



## **Informazione e disinformazione: la health literacy ai tempi dei social media**

**Eugenio Santoro**

**[eugenio.santoro@marionegri.it](mailto:eugenio.santoro@marionegri.it)**

**<http://www.twitter.com/eugeniosantoro>**

*Laboratorio di Informatica Medica*

*Dipartimento di Salute Pubblica*

*Istituto di Ricerche Farmacologiche “Mario Negri” - IRCCS*





## Che cos'è l'health literacy?



“L'health literacy indica le abilità cognitive e sociali che motivano gli individui e li rendono capaci di accedere, comprendere e utilizzare le informazioni in modo da promuovere e preservare la propria salute.

L'health literacy implica il raggiungimento di un livello di conoscenze, di capacità individuali e di fiducia in se stessi tali da spingere gli individui ad agire per migliorare la propria salute e quella della collettività, modificando lo stile e le condizioni di vita personali. Pertanto, health literacy non significa solo essere in grado di leggere opuscoli e prendere appuntamenti, ma è un'importante strategia di empowerment che può migliorare la capacità degli individui di accedere alle informazioni e di utilizzarle in modo efficace”.

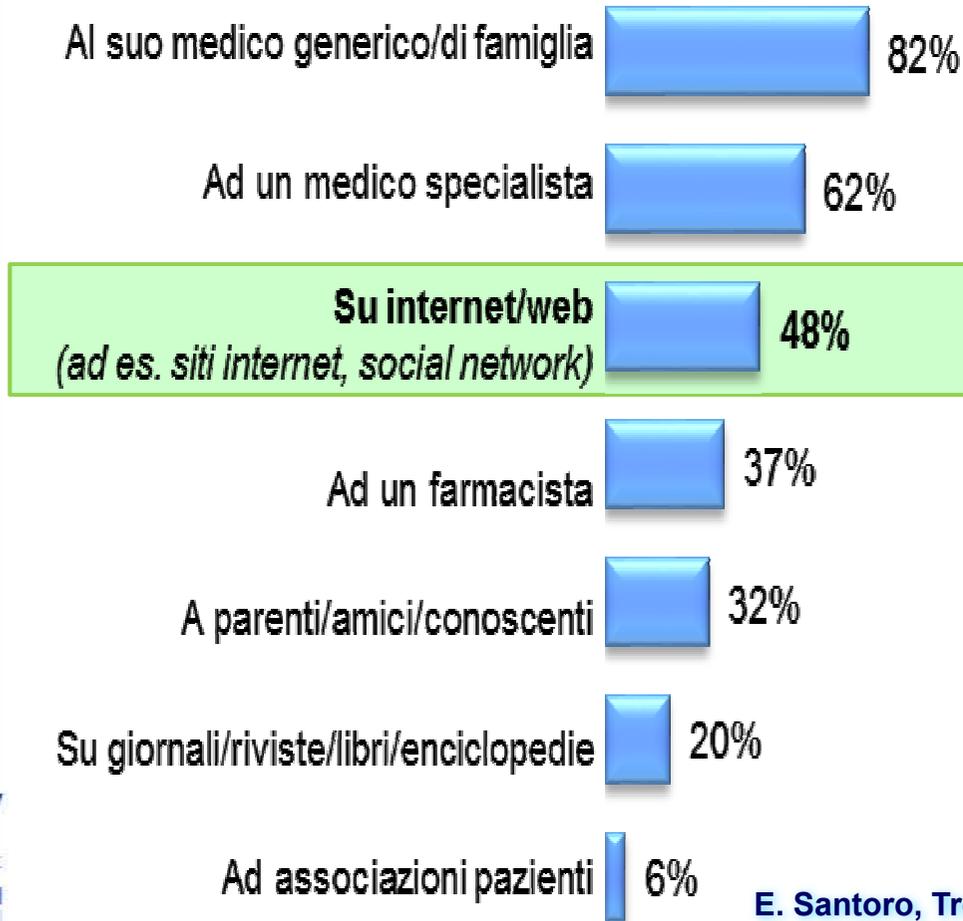
[WHO Health Promotion Glossary, 1998]

# Channel mix - in generale e analisi per età

Base: hanno cercato informazioni sulla salute

«Attraverso quali canali / quali fonti ha cercato / a chi ha chiesto?»

