



CONVEGNO

La prevenzione vaccinale dell'anziano e del fragile nel PNPV
2023-2025 Programmi e obiettivi governativi, modelli
organizzativi sul territorio, strategie di comunicazione

29 e 30 novembre 2023

Ministero della Salute, Lungotevere Ripa

**La comunicazione a livello
regionale e la comunicazione del
rischio in Sanità Pubblica:
strumenti di misurazione ed
analisi per il contrasto della
disinformazione**

Caterina Rizzo, Professore Ordinario di Igiene Generale
e Applicata, Università di Pisa



UNIVERSITÀ
DI PISA

I pilastri della comunicazione del rischio

Pilastro 1 – Costruire fiducia Fidarsi dei cittadini

Pilastro 2 – Comunicare l'incertezza

Pilastro 3 – Coinvolgere le comunità

Pilastro 4 – Fornire messaggi tempestivi, chiari, coerenti ed empatici

Pilastro 5 – Coordinarsi tra istituzioni

Pilastro 6 – Ritagliare le informazioni sui bisogni e valutare la percezione del rischio

Pilastro 7 – Avere personale e budget dedicato alla comunicazione

Pilastro 8 – Attivare pianificazione, simulazione, monitoraggio e valutazione

Pilastro 9 – Promuovere la relazione con social media e media tradizionali

Infoveillance
Infodemology





Centro Nazionale per la Prevenzione ed il Controllo delle Malattie

PROGETTO ESECUTIVO - PROGRAMMA CCM 2022

DATI GENERALI DEL PROGETTO

TITOLO

Comunicare il rischio nelle emergenze per la Sanità Pubblica (CreSP)

ACRONIMO: CreSP

ENTE CAPOFILA: Università di Pisa

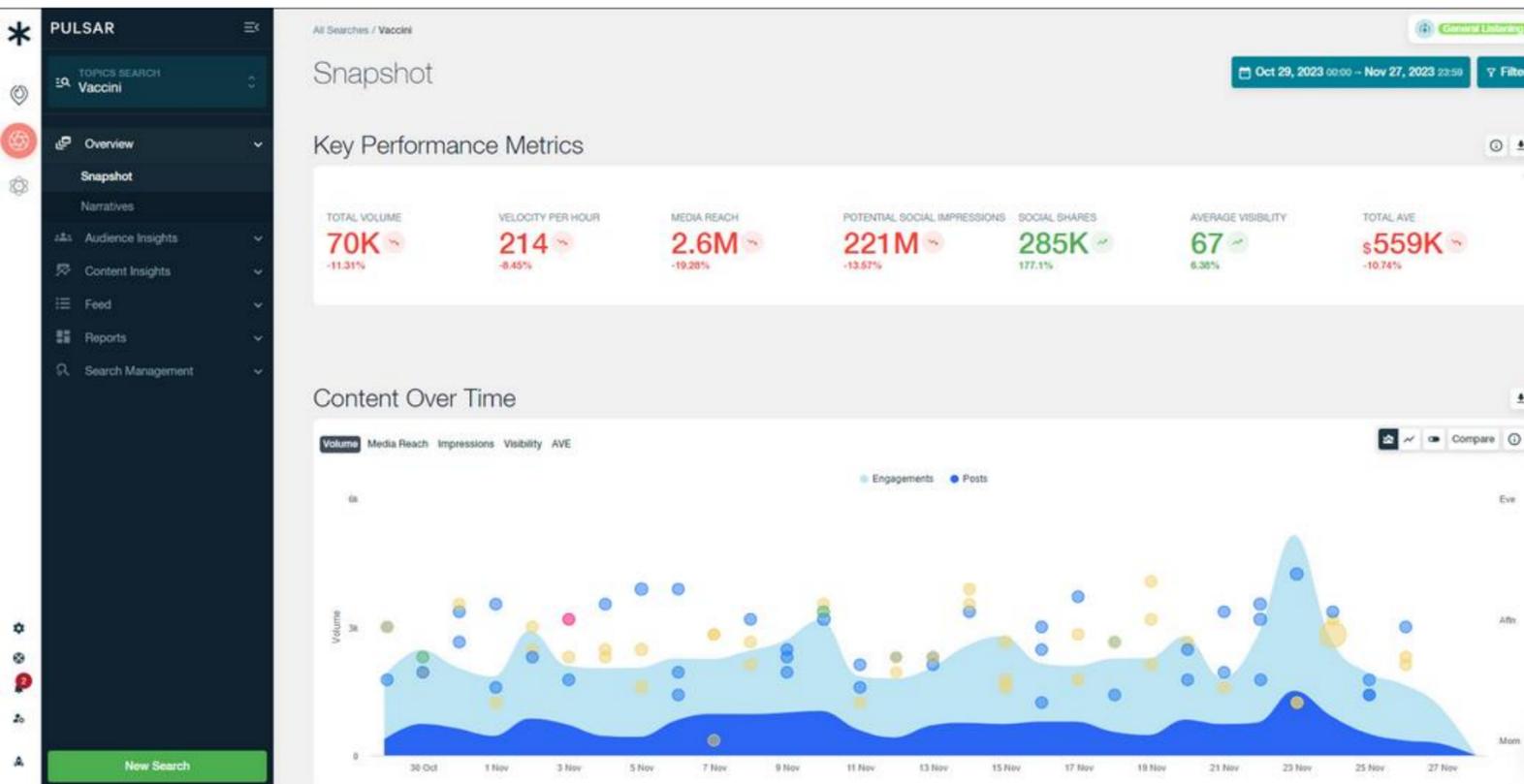
ENTI PARTECIPANTI: Area di Ricerca Malattie Multifattoriali e Complesse, Ospedale Pediatrico Bambino Gesù; Dipartimento Informatica dell'Università La Sapienza

