura da parte di altre figure sanitarie non appartenenti all'equipe dell'Ospedale per palese tentativo di sfruttamento "pubblicitario" dell'evento.

Questi provvedimenti si sono rivelati essenziali in primo luogo per la tutela del paziente, che in questi casi rischia di venire travolto da una serie di proposte fantasiose la cui unica motivazione da parte di chi le propone è la pretesa di guadagnare uno spazio pubblicitario, e in secondo luogo per evitare il diffondersi di notizie imprecise con relative ripercussioni negative nella futura vita professionale del paziente.