2014	2015
84%	85%
71%	68%
50%	49%
34%	37%
41%	36%
22%	24%
4%	7%



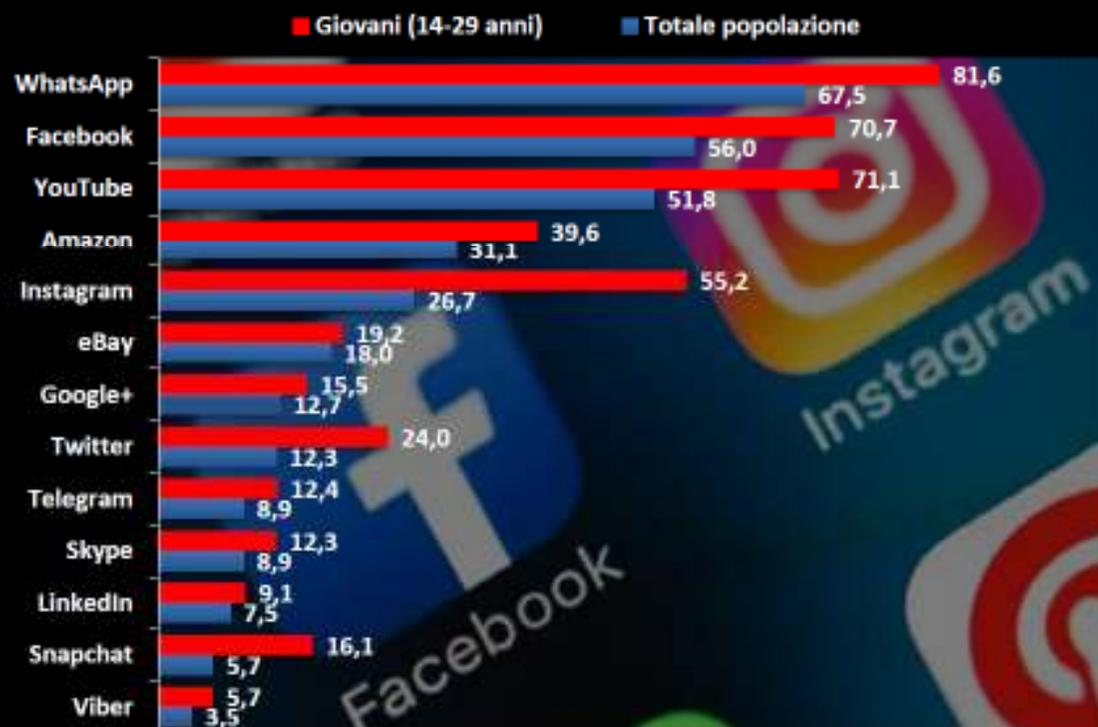
**11,5 milioni di italiani**

24,5% del totale pop italiana 18+

## Penetrazione dei nuovi media in Italia nel 2018

### L'evoluzione delle diete mediatiche | 7

I social network e le piattaforme online: WhatsApp, Facebook, YouTube i più amati, il 55% dei giovani su Instagram



Valori %.

Utenti che hanno indicato una frequenza d'uso del mezzo di almeno una volta alla settimana.

Fonte: indagine Censis, 2018.

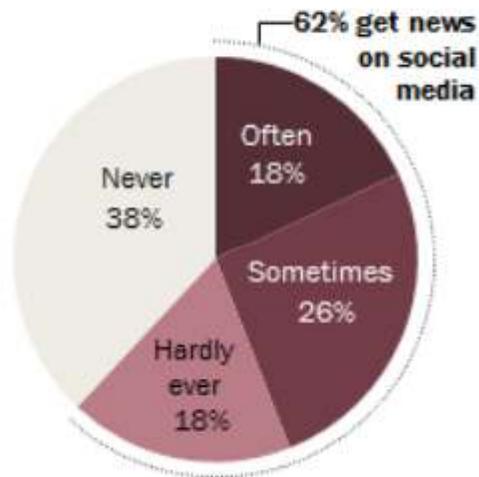
## Analfabetismo funzionale

Nazione	Persone funzionalmente analfabete (% con età 16–65) 2003-2008 <sup>[7]</sup>
 Italia	47,0
 Messico	43,2
 Stati Uniti	20,0
 Ungheria	17,0
 Svizzera	15,9
 Canada	14,6
 Australia	13,9
 Nuova Zelanda	13,4
 Bermuda	12,5
 Paesi Bassi	10,3
 Norvegia	7,9

# Le news passano dai social

## About 6-in-10 Americans get news from social media

*% of U.S. adults who get news on a social networking site ...*

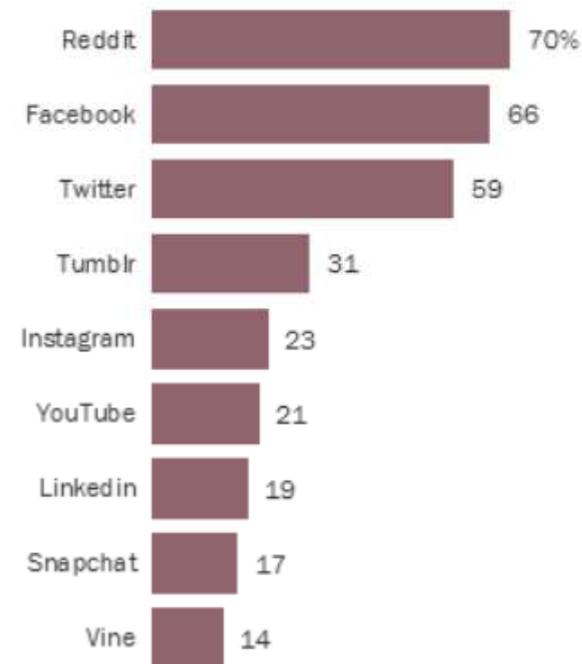


Source: Survey conducted Jan. 12-Feb. 8, 2016.  
"News Use Across Social Media Platforms 2016"

PEW RESEARCH CENTER

## Reddit, Facebook and Twitter users most likely to get news on each site

*% of each social networking sites' users who get news on the site*



Source: Survey conducted Jan. 12-Feb. 8, 2016.  
"News Use Across Social Media Platforms 2016"

