

XXVII CICLO - Anno Accademico 2013/2014

Dottoranda: Dott.ssa Marina Vanzetta

Tutor: Prof.ssa Rosaria Alvaro

Titolo tesi: Cittadini, istituzioni sanitarie, professionisti e web 2.0: quali risposte ai bisogni informativi sanitari attraverso la rete?

ABSTRACT

Introduzione

Il web 2.0 è uno spazio virtuale al quale chiunque può accedere per condividere informazioni, creare nuova conoscenza, e in cui le persone sono fruitori ma allo stesso tempo produttori di informazioni. I cambiamenti avvenuti con il web 2.0 configurano una vera e propria rivoluzione nel campo della comunicazione.

Esso gioca un ruolo importante nella vita quotidiana di un gran numero di persone. Di fatto Internet, offre possibilità di comunicazione diretta non implementabili con altri mezzi di comunicazione più tradizionali e ciò, fa di questo strumento il più grande mezzo di comunicazione e di collegamento per milioni di persone in tutti i Paesi. Sempre più spesso il Web viene utilizzato dalle persone anche per comunicare e/o trovare informazioni di tipo sanitario. Nei paesi in cui l'uso di Internet è molto diffuso, la percentuale di persone che cerca informazioni sanitarie sul web è pari, in alcuni paesi superiore, alla percentuale di persone che richiedono assistenza sanitaria.

Lo sviluppo esponenziale e trasversale del web coinvolge inevitabilmente anche i professionisti della salute sia a livello personale, sia a livello professionale. Non utilizzarlo anche in ambito sanitario significherebbe rimanere un passo indietro rispetto alla realtà e perdere i vantaggi offerti da questi nuovi mezzi di comunicazione.

Obiettivi

Lo scopo del percorso dottorale è stato quello di analizzare il contesto italiano focalizzando l'attenzione sulle aziende sanitarie e sui professionisti infermieri. Nello specifico gli obiettivi sono stati: (1) analizzare la rispondenza dei siti delle Aziende Sanitarie Locali (ASL) e delle Aziende Ospedaliere (AO) italiane ai criteri contenuti nelle linee guida del Ministero della Salute per la valutazione dei siti web sanitari; (2) verificare quante Aziende Sanitarie Locali (ASL) e Aziende Ospedaliere (AO) pubbliche sono presenti e come, nei social media più diffusi nel nostro Paese: Facebook, Twitter, You Tube e il loro grado di diffusione tra la popolazione; (3) analizzare la comunicazione online tra professionisti infermieri e cittadino; (4) individuare e descrivere le corrette modalità di accesso e gestione dei social media da parte degli infermieri.

Metodi

I disegni dei primi tre studi, corrispondenti ai primi tre obiettivi del percorso dottorale sono stati osservazionali: nel primo e nel secondo studio il campione era costituito da 245 Aziende sanitarie pubbliche (149 Aziende Sanitarie Locali e 96 Aziende Ospedaliere). I dati sono stati raccolti analizzando i siti di ciascuna azienda. Per il primo studio è stata utilizzata la scheda di autovalutazione contenuta nelle linee guida elaborate dal Ministero della salute.

Per il secondo studio, sono stati visitati i siti delle aziende sanitarie per ricercare il banner dei social media considerati e, successivamente, analizzati i dati pubblici disponibili accedendovi (FB: data di iscrizione, fascia di età di maggior popolarità, i "mi piace"; Twitter: numero di tweet, di follower, di following; You Tube: data di iscrizione, numero di video caricati, di visualizzazioni, video caricati, di iscritti).



Nel terzo studio il focus è stata l'attività delle sezioni della pagina "Per il cittadino" (Clik salute, ABC salute, l'infermiere risponde) del sito della Federazione Nazionale dei Collegi Infermieri (IPASVI) e i dati sono stati raccolti utilizzando i rapporti di Google Analytics (il servizio gratuito di statistiche di Google che permette di monitorare in modo dettagliato le visite di ogni sito).

