- Copyright - Il Pensiero Scientifico Editore downloaded by IP 18.97.14.83 Sat, 10 Oct 2026, 22:28:27

Social media, strutture sanitarie e cittadino

Le potenzialità comunicative e aggregative dei social media sono sempre più spesso sfruttate da ospedali e strutture sanitarie per promuovere i propri servizi, per "fidelizzare" l'utenza e per stimolarla nel controllo delle propria salute[1,2]. Ad oggi si contano oltre 1200 ospedali che negli Stati Uniti usano uno o più social media per questo scopo, per un totale di circa 4000 canali aperti sui social media più noti (in media tre per ogni ospedale), con una particolare predilezione verso Facebook. Tra i social media monitorati, colpisce l'impiego di Foursquare, un social network basato sulla geolocalizzazione che ha 10 milioni di iscritti nel mondo ma che in Italia ha ancora pochi (160.000) estimatori, che in questa speciale classifica occupa il secondo posto subito dopo Facebook.

Ma quali contenuti transitano su questo genere di strumenti che possano attirare e coinvolgere i cittadini? Una risposta può darcela la pagina pubblica aperta su Facebook dalla Mayo Clinic (www.facebook.com/MayoClinic), uno degli ospedali più noti negli Stati Uniti.

Oltre al lancio delle informazioni, delle notizie, e dei documenti pubblicati sui siti istituzionali dell'ospedale (oltre il sito web anche le piattaforme di social networking sul quale l'ospedale opera), la pagina pubblica di Facebook ospita storie di testimonial (spesso accompagnate da filmati caricati su YouTube) e materiali multimediali con scopi formativi e informativi. L'ambiente è organizzato in modo tale da coinvolgere il cittadino, integrando strumenti interattivi che ne favoriscono la partecipazione. Tali strumenti prevedono anche l'interazione in video/chat con i medici ospedalieri ai quali è possibile porre delle domande. Periodicamente vengono infatti pianificati dei seminari in video che sono rilanciati sul canale Facebook in modo tale che all'ora stabilita i cittadini interessati possano seguirli partecipando via chat alla discussione.

La partecipazione in molti casi non è mediata dai medici, come dimostrano le applicazioni che consentono ai cittadini di condividere sulla pagina pubblica dell'ospedale le proprie storie di pazienti. Ma è soprattutto nella promozione di campagne di prevenzione che la pagina pubblica su Facebook dà il meglio di sé, permettendo a tutti i "fan" che si sono registrati di ricevere periodicamente suggerimenti sugli stili di vita da adottare (per esempio come controllare il peso), sulle procedure di screening alle quali essere sottoposti o sull'auto-valutazione dei rischi, primo fra tutti quello cardiovascolare.

Esperienze di questo tipo iniziano a trovare spazio anche in Italia. Ridurre il consumo di alcol (www.menoalcolpiugusto.it) e smettere di fumare (www.scommettichesmetti.it) sono alcuni dei comportamenti salutari che alcune ASL in Italia iniziano a promuovere, soprattutto tra i giovani, attraverso i principali social media.

www.facebook.com/MayoClinic

D'altra parte lo stesso Ministero della Salute, in un dossier pubblicato a dicembre 2010 con le linee guida per la comunicazione on line, ha preso per la prima volta consapevolezza dell'uso dei social media per pianificare e realizzare un'attività di comunicazione in tema di tutela e promozione della salute che contribuisca all'empowerment del cittadino, promuovendone l'impiego presso tutte le strutture sanitarie italiane[3].

Eugenio Santoro
Laboratorio di Informatica Medica
Dipartimento di Epidemiologia, IRFMN Milano
eugenio.santoro@marionegri.it

BIBLIOGRAFIA

1. Santoro E. Web 2.0 e social media in medicina: come social network, wiki e blog trasformano la comunicazione, l'assistenza e la formazione in sanità. Seconda edizione. Roma: Il Pensiero Scientifco Editore, 2011.
2. Santoro E. Facebook, twitter e la medicina. Roma: Il Pensiero Scientifco Editore, 2011.
3. Ministero della Salute. Linee guida per la comunicazione online in tema di tutela e promozione della salute. Roma, dicembre 2010.