PEW RESEARCH CENTER

*Health literacy. Dati, evidenze e ambiti di intervento*

©DoRS, Centro Regionale di Documentazione per la Promozione della Salute, 2017

Publicato in inglese dal WHO Regional Office for Europe nel 2017 con il titolo  
*Health literacy. The solid facts.* ©World Health Organization 2017

# Health Literacy

Dati, evidenze e ambiti di intervento



## 12

Media e comunicazione

## 13

I social media e la salute sui dispositivi mobili

ro, Trento 2 marzo 2019

- 2. La comunicazione è parte integrante degli interventi di salute pubblica.** Alla comunicazione è stato attribuito il merito di ridurre alcune forme di comportamento a rischio (come i rapporti sessuali non protetti); di promuovere l'adozione di misure di prevenzione e cura delle malattie (come l'uso delle cinture di sicurezza e l'etichettatura dei farmaci); di aumentare l'aderenza alle terapie e ai regimi di trattamento. Effetti positivi sono stati attribuiti agli interventi che adattano le informazioni sulla salute alle reali esigenze dei destinatari, che forniscono come esempio norme e stili di vita salutari, che conducono campagne di riduzione dei comportamenti a rischio e di supporto attivo alle politiche che facilitano l'adozione di scelte più salutari, come il divieto di pubblicizzare alcol e tabacco e il divieto di fumare nei luoghi pubblici (Box 15).

## **Translating the Diabetes Prevention Program into an Online Social Network Validation against CDC Standards**

**S. Cameron Sepah, PhD**

**Luohua Jiang, PhD**

**Anne L. Peters, MD**

**Results** One hundred eighty-seven participants met inclusion criteria for the core program and achieved an average of 5.0% and 4.8% weight loss at 16 weeks and 12 months, respectively. They also had a 0.37% reduction in their A1C level at final measurement. One hundred forty-four of these same participants also met inclusion criteria for the post-core program and achieved an average of 5.4% and 5.2% weight loss at 16 weeks and 12 months, respectively, and a 0.40% reduction in A1C at final measurement.

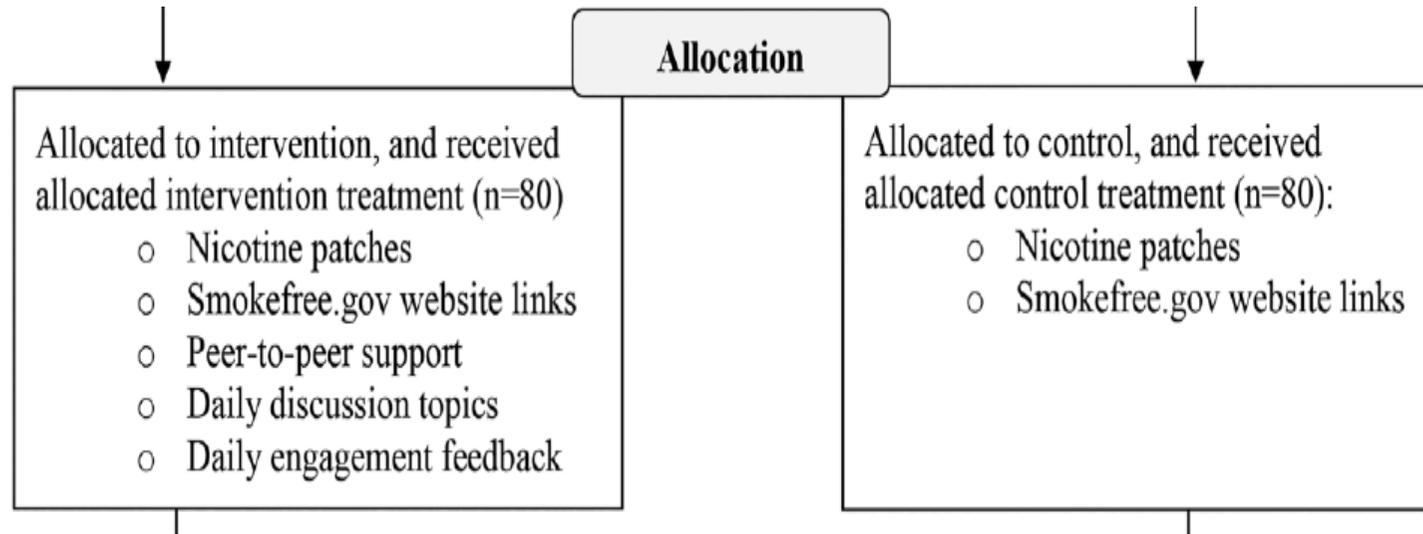
*The Diabetes Educator July/August 2014 vol. 40 no. 4 435-443*

**1. Ampliare il terreno di azione della comunicazione per la salute.** Le restrizioni imposte sul marketing di prodotti dannosi, come il divieto di pubblicizzare tabacco e alcol (per ridurre il consumo e salvare delle vite) permette ai messaggi di promozione della salute di avere uno spazio maggiore di ascolto e visibilità rispetto a un tempo. Grazie alla possibilità di disporre gratuitamente (o a costi ridotti) di spazi e tempi dedicati alla pubblicità sociale, i messaggi di salute pubblica possono essere veicolati attraverso importanti canali mediatici, come la televisione, la radio e i cinema (che altrimenti avrebbero un costo proibitivo). Gli atti e le direttive sulla libertà di informazione a tutela degli open media sottolineano la potenziale efficacia di qualsiasi azione di advocacy e richiedono un supporto rigoroso e un monitoraggio continuo del rispetto di tali normative. I social media (come Facebook, Twitter e YouTube) hanno fornito nuove e inedite opportunità per la comunicazione per la salute pubblica (Capitolo 13).