Obiettivo specifico 1: Implementazione di un modello di formazione sui temi della comunicazione del rischio

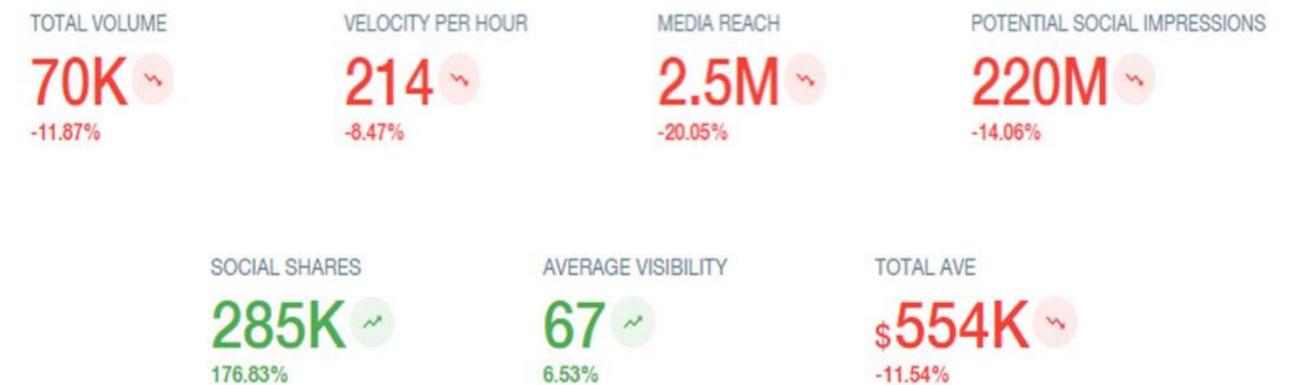
Obiettivo specifico 2: Implementazione della piattaforma di monitoraggio dei social media

Obiettivo specifico 3: Disseminazione e utilizzo dell'evidenza prodotta per promuovere l'implementazione di programmi di comunicazione del rischio in Sanità Pubblica

Il monitoraggio dei social media



Dati dal 29 ottobre 2023 al 27 novembre 2023



Total Volume

Volume totale di contenuti social nel periodo di riferimento intercettati con il filtro di ricerca



Media Reach

Numero di utenti che si sono potenzialmente imbattuti negli articoli web intercettati



Social Media Reach (potential social impressions)



Social Share

Numero di volte in cui sono stati condivisi contenuti social intercettati (indica l'engagement dell'audience rispetto al topic e l'eventuale viralità)