Nel quarto studio, relativo al quarto obiettivo del percorso dottorale, sono state condotte una revisione non sistematica della letteratura, tramite l'utilizzo delle principali banche dati biomediche e di linee guida e, una ricerca sui siti di agenzie sanitarie nazionali e governative e attraverso i motori di ricerca generici. In tutti e quattro gli studi i dati sono stati analizzati utilizzando la statistica descrittiva.

Risultati

Nel primo studio è emersa una rispondenza relativamente bassa dei siti delle Aziende sanitarie ai criteri analizzati (relazionalità, trasparenza amministrativa, disponibilità e qualità del servizio online, utilizzabilità e qualità tecnologica). Erano 32 (18%) le strutture che riportavano nell'area link siti di interesse professionale, 142 (58%) i siti che non offrivano informazioni di carattere sanitario, 53 (22%) i siti che offrivano un menù di servizio articolato secondo gli eventi della vita. Nel secondo studio si è evidenziata una scarsa presenza delle Aziende sanitarie sui social media: quelle con un account attivo erano 18 (7,34%) e distribuite al nord e al centro. Le ASL e AO con un account sui social media: 8 aziende avevano un account su tutti e tre i social media considerati nell'indagine: Facebook, Twitter e YouTube. Le Aziende ASL e AO con account su Twitter erano 10 (4,1%) e quelle con account su YouTube erano 8 (3,3%).

Nel terzo studio è emerso che, nell'intero periodo considerato (maggio 2011 – dicembre 2012), la pagina è stata visitata complessivamente 306.674 volte (85.600 nel 2011 e 221.074 nel 2012) con 133.826 visite alla rubrica Click salute (rispettivamente 23.658 e 110.168), 125.424 alla sezione ABC salute (42.048 e 83.376) e 17.073 a L'infermiere risponde (7.244 e 9.829).

Nel quarto studio la ricerca bibliografica ha prodotto 88 risultati; di questi solo nove documenti avevano raggiunto i criteri di inclusione (eleggibilità e pertinenza). Tutte le linee guida e le raccomandazioni trovate sottolineavano le grandi potenzialità dei social media, i potenziali rischi e offrono indicazioni basilari per utilizzare in maniera corretta questi nuovi strumenti.

Conclusioni

Il percorso dottorale ha permesso di tracciare con buona approssimazione un quadro del contesto italiano relativamente all'uso del web 2.0 da parte delle aziende sanitarie pubbliche, dei professionisti in senso lato e degli infermieri nello specifico. L'uso del web 2.0 da parte delle aziende sanitarie pubbliche italiane è limitato rispetto all'orientamento in tal senso che, invece, emerge dalla letteratura e ai numerosi studi che ne documentano l'uso più diffuso negli altri Paesi europei e non.

Nel mondo, ma anche nel nostro Paese, l'utilizzo del web 2.0 da parte dei cittadini è esponenziale. Per la ricerca di informazioni sulla salute gli strumenti del web 2.0 vengono utilizzati dai cittadini in modo inversamente proporzionale rispetto all'uso che ne fanno, invece, le aziende sanitarie pubbliche italiane per offrire informazioni e favorire la partecipazione dei cittadini.

La partecipazione e l'empowerment non possono prescindere dalla possibilità di accedere a informazioni che siano mirate, accurate, validate e di qualità.

Gli strumenti del web 2.0 offrono l'opportunità ai professionisti e alle organizzazioni di incontrare il cittadino dove ad oggi è più probabile trovarlo, soddisfare il suo bisogno informativo e fidelizzarlo.



TOR VERGATA
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ROMA

**DOTTORATO DI RICERCA
IN SCIENZE INFERMIERISTICHE E SANITA' PUBBLICA**

Non usarli significherebbe perderne i vantaggi non solo in termini di relazione con il cittadino ma anche con gli altri professionisti e di diffusione di informazione, di formazione, di aggregazione, di confronto. Per sfruttare al meglio le potenzialità di questi strumenti bisogna conoscerli bene e usarli correttamente.

Parole chiave: Web 2.0, informazione sanitaria online, cittadini, professionisti, istituzioni sanitarie.