# LE NARRAZIONI VESTITE DI TECNOLOGIE

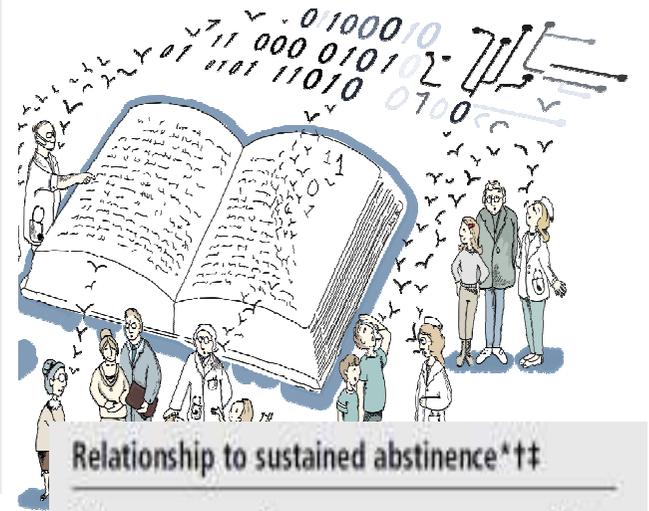
WORKSHOP - Istituto St...

Pechmann C, et al. *Tob Control* 2017;26:188–194. doi:10.1136/tobaccocontrol-2015-052768



**Table 2** Effects for condition on sustained abstinence and treatment usage

Outcome	Condition		p Value
	Tweet2Quit	Control	
Sustained abstinence—primary	40.00% (26/65)	20.00% (14/70)	0.017



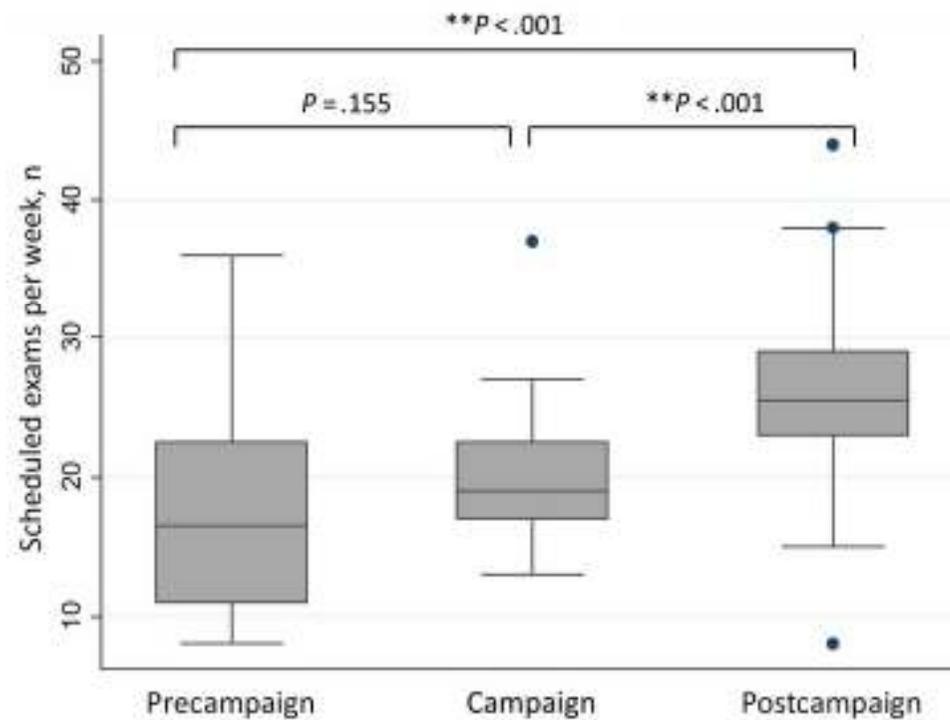
	OR	CI	p Value
Tweet volume	1.02	1.02 to 1.03	0.001

**2. Accrescere il ruolo della comunicazione per la salute pubblica.** Gli approcci strategici di utilizzo dei mezzi di comunicazione di massa per promuovere *l'health literacy* a livello individuale e di popolazione comprendono il rafforzamento delle capacità di trasmettere un'informazione centrata sui destinatari, di contrastare attivamente la disinformazione, di influenzare i comportamenti e di sostenere ambienti e politiche che favoriscano *l'health literacy*. I comunicatori e i formatori in ambito sanitario

possono trarre numerosi insegnamenti dagli approcci utilizzati con successo dai pubblicitari e dagli esperti di marketing commerciale, che comprendono le tecniche di segmentazione del target e del mercato per diffondere messaggi ed informazioni sulla salute validati e adatti ai destinatari e al contesto nel quale vengono trasmessi. Gli approcci di "Educational entertainment (edutainment)" influiscono positivamente sulla formazione e sulle attività legate all'*health literacy*. Diversi studi indicano che l'edutainment ha dimostrato di essere molto efficace in numerosi contesti, soprattutto se è associato ad altri metodi ed approcci, come le strategie di empowerment e la comunicazione interpersonale. In alcuni Paesi, per esempio, introdurre nelle soap-opera una discussione sulle vaccinazioni ha fatto aumentare il numero di madri che hanno fatto vaccinare i propri figli.

