

Universitatea Babeș Bolyai, Cluj-Napoca
Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării
Școala Doctorală de Comunicare, Relații Publice și Publicitate

TEZĂ DE DOCTORAT

*Comunicarea în sănătate și angajamentul comunității
în prevenirea cancerului de col uterin*

Rezumat

Conducător științific:

Prof. Univ. Dr. Habil. Ioan Hosu

Student doctorand:

Andreea Itu (Damian)

Cluj-Napoca

2025

Cuprins

1	Rezumat.....	3
2	Capitolul 1 – Introducere.....	4
3	Capitolul 2 – Cadru teoretic	5
4	Capitolul 3 – Cercetări, studii, rezultate.....	7
5	Capitolul 4 – Concluzii și recomandări.....	9

1 Rezumat

Comunicarea în sănătate și angajamentul comunității se dovedesc a fi pârgii esențiale în prevenirea cancerului de col uterin, una dintre problemele majore de sănătate publică la nivel global. Pe fondul incidenței și mortalității îngrijorător de crescute din România, lucrarea evidențiază modul în care strategiile de comunicare și implicarea comunității pot influența percepțiile, atitudinile și comportamentele femeilor față de programele de screening și vaccinare împotriva HPV.

Cercetarea realizată în cadrul studiilor doctorale reunește mai multe analize bazate pe metodologii mixte (calitative și cantitative), menite să surprindă complexitatea factorilor care determină participarea femeilor la programele de prevenire. Abordarea din perspective diferite oferă o înțelegere mai profundă a motivelor, barierelor și contextului socio-cultural care influențează implicarea în astfel de inițiative.

Pornind de la o revizuire a literaturii de specialitate, prezenta teză analizează concepte teoretice fundamentale în comunicarea în sănătate și evidențiază relevanța lor pentru creșterea adresabilității la testare. Studiile empirice incluse surprind nu doar barierele cognitive și emoționale (teama, rușinea, stigmatizarea, lipsa încrederii în sistemul medical), ci și obstacolele socio-economice, geografice și culturale care pot bloca accesul la serviciile de prevenire. În plus, se subliniază rolul angajamentului comunitar, de la lideri locali, religioși și mediatori sanitari, până la grupuri informale de sprijin, în diseminarea informațiilor și reducerea reticenței.

Rezultatele indică faptul că strategii de comunicare adaptate cultural și parteneriatele durabile între instituții medicale, autorități publice și comunitate pot determina o creștere semnificativă a participării la programele de screening și vaccinare. În final, teza oferă și susține recomandări practice privind proiectarea campaniilor de informare și implicarea factorilor comunitari, contribuind astfel la conturarea unor politici de sănătate publică mai eficiente și la reducerea disparităților care perpetuează povara cancerului de col uterin.

Lucrarea de față este structurată astfel încât să ofere, pas cu pas, o imagine cuprinzătoare asupra cadrului teoretic, a demersurilor empirice și a concluziilor privind prevenția cancerului de col uterin și rolul comunicării în sănătate. Întreaga construcție pornește de la delimitarea conceptelor cheie și ajunge la soluții concrete, recomandări și direcții de acțiune, având ca element central investigarea factorilor care pot influența atitudinile și comportamentele în sfera prevenției.

2 Capitolul 1 – Introducere

Acest prim capitol situează în context importanța comunicării în sănătate pentru prevenirea și controlul cancerului de col uterin. Sunt prezentate evoluția domeniului, impactul său asupra comportamentelor individuale și colective, precum și rolul esențial pe care îl are în creșterea ratelor de screening și vaccinare HPV. Totodată, se descriu provocările globale și naționale, cu accent pe situația României, unde incidența și mortalitatea prin cancer de col uterin rămân ridicate, și se conturează obiectivele și întrebările de cercetare care ghidează întreg studiul, subliniind necesitatea unor strategii de comunicare adaptate nevoilor culturale și socio-economice ale publicului-țintă.

Comunicarea în sănătate reprezintă fundamentul oricărei intervenții de prevenție și tratament, influențând atât deciziile individuale, cât și pe cele colective legate de sănătate. Ea nu se rezumă la simpla transmitere a informației, ci implică adaptarea mesajelor la nevoile și caracteristicile specifice ale publicului-țintă, utilizând canale variate, de la social media și aplicații mobile, la relația directă medic-pacient, pentru a crește încrederea, a reduce disparitățile de acces și a stimula comportamente sănătoase.

Disciplinele comunicării în sănătate s-au structurat oficial începând cu anii '70 –'90, integrând pe parcurs metode moderne de influențare a deciziilor și consolidându-se ca domeniu de sine stătător în sănătatea publică.

