

INDICE

PRESENTAZIONE	IX
<i>Roberta Siliquini</i>	
PREFAZIONE	XI
<i>Parte prima</i>	
PROMUOVERE SALUTE: I PRINCIPI	
INTRODUZIONE ALLA PARTE PRIMA	3
1 • GUADAGNARE SALUTE: L'ORIZZONTE TEORICO SI AMPLIA	11
1.1 Disuguaglianze negli esiti di salute	12
1.2 Un concetto di salute che si evolve: dai fattori di rischio alle risorse utili	15
1.3 Un approccio centrato sugli assets	22
1.4 «Effetto Roseto»: capitale sociale e salute	25
1.5 Comportamenti a rischio e pratiche sociali	32
1.6 Promuovere salute: l'inadeguatezza delle definizioni	40
2 • UNA POLITICA PER LA SALUTE: IL «CICLO DI LAVORO»	55
2.1 La salute in tutte le politiche	56
2.2 Influenzare il processo politico: il «ciclo di lavoro»	60
2.3 I professionisti della sanità pubblica e la costruzione dell'«agenda»	65
2.3.a Analisi della realtà	66
2.3.b Analisi dei problemi identificati	71
2.4 Discutere efficacia e definire azioni di contrasto	76

2.5 Valutazione e processi decisionali	81
2.5.a Una valutazione appropriata	82
2.5.b Dalla previsione alla prefigurazione	85
2.6 Il processo di <i>Health Impact Assessment</i>	91
2.7 Scheda. Precede-Proceed: un modello di progettazione	98

Parte seconda

PROMUOVERE SALUTE: LE AZIONI STRATEGICHE

INTRODUZIONE ALLA PARTE SECONDA	105
3 • LA MOBILITAZIONE SOCIALE	111
3.1 Modalità di conduzione degli interventi	112
3.2 La partecipazione deliberativa: mettere il cittadino al centro	127
3.3 Strumenti per cercare insieme il futuro: tra <i>Open Space Technology</i> e <i>Future Search Conference</i>	134
4 • EDUCARE ALLA SALUTE	145
4.1 L'informazione: quale impatto sulla salute?	146
4.2 Sviluppare capacità: semplice strumento per raggiungere obiettivi di salute?	155
4.3 Progettare il cambiamento di un comportamento dannoso alla salute	163
4.4 <i>Health Literacy</i> : da fattore di rischio individuale a risorsa per la comunità	175
5 • TO ADVOCATE: SOSTENERE LE COMUNITÀ	191
5.1 Alleanze per la salute: quale contratto di associazione?	192
5.2 Il marketing sociale come strategia di <i>policy making</i>	197
5.3 Il piano di marketing: dall'analisi alla definizione delle 5 «P»	201
5.3.a <i>Price</i> e <i>Place</i>	204
5.3.b <i>Partner</i>	206
5.3.c <i>Product</i> e <i>Promotion</i>	209

Parte terza

LA SFIDA DELLA SOSTENIBILITÀ

IL COLLASSO DELLA CIVILTÀ OCCIDENTALE: UNO SGUARDO DAL FUTURO	217
INTRODUZIONE ALLA PARTE TERZA	219

6 • SALUTE UMANA E SISTEMA ECOLOGICO	223
6.1 Un sistema caratterizzato dalle transizioni	224
6.2 Transizione tra due «pensieri» economici	236
6.3 Transizione culturale	242
6.3.a Rischio e modernità	245
6.3.b La cultura moderna fa male alla salute?	249
6.3.c La migrazione come scontro fra culture	252
6.4 Solo crisi o anche opportunità?	257
6.5 La sanità pubblica in un mondo che cambia	262