# Implementation of Digital Awareness Strategies to Engage Patients and Providers in a Lung Cancer Screening Program: Retrospective Study

Dana L Jessup<sup>1\*</sup>, MS  ; McKinley Glover IV<sup>1,2\*</sup>, MHS, MD  ; Dania Daye<sup>1</sup>, MD, PhD  ; Lynda Banzi<sup>1</sup>, MFA  ; Philip Jones<sup>1</sup>  ; Garry Choy<sup>1</sup>, MBA, MD  ; Jo-Anne O Shepard<sup>1</sup>, MD  ; Efrén J Flores<sup>1</sup>, MD 



stions; LCS: lung cancer screening.

	Precampaign, mean (SD)	Campaign, mean (SD)	Postcampaign, mean (SD)	<i>P</i>
Institutional Web page				
General LCS information	51.0 (22.3)	823.9 (905.8)	438.8 (1094.5)	.03
Physician FAQ	5.2 (2.6)	90.8 (92.7)	28.6 (45.5)	<.001
Patient FAQ	11.5 (6.9)	535.4 (484.9)	131.2 (283.7)	<.001

**3. Contrastare attivamente la disinformazione e garantire la qualità delle informazioni.** Istituire dei sistemi di garanzia di qualità per prevenire la disinformazione e la cattiva comunicazione può aiutare a facilitare la diffusione di informazioni sulla salute affidabili e coerenti. Sistemi di accreditamento per la produzione di materiali informativi a favore dello sviluppo dell'health literacy potrebbero essere istituiti ai livelli istituzionali. Per distinguere le informazioni credibili, affidabili e indipendenti dal marketing e dalla pubblicità di prodotti destinati alla vendita sono necessarie le competenze di *media health literacy*. La *media literacy* lavora per destrutturare la comunicazione mediatica, per analizzare in modo critico le sue componenti (Box 16).



[Home](#)

[Notizie](#)

[La salute dalla A alla Z](#)

[Stili di vita e ambiente](#)

[Falsi miti e bufale](#)

[Chi siamo](#)



1. I social media potrebbero potenzialmente migliorare la capacità degli utenti di ottenere, elaborare e comprendere le informazioni relative alla salute e ai servizi sanitari e prendere delle decisioni consapevoli. Il viral social marketing (che raggiunge molte più persone, più velocemente e con costi minimi, rispetto ad altre forme di marketing e di pubblicità) è una delle strategie più forti dei social media, che può giocare un ruolo importante nei programmi di educazione e promozione della salute e di assistenza. Il viral marketing e altre strategie che utilizzano i social media, per esempio, sono state utilizzate con successo per promuovere l'uso del preservativo in Turchia.



Español

1-800-4-CANCER

Live Chat

Dictionary

ABOUT CANCER

CANCER TYPES

RESEARCH

GRANTS & TRAINING

NEWS & EVENTS

search

Q

ABOUT NCI



## SOCIAL MEDIA AT NCI

NCI Social Media Events

Spanish-Language Social Media at NCI

## Social Media at NCI

**4 FB pages**

### ON THIS PAGE

- YouTube
- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Google+
- LinkedIn

**55 Twitter profiles+  
4 Researcher profiles**

**6 LinkedIn groups +  
1 company page**



2. I social network e la comunicazione partecipata possono anche fornire ottime opportunità di sostegno tra pari. I pazienti, e i cittadini in generale, che si supportano a vicenda possono contribuire a ridurre il peso percepito nei confronti dei tradizionali sistemi di cura e assistenza sanitaria (Box 18). *PatientsLikeMe*, un social network per pazienti con condizioni mediche molto diverse, è un classico esempio attuale di sostegno online tra pari (da paziente a paziente) e coloro che lo utilizzano spesso riportano numerosi benefici percepiti e una migliore autogestione della malattia e delle sue conseguenze.



Qwert: Pensa, crea, parla gioca  
 | Qwert, il social network che promuove il benessere tra i ragazzi



**FOOD GAME**  
 ex "Training and food game 4 all"

Programma di Promozione della Salute  
 con metodologia d'educazione tra pari per ragazzi  
 delle scuole secondarie di secondo grado

