

IL CUORE BATTE NEL WEB

Le conversazioni in internet in area cardiovascolare

Il Web 2.0 ha cambiato la percezione e la fruizione di Internet, da semplice fonte di informazioni Internet è diventato luogo di scambio di informazioni ed esperienze multidirezionale. La quantità di dati reperibili online è aumentata esponenzialmente negli ultimi anni, rendendo il Web una delle più ricche fonti di informazione anche sui temi di salute. Oltre **l'80% degli italiani cerca informazioni sulla salute. 7 su 10 le cercano sul web**. Da qui l'esigenza di un'analisi sistematica sul web: ***"Il cuore batte nel web"***, indagine realizzata da IQVIA per conto di Sanofi, in collaborazione con la ***Fondazione Italiana per il Cuore***, finalizzata ad analizzare i volumi e i temi di conversazione sul web in area cardiovascolare, con un'attenzione anche all'esperienza dell'emergenza sanitaria.

Il metodo

Definito il perimetro dell'analisi e le keywords da analizzare, è stata condotta un'estrazione delle conversazioni degli ultimi 2 anni e fatta - attraverso tecniche di data mining, machine learning e algoritmi di Natural Language Processing (NLP), un'analisi sulle fonti e i temi di conversazione.

I risultati

Nonostante in Italia le malattie cardiovascolari siano la prima causa di morte, sul web si parla soprattutto di vaccini e tumori. Solo al 5° posto le conversazioni sulle malattie cardiovascolari.

235.000 le conversazioni sul web negli ultimi due anni in area cardiovascolare, concentrate soprattutto su ictus (40%), infarto (30%) e scompenso cardiaco (29%) Facebook è il canale prevalente per la condivisione delle informazioni. .

I principali argomenti di conversazione riguardano sintomi e diagnosi (25%), trattamenti (18%), cause e fattori scatenanti la malattia (14%), qualità della vita (13%). Scarse invece le conversazioni su prevenzione e stili di vita (solo il 5% delle conversazioni su questo tema).

Paure, depressione, impatto fisico e psicologico sono le preoccupazioni più frequenti dei pazienti e dei loro familiari.

Nel periodo COVID aumentano i discorsi sull'infarto (+ 59%) e i temi di conversazione si concentrano sui rischi di comorbidità e terapie CV e sulle difficoltà e ritardi di accesso all'ospedale.

I caregivers sono i principali attori della discussione sull'ictus, mentre pazienti e medici sono maggiormente attivi nelle discussioni su infarto e scompenso.

Il 59% dei pazienti non è soddisfatto dell'esperienza di cura. L'insoddisfazione si rafforza nel periodo COVID, dove crescono paure e preoccupazioni. Una buona esperienza di comunicazione con il medico e ascolto favorisce la soddisfazione del paziente e il suo coinvolgimento nella cura.

Take home messages

- L'attenzione al tema cardiovascolare sul web non è coerente con la rilevanza del tema in termini di rischi per la salute e mortalità.
- Le conversazioni si concentrano soprattutto su sintomi, diagnosi e conseguenze (psicologiche e fisiche), molto meno sulla prevenzione. Fondamentale favorire l'informazione sulla prevenzione e i corretti stili di vita

- I Social Media (in particolare Facebook) sono il principale canale di condivisione delle informazioni, fondamentale riuscire a veicolare contenuti corretti e modelli virtuali di prevenzione e cura anche attraverso i Social Media (Facebook in primis!)
- L'emergenza sanitaria ha rafforzato paure e timori delle persone e le difficoltà di relazione/contatto con il medico.
- Da qui l'esigenza di sviluppare nuovi modelli di cura e di presa in carico del paziente – anche a distanza (strumenti digitali, telemedicina), per favorire il coinvolgimento e la responsabilizzazione del paziente e l'esperienza positiva di cura.