Contextul global și național al cancerului de col uterin

La nivel mondial, cancerul de col uterin este a doua cauză de deces în rândul femeilor, după cel de sân, deși este unul dintre cele mai prevenibile tipuri de cancer, iar dacă este depistat la timp, poate fi tratat cu succes. Principala cauză este infecția persistentă cu subtipuri oncogene de HPV, responsabile de 99% din cazuri. Deși dezvoltarea vaccinurilor și diversificarea testelor de screening au redus semnificativ povara bolii în multe regiuni, incidența și mortalitatea rămân ridicate în țările cu venituri mici și mijlocii.

România se evidențiază prin cel mai ridicat nivel de îmbolnăvire și mortalitate din UE, înregistrând anual peste 3.300 de cazuri noi și 1.700 de decese, adică o femeie la fiecare 6 ore pierde lupta cu boala. Programul național de screening gratuit, lansat în 2012, a testat doar 12% din populația eligibilă în prima rundă de cinci ani, reflectând un deficit major de informare, acces și acceptare culturală.

Obiectivele cercetării

Lucrarea urmărește să evalueze și să optimizeze strategiile de comunicare în prevenirea cancerului de col uterin, prin:

1. Analiza cunoștințelor, atitudinilor și practicilor femeilor privind screening-ul și vaccinarea HPV.
2. Evaluarea eficienței strategiilor de comunicare, canalele și tehnicile utilizate de autorități, medici, mass-media și implicarea comunității în mobilizarea populației.
3. Identificarea barierelor socio-culturale și economice care împiedică participarea la prevenție și modul în care comunicarea adaptată le poate reduce.
4. Investigarea implicării comunității, rolul liderilor locali, mediatorilor sanitari și colaborarea cu sistemul medical.
5. Formularea de recomandări practice, bazate pe dovezi, pentru îmbunătățirea campaniilor de informare și educare, ghiduri de bune practici și mecanisme eficiente de diseminare.

3 Capitolul 2 – Cadru teoretic

Acest capitol trasează cadrul teoretic al comunicării în sănătate aplicate prevenirii cancerului de col uterin, subliniind atât argumentele generale, cât și exemple concrete din studii internaționale și naționale.

Comunicarea în sănătate este un domeniu interdisciplinar esențial pentru promovarea comportamentelor preventive, reducerea disparităților și creșterea accesului la servicii medicale. Strategiile moderne, de la campanii în mass-media și social marketing, la SMS-uri și aplicații mobile personalizate, s-au dovedit capabile să crească participarea la screening cu până la 25% și să combată barierele culturale și informaționale din țările cu resurse limitate, așa cum o dovedește literatura de specialitate.

Tot literatura evidențiază consecvent niveluri scăzute de informare despre cauze, factori de risc, simptome și metode de prevenție (screening și vaccinare HPV) ale cancerului de col uterin în multe regiuni (Zimbabwe, Uganda, Etiopia, Pakistan). Lipsa de informare generează percepții negative, stigmatizare și reticență la testare, conducând la diagnostice tardive și rate mari de mortalitate. Modelele de bune practici și intervențiile dovedite includ utilizarea campaniilor media tradiționale și digitale, prin intermediul cărora spoturi radio și emisiuni TV,

postări pe Facebook, pliante sau panouri publicitare au reușit să crească semnificativ nivelul de conștientizare asupra importanței screening-ului și să genereze un număr mai mare de programări pentru testul Babeș-Papanicolau. Un rol esențial îl joacă și educația în comunitate, bazată pe formarea mediatorilor din rândul liderilor locali sau chiar al soțiilor clericilor, care, prin ateliere și prezentări adaptate cultural, asigură un suport social direct și contribuie la reducerea barierelor emoționale; astfel de intervenții de la egal la egal au crescut cu peste 30% interesul pentru testare în comunitățile vizate. În plus, programele educaționale desfășurate în mediul școlar sau universitar și intervențiile organizate în biserici și alte instituții religioase au demonstrat un impact semnificativ asupra nivelului de cunoștințe și a intențiilor de vaccinare, deși efectul lor asupra ratelor efective de vaccinare rămâne variabil.

În România, cercetările sunt puține, dar indică probleme similare: participare redusă a femeilor române la screening, bariere în urmărirea recomandărilor după test pozitiv și influența credințelor religioase asupra atitudinii față de prevenție. Inovațiile românești recente insistă pe nevoia de campanii adaptate cultural, implicarea comunității vulnerabile și colaborarea strânsă cu profesioniștii din sănătate.