Sistema Socio Sanitario



Regione Lombardia  
 ATS Milano  
 Città Metropolitana

# A Social Media Peer Group for Mothers To Prevent Obesity from Infancy: The Grow2Gether Randomized Trial

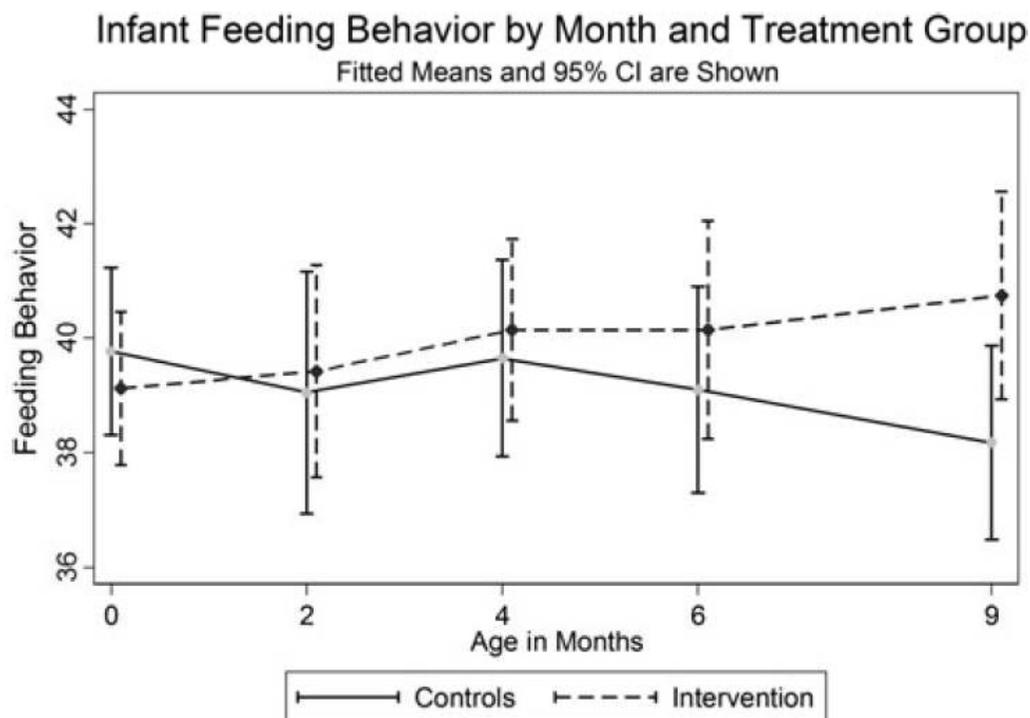
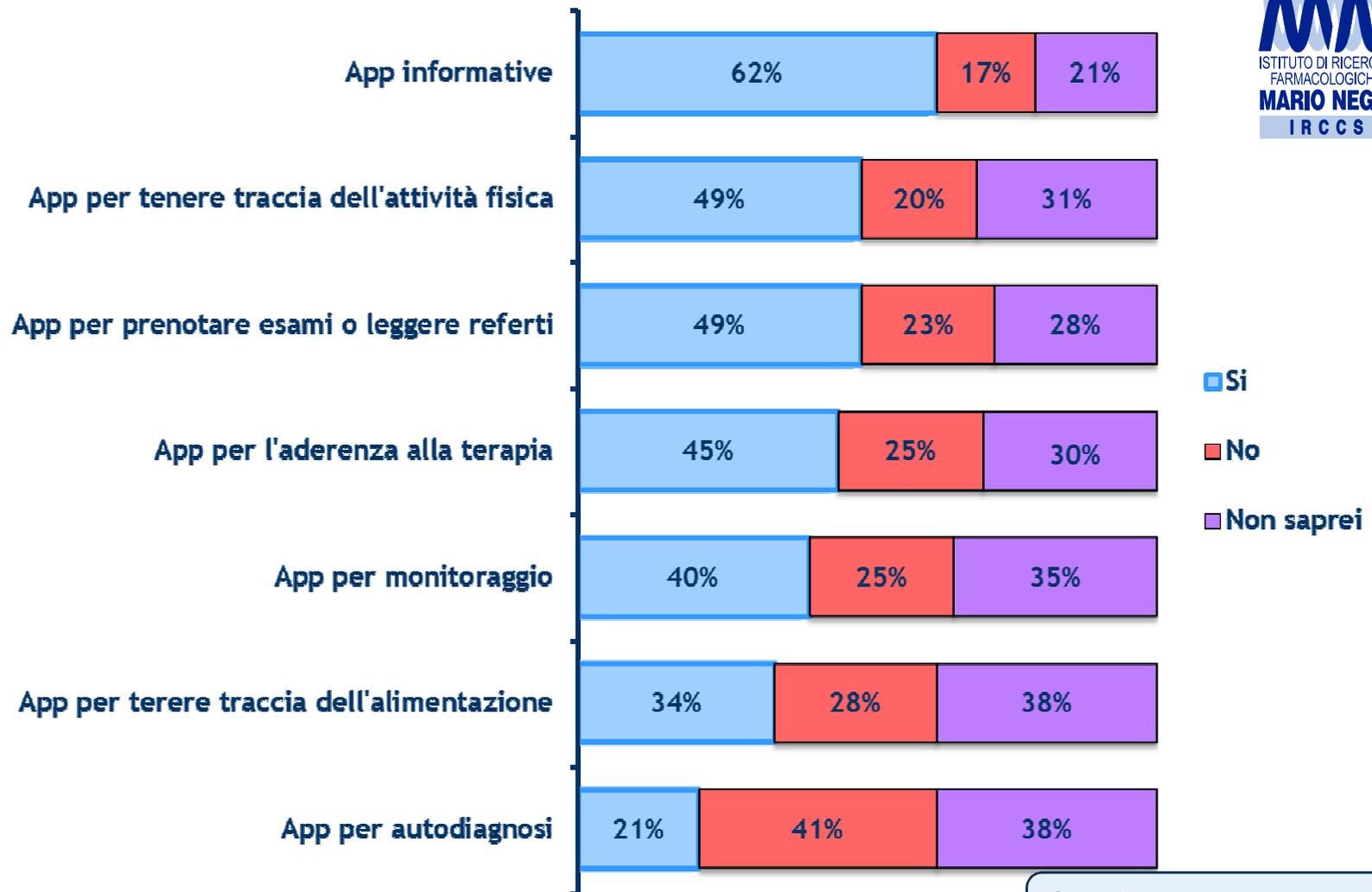


