COMUNICATO STAMPA

I MEDICI ITALIANI E IL POTERE DEI SOCIAL: I NUOVI DATI

Uno studio coordinato da IEO in collaborazione con esperti dell'Università Bocconi, dell'Università Ca' Foscari e del Centro di Riferimento Oncologico di Aviano, pubblicato sulla rivista "JCO Global Oncology", indica come gli oncologi italiani percepiscano i social e come vorrebbero usarli

Milano, 16 gennaio - Per due terzi dei medici oncologi italiani i social rappresentano un potente strumento di comunicazione scientifica e di interazione con i pazienti: lo dimostra lo studio SMARTY, promosso dall'Istituto Europeo di Oncologia in collaborazione con esperti dell'Università Bocconi, dell'Università Ca' Foscari e del Centro di Riferimento Oncologico (CRO) di Aviano, appena pubblicato sulla rivista *JCO Global Oncology*.
L'unicità dello studio è l'offerta di una visione d'insieme del rapporto medico-social media e di una base metodologicamente rigorosa per potere definire un codice di comportamento nell'uso dei social media in ambito sanitario. Ha inoltre un approccio trasversale al tema, che tiene conto anche del punto di vista degli esperti di marketing e comunicazione. Il team di studio - coordinato da **Manuelita Mazza**, oncologa IEO, e **Mattia Garutti**, oncologo del CRO di Aviano, con la supervisione del **Prof. Giuseppe Curigliano**, Direttore della Divisione nuovi Farmaci per Terapie Innovative IEO - ha infatti coinvolto **Elena Bellio** dell'Università Ca' Foscari e **Luca Buccoliero** dell'Università Bocconi. Al disegno dello studio ha partecipato **Luigi O. Molendini,** medico legale IEO, mentre all'interpretazione dei dati hanno attivamente contribuito due specializzandi IEO: **Elena Battaiotto** e **Carmine Valenza**.

La ricerca ha coinvolto 116 medici oncologi (specialisti e specializzandi) di età compresa fra i 26 e i 71 anni, a diversi livelli di carriera, di cui quasi il 70% utilizza le piattaforme social per la comunicazione medica. Obiettivo dello studio era conoscere le preferenze, esperienze, opinioni e aspettative per individuare i diversi profili dei medici "social media users".

Sono emersi tre profili: altamente social (31%), scettico (31%) e moderatamente social (38%). Nello specifico lo studio evidenzia che il 95% dei partecipanti ha un profilo social network personale, il 22% un profilo professionale e il 23 % un profilo ibrido. In generale gli oncologi più adulti e con più esperienza passano più tempo sui social e li tengono in maggiore considerazione, mentre i più giovani, che si trovano nella fase iniziale della carriera, tendono a farne un uso personale. Questo dato è in contrasto con gli studi condotti dieci anni fa, principalmente negli Stati Uniti, su tutto il personale medico, che mostravano una tendenza opposta: i medici più giovani erano i più inclini ad utilizzare i social anche per motivi professionali, i medici in piena carriera, fra i 45 e i 55 anni, sembravano evitarne del tutto l'utilizzo, mentre gli over 55 ne facevano un uso maggiore, ma preferivano comunque i media tradizionali.

«L'evoluzione che osserviamo oggi nell'uso dei social da parte dei medici potrebbe essere causata dalle differenze geografiche e temporali, ma soprattutto dal cambiamento dei modelli di utilizzo da parte della generazione "digital-naïve", che ha vissuto la transizione digitale sui social, rispetto ai nativi digitali per i quali i social sono un'espressione naturale dell'esperienza comunicativa" commenta **Luca Buccoliero**.

“Confrontando questi risultati con altre ricerche condotte sui medici italiani di ogni disciplina, emerge che la percezione dell’uso dei social non cambia sostanzialmente. Possiamo quindi affermare che la maggioranza dei medici considera i social uno strumento valido per disseminare nuove conoscenze, fornire aggiornamenti senza limiti geografici o di costo, promuovere un approccio critico alle posizioni degli opinion leader, creare nuove connessioni, incoraggiando nuove collaborazioni e reclutare pazienti per gli studi sperimentali. Certamente i rischi vengono percepiti, primo fra tutti la circolazione di (mis-)informazioni scorrette e la possibile violazione della privacy. È evidente tuttavia che i benefici superano ampiamente questi rischi” aggiunge **Mattia Garutti**.

“Ora siamo in attesa dei risultati dell’indagine sullo stesso tema dal punto di vista dei pazienti. Sarà interessante capire se l’uso che i medici fanno dei social è efficace, cioè se effettivamente migliora il rapporto medico-paziente e il rapporto paziente-malattia, due elementi fondamentali nel percorso delle malattie oncologiche. La comunicazione sui social media è ormai parte integrante della quotidianità, una finestra attraverso cui fluiscono informazioni di ogni genere e si intrecciano esperienze. In questo spazio, il vissuto dei pazienti si verbalizza e si fonde con quello dei clinici, creando un dialogo unico. Sono profondamente interessata a esplorare l’esperienza dei pazienti sui social, per apprendere direttamente dalle loro narrazioni e affinare i nostri approcci comunicativi con tali strumenti, rendendoli più empatici ed efficaci” continua **Manuelita Mazza.**

“La ricerca attualmente in corso, incentrata sulle persone con esperienza oncologica, rappresenta per me uno strumento fondamentale per avanzare la conoscenza in questo ambito e per tracciare le basi di un’oncologia 2.0, più connessa, più prossima, più consapevole. Insomma, più SMARTY. L'utilizzo dei social media in oncologia apre nuove prospettive per migliorare la comunicazione medico-paziente, favorire il coinvolgimento dei pazienti e creare una comunità online di supporto e informazione. La sfida futura sarà quella di sfruttare appieno le potenzialità dei social media, garantendo al contempo la correttezza delle informazioni, la privacy dei pazienti e il rispetto dell'etica professionale" conclude **Mazza**.

Titolo e link allo studio: Role of Social Media for Medical Oncologists and Medical Oncology Fellows (SMARTY): an Italian Cross-sectional Study. Link: DOI https://doi.org/10.1200/GO-24-0045

Ufficio Stampa IEO
Donata Francese: donata.francese@dfpress.it 3356150331