Convergența dovezilor indică faptul că simpla existență a programelor de screening nu este suficientă; pentru a obține rezultate durabile, este necesară aplicarea unor strategii integrate care să îmbine mai multe componente. În primul rând, mesajele trebuie să fie personalizate și sensibile la contextul cultural al fiecărei comunități, astfel încât să rezoneze cu valorile și experiențele locale. În al doilea rând, comunicarea trebuie să utilizeze simultan canale tradiționale (radio, televiziune, materiale tipărite) și digitale (SMS, rețele sociale, aplicații mobile), pentru a atinge eficient segmente variate ale populației. În al treilea rând, implicarea mediatorilor comunitari și a liderilor de opinie, fie ei religioși, civici sau sociali, este esențială pentru consolidarea încrederii și pentru adaptarea mesajelor la nevoile speciale ale grupurilor vulnerabile. Totodată, personalul medical trebuie sprijinit în mod continuu prin programe de formare în comunicare eficientă, astfel încât cadrele sanitare să poată aborda preocupările pacientelor cu empatie și claritate. Nu în ultimul rând, impactul fiecărei intervenții trebuie urmărit atent, iar strategiile adaptate permanent în funcție de feedback-ul și dinamica fiecărei comunități-țintă. În acest context complex, cercetarea de față își propune să analizeze în profunzime cunoștințele, atitudinile și practicile femeilor din România, în vederea fundamentării unor politici și campanii de comunicare care să stimuleze participarea la screening și vaccinare și, implicit, să contribuie la reducerea incidenței și mortalității cauzate de cancerul de col uterin.

4 Capitolul 3 – Cercetări, studii, rezultate

Capitolul trei al tezei se concentrează pe prezentarea detaliată a metodologiilor și rezultatelor celor cinci studii care constituie miezul cercetării doctorale, ilustrând modul în care au fost investigate dimensiunile cunoașterii, atitudinile și comportamentele femeilor din România în relație cu prevenția cancerului de col uterin. În prima parte, intitulată „Aspecte orizontale”, sunt explicate obiectivele fiecărui studiu, designul de cercetare, elaborarea instrumentelor de colectare a datelor, selecția eșantioanelor și procedurile de analiză, fie cantitativă, fie calitativă. Autorii subliniază importanța transparenței și a recunoașterii limitărilor, precum dificultatea de generalizare datorită eșantioanelor restrânse, constrângerile logistice și financiare, dar evidențiază punctele forte ale îmbinării riguroase dintre fundamentarea teoretică și analiza empirică adaptată contextelor socio-culturale variate. Din acest demers metodologic se conturează contribuțiile studiilor: evidențierea rolului comunicării în sănătate ca mijloc de reducere a inechităților și de creștere a participării la screening, precum și relevanța unor intervenții personalizate, cultural sensibile, realizate prin colaborarea instituțiilor, comunităților locale și specialiștilor.

În secțiunea dedicată analizei datelor, se realizează o privire de ansamblu asupra constatărilor empirice și teoretice. Fiecare studiu, prezentat în subcapitole separate, îmbină perspective calitative, interviuri semi-structurate în comunități rurale defavorizate, analiză tematică a experiențelor și barierelor, și cantitative – chestionare structurate, analize statistice, teste chi-pătrat și modele de regresie logistică. Rezultatele indică factori personali (nivelul de cunoaștere despre HPV, percepția riscului, experiențele anterioare cu sistemul medical), sociali (sprijinul comunitar, stigmatizarea bolilor cu transmitere sexuală) și economici (costurile indirecte, accesibilitatea serviciilor) care influențează participarea la screening și urmărirea post-screening. Teamă de diagnostic și lipsa simptomelor sunt identificate ca bariere psihologice majore, care se adaugă obstacolelor logistice, distanța până la centrele medicale, deficitul transportului, birocratic și informațional.

Un studiu calitativ cu interviuri semi-structurate în rândul femeilor din zone rurale a pus în lumină importanța comunicării empatic-informative: relația de încredere cu medicul, claritatea explicațiilor și suportul emoțional cresc semnificativ compliance la recomandările medicale. În plus, s-a demonstrat că implicarea liderilor comunitari și a mediatorilor sanitari

stimulează interesul pentru testare, iar intervențiile prin SMS-uri de reamintire, apeluri telefonice sporesc participarea și conformarea la retestări.

Analiza teoretică dintr-un alt studiu evidențiază aplicabilitatea modelului Health Belief Model (HBM), în care percepția vulnerabilității și a beneficiilor asociate screening-ului contribuie la adoptarea comportamentelor preventive, iar recunoașterea barierelor (costuri, acces, stigmat) și propunerea de soluții practice (testări gratuite, unități mobile) reduc reticența.

Teoria comportamentului planificat (TPB) subliniază rolul atitudinilor, normelor sociale și al controlului perceput, în timp ce modelul COM-B (Capacitate, Oportunitate, Motivație – Comportament) arată că, pentru schimbări durabile, este nevoie de educație și informare (creșterea capacității), infrastructură și resurse adecvate (oportunitate) și mesaje motivaționale pertinente, frecvente și personalizate (motivație).