Figure 3. Infant feeding behavior by month and treatment group.

4. **Gli smartphone e le app stanno trasformando rapidamente e radicalmente il sistema di cura e di assistenza sanitaria, in particolare quello delle persone con malattie a lungo termine.** Il sistema sanitario diventa più mobile, in funzione delle esigenze, e più partecipativo attraverso il coinvolgimento di tutti gli stakeholder interessati, compresi i pazienti, i caregiver non clinici, i cittadini, gli specialisti e altri. Molte delle app specializzate, disponibili e progettate per i dispositivi mobili hanno un potenziale significativo nel ridurre i costi del sistema sanitario e nel migliorare gli esiti clinici (Box 19). Data la crescente popolarità e l'attuale disponibilità di una vasta gamma di app relative alla salute, la United States Food and Drug Administration sta proponendo delle linee-guida che mettono in evidenza le tipologie di app che l'agenzia pensa di supervisionare, ossia quelle che si occupano di medicina e che possono presentare dei rischi per i pazienti se non funzionassero come dovrebbero.

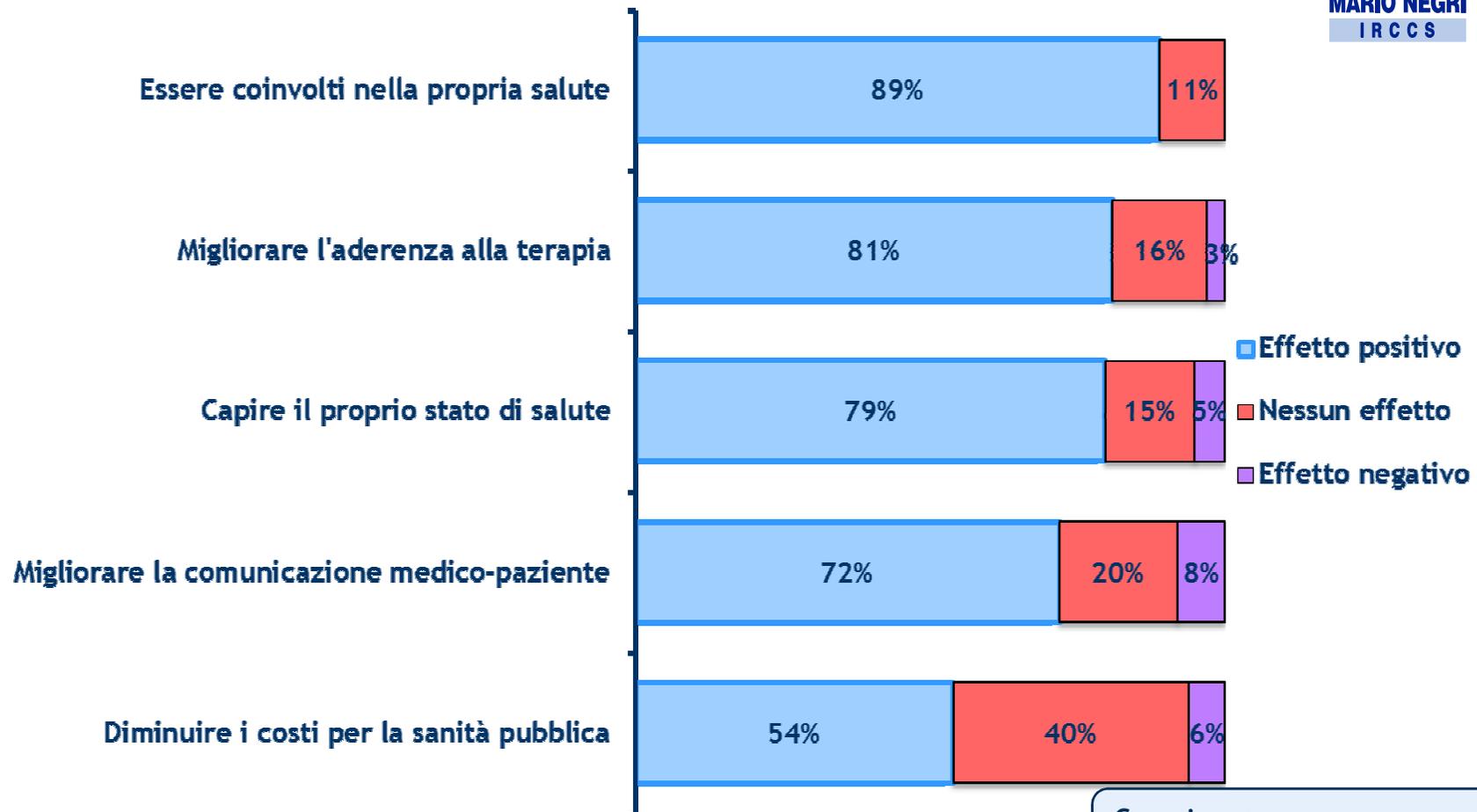
# Utilizzo delle App per la salute tra gli associati