Velocity per Hour

Numero di contenuti pubblicati in un'ora



UNIVERSITÀ DI PISA



Emotions, Sentiment Average, and Credibility

Misurazione della percezione che gli utenti social hanno di specifici argomenti

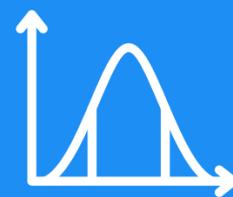


Dati dal 29 ottobre 2023 al 27 novembre 2023



Emotions

Sadness - Joy
Acceptance - Boredom
Anger - Fear
Caution - Gratitude



Sentiment Average

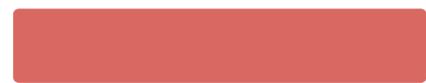


Credibility



UNIVERSITÀ
DI PISA

Narrative identificate rispetto alla vaccinazione antinfluenzale

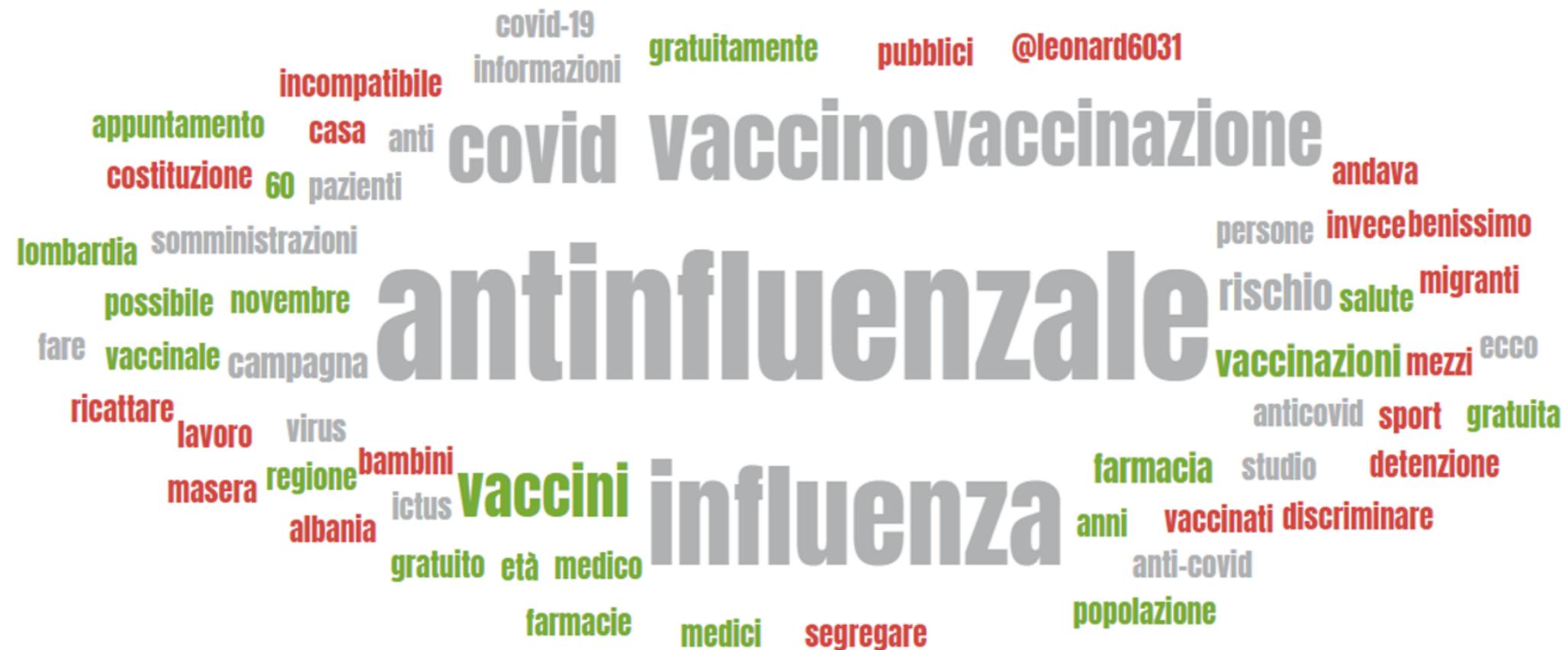


Narrativa positiva



Narrativa negativa

● Positive ● Negative ● Neutral

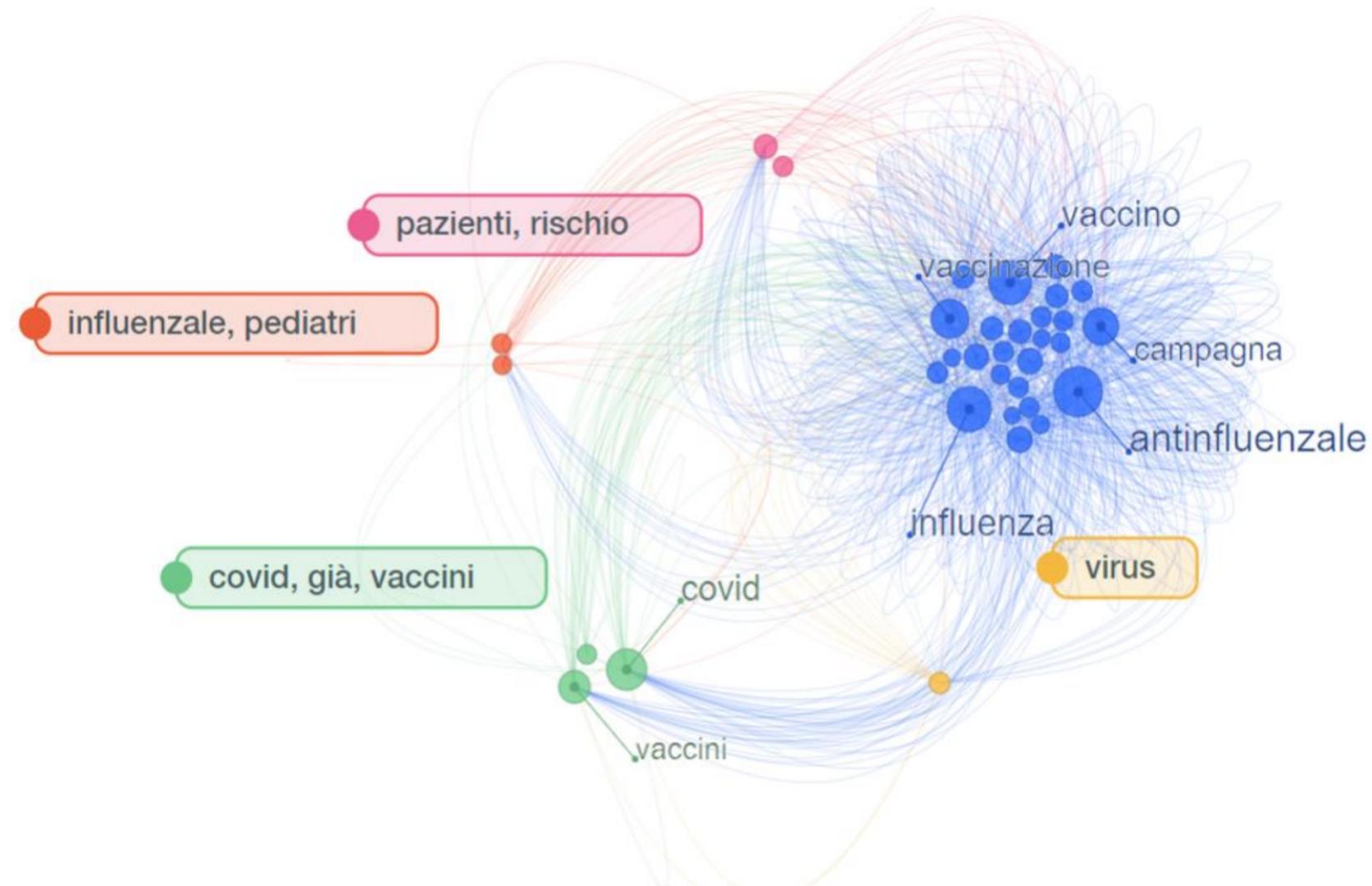


Narrative identificate rispetto alla vaccinazione antinfluenzale - OTTOBRE

Un'ampia fetta della conversazione su Twitter in ottobre riguarda la notizia della promozione della campagna di vaccinazione antinfluenzale nelle diverse Regioni.

Dall'analisi delle keyword sembrano emergere le seguenti narrative nel mese di ottobre:

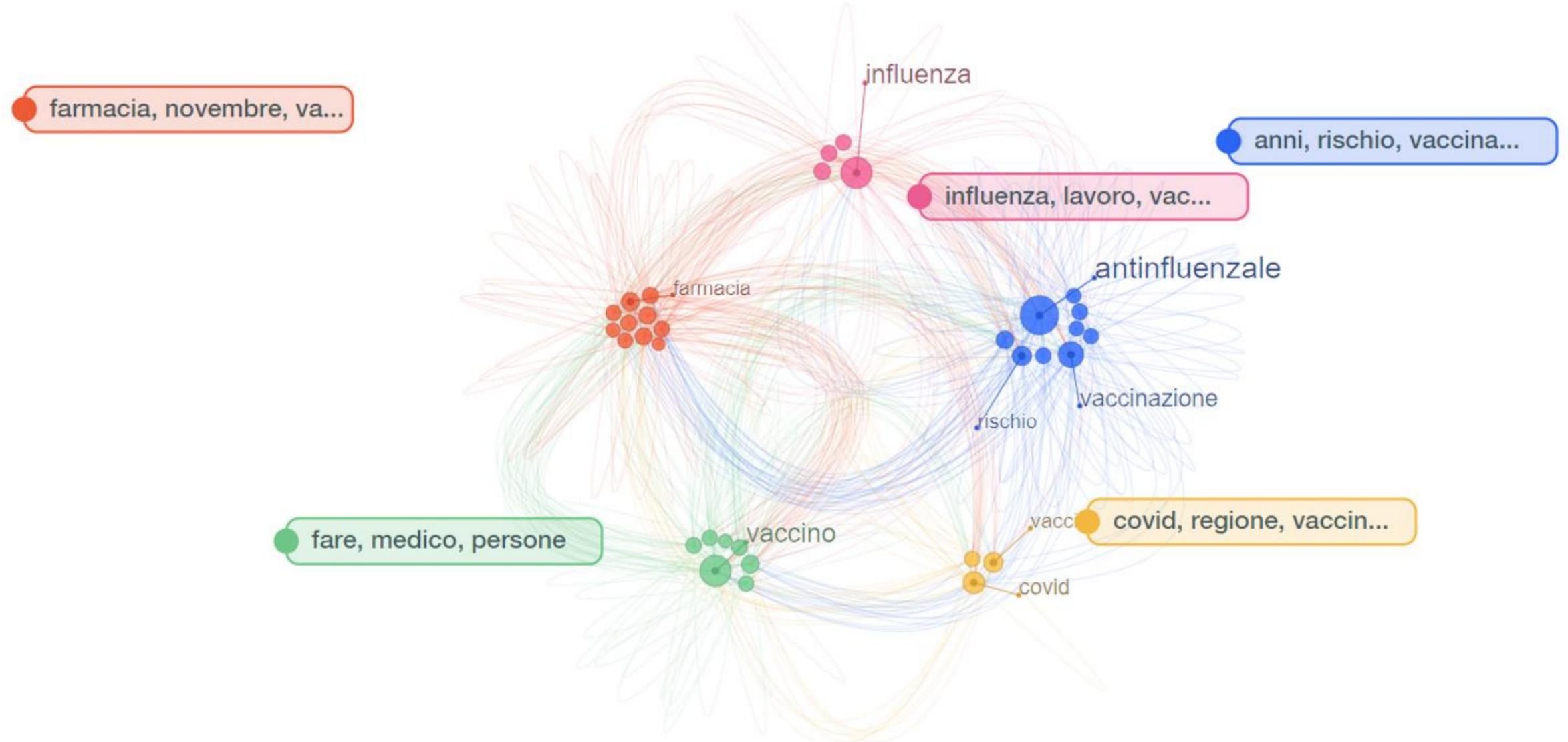
- informazioni relative alla vaccinazione antinfluenzale nei **bambini**
- informazioni relative alla vaccinazione antinfluenzale nei **pazienti a rischio**
- associazione vaccinazione antinfluenzale e anti-covid** (e dubbi su come procedere per chi abbia già avuto il Covid-19)



Dall'analisi delle keyword sembrano emergere le seguenti narrative nel mese di novembre:

- informazioni relative e promozione della vaccinazione antinfluenzale in **farmacia**
- associazione vaccinazione antinfluenzale e anti-covid (e dubbi su come procedere per chi abbia già avuto il Covid-19)
- polemiche su **green pass** - obbligo vaccinale per entrare al lavoro

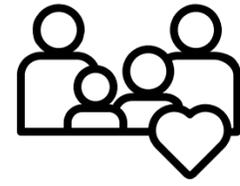
Narrative identificate rispetto alla vaccinazione antinfluenzale - NOVEMBRE



Narrative distorte su vaccinazione antinfluenzale



“Dopo aver fatto il vaccino antinfluenzale ho avuto la peggior influenza della mia vita! Gli anni in cui non l’ho fatto mi sono ammalato/a di meno.”



“Dopo aver fatto il vaccino antinfluenzale i miei familiari hanno iniziato a stare male e sono insorte molte patologie (più di una volta citate malattie autoimmuni e miocarditi)”



“Il mio medico me lo ha sconsigliato/dice che non ne ho bisogno”.



“Il vaccino antinfluenzale è inutile perché è fatto su un vaccino vecchio che ha almeno un anno”

Narrative identificate tramite associazioni di keywords
(dati dal 29 ottobre 2023 al 27 novembre 2023)



UNIVERSITÀ
DI PISA



**Grazie per
l'attenzione.**

caterina.rizzo@unipi.it



**UNIVERSITÀ
DI PISA**