Un alt segment analizează impactul campaniilor de sănătate publică derulate în România, evaluând opt intervenții naționale din 2024 printr-o grilă comparativă. Campaniile cu mesaj pozitiv și implicare comunitară (boli cardiovasculare) s-au dovedit mai eficiente, în timp ce cele cu mesaje negative, fără segmentare detaliată a publicului-țintă sau fără mecanisme de feedback, au înregistrat performanțe moderate sau scăzute (vaccinare rujeolă). S-a evidențiat necesitatea unei segmentări pe criterii psihologice și culturale, exploatarea mai bună a tehnologiilor digitale și implementarea unui sistem de monitorizare prin indicatori clari de impact comportamental.

Ultima parte a capitolului recompune rezultatele studiului calitativ despre percepțiile femeilor referitoare la screening, confirmând lacunele de informare despre legătura HPV-cancer, nivelul suboptimal al testării HPV, anxietatea legată de rezultate și carențele suportului psiho-emoțional. De asemenea, sunt discutate implicațiile practice: necesitatea campaniilor de educație adaptate nivelului de înțelegere, subvenționarea testelor și organizarea unităților mobile, pregătirea personalului medical pentru comunicare empatică și utilizarea unei game diversificate de canale de informare, de la medici și pliante la social media și platforme online.

În ansamblu, capitolul trei oferă fundamentul metodologic și empiriile care vor susține recomandările practice și politici publice integrate în capitolul următor, vizând optimizarea comunicării în sănătate și implicarea comunității în prevenția cancerului de col uterin.

5 Capitolul 4 – Concluzii și recomandări

Ultimul capitol reunește concluziile semnificative desprinse din ansamblul cercetărilor, evidențiind nevoia unei abordări multidisciplinare și personalizate în prevenirea cancerului de col uterin. Sunt scoase în evidență elementele cruciale pentru reușita strategiilor de comunicare, precum adaptarea culturală a mesajelor, simplificarea accesului la serviciile de screening, implicarea comunităților locale și a persoanelor influente din mediul respectiv. Pe baza rezultatelor analizelor prezentate în capitolul anterior, acest segment formulează atât recomandări practice pentru politici publice și inițiative de sănătate, cât și sugestii pentru direcții viitoare de cercetare, cu scopul de a extinde și perfecționa instrumentele de intervenție în domeniul prevenirii cancerului de col uterin.

Rezultatele obținute conturează o imagine amplă asupra factorilor care influențează participarea femeilor la programele de screening pentru cancerul de col uterin. În primul rând, nivelul scăzut de cunoștințe și lipsa conștientizării rolului infecției cu HPV determină percepții eronate despre risc, în special în mediile rurale, unde cancerul de col uterin este adesea considerat o boală fatală. La aceasta se adaugă barierele socio-culturale și psihologice: normele tradiționale și stigmatizarea subiectelor legate de sănătatea reproductivă, teama de diagnostic fatal și reticența față de procedurile medicale.

În al doilea rând, accesibilitatea limitată la centrele de testare și infrastructura medicală insuficient dezvoltată îngreunează semnificativ efectuarea investigațiilor, mai ales pentru femeile din zone defavorizate, care se confruntă cu lipsa transportului și a resurselor financiare.

În plus, comunicarea medicală deficitară și atitudinea uneori distantă a personalului sanitar pot diminua încrederea pacienților și pot conduce la abandonul investigațiilor ulterioare.

Totuși, implicarea liderilor locali, a preoților, a asistenților sociali și a mediatorilor sanitari are un efect pozitiv în reducerea stigmatizării și în creșterea acceptării testelor, în special în comunitățile tradiționale. Campaniile care valorifică mesaje pozitive, limbaj accesibil și exemple de succes reușesc să stimuleze schimbarea comportamentelor, mai ales când sunt susținute de canalele online și de interacțiuni directe cu personalul medical.

Consolidarea cercetării în acest domeniu nu este doar un demers academic, ci un instrument esențial pentru îmbunătățirea stării de sănătate a populației și pentru echilibrarea șanselor la diagnostic și tratament în rândul tuturor categoriilor sociale. Prin reducerea barierelor de acces la informație, creșterea gradului de conștientizare, optimizarea strategiilor de intervenție și utilizarea noilor tehnologii, autoritățile și specialiștii din domeniul sănătății și

comunicării pot fi sprijiniți în luarea unor decizii informate și eficiente, contribuind astfel la o prevenție mai eficientă și la o gestionare mai echitabilă a resurselor medicale.

În concluzie, combinarea eforturilor din sfera medicală, socială și comunitară se dovedește esențială pentru îmbunătățirea adresabilității la screening și reducerea incidenței cancerului de col uterin.