Mosconi P, Santoro E. *JMIR Mhealth Uhealth* 2019;7(1):e10242

Campione:  
247 associazioni pazienti

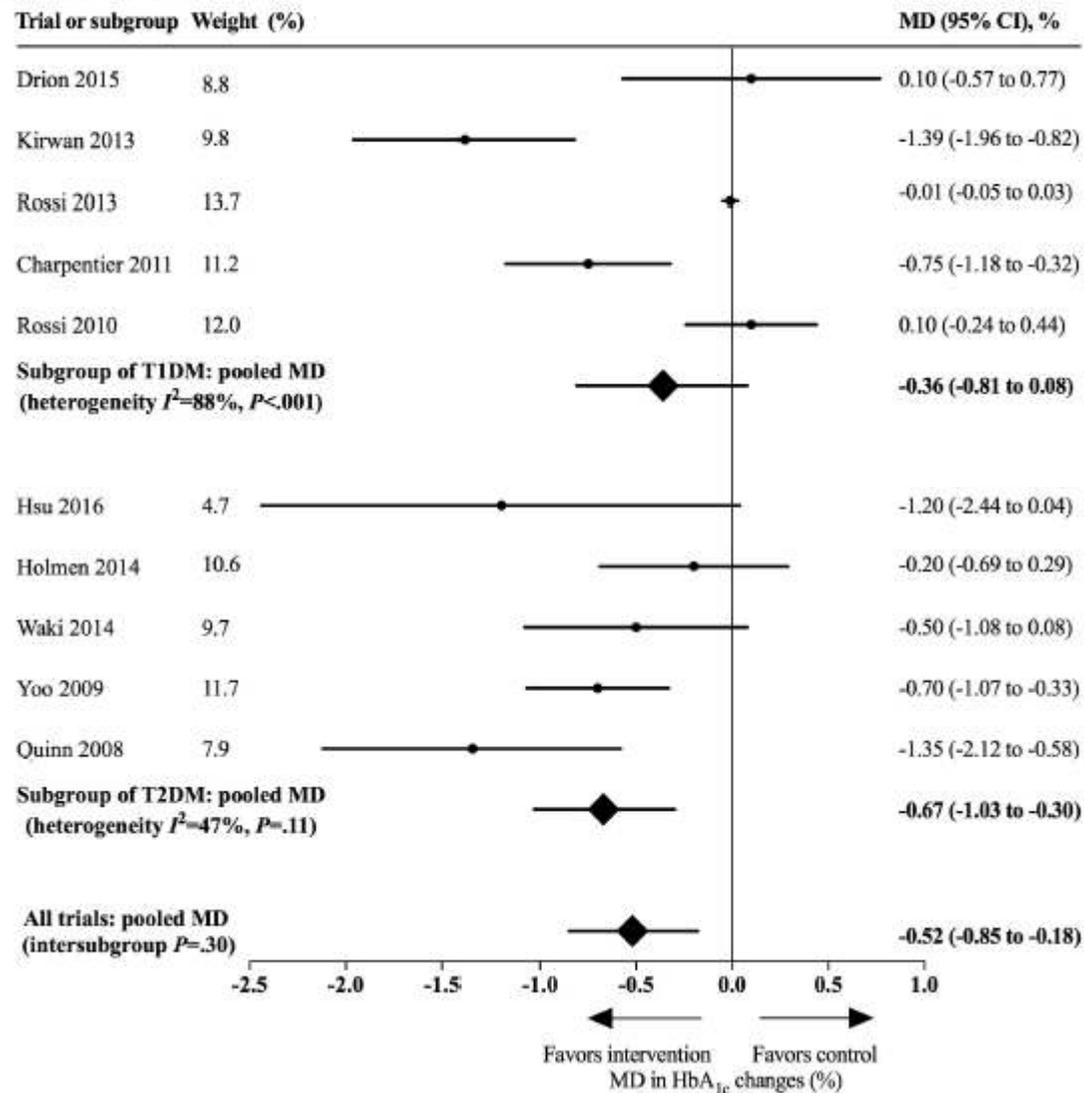
# Utilità attribuita alle App per la Salute e ai Wearable sull'assistenza medica e la salute



Campione:  
258 associazioni pazienti

Mosconi P, Santoro E. *JMIR Mhealth Uhealth* 2019;7(1):e10242

**Figure 5.** Effects of app-based mobile health interventions on hemoglobin A<sub>1c</sub> (HbA<sub>1c</sub>) for patients with type 1 diabetes (T1DM) and type 2 diabetes (T2DM). MD: mean difference.



# Grazie per l'attenzione

## Testi di approfondimento



[www.pensiero.it](http://www.pensiero.it)