

Tecnologie a forte impatto sull'aggiornamento medico. Progetto ASCO una realtà

Twitter

“La più grande rete d'informazione mondiale”, così Dick Costolo CEO di Twitter definisce i messaggi dell'uccellino.

Immediatezza, sintesi, link diretto agli approfondimenti, funzionalità studiate per la ricerca e la diffusione di contenuti (# ashtag). Ingredienti ideali per chi deve produrre flussi d'informazione e divulgarla nel modo più efficace, continuativo, rapido e interattivo.

Facebook

Ulteriore fenomeno degli ultimi anni, strumento ideale per aggregare, condividere e amplificare messaggi, dove si esalta lo spirito di appartenenza a una o più comunità.

Affermazione dei social media e network

Facebook e Twitter sono gli esempi più conosciuti e diffusi tra i social media e network, con milioni di seguaci in costante aumento. Implicita anche la loro continua trasformazione per fornire un'ampia serie di funzioni adatte a soddisfare le esigenze professionali più sofisticate.

Pensiamo alla sola ricerca di informazioni che vanno ad arricchire enormi banche dati (big data) lette e interpretate per analizzare tendenze di comportamenti, consumi e molto altro, ovviamente anche per il mondo sanitario. Facebook e Twitter mettono in eviden-

za anche altri interessanti cambiamenti (Business Insider 2014):

- i social sono ai vertici delle attività svolte su Internet, anche rispetto alle e-mail;
- per il 60% del tempo dedicato ai social, sono i tablet e gli smartphone a primeggiare rispetto ai PC;
- i social hanno conquistato anche gli over 60 e il loro uso si sta già affermando in ambito sanitario.

Tutto questo comporta una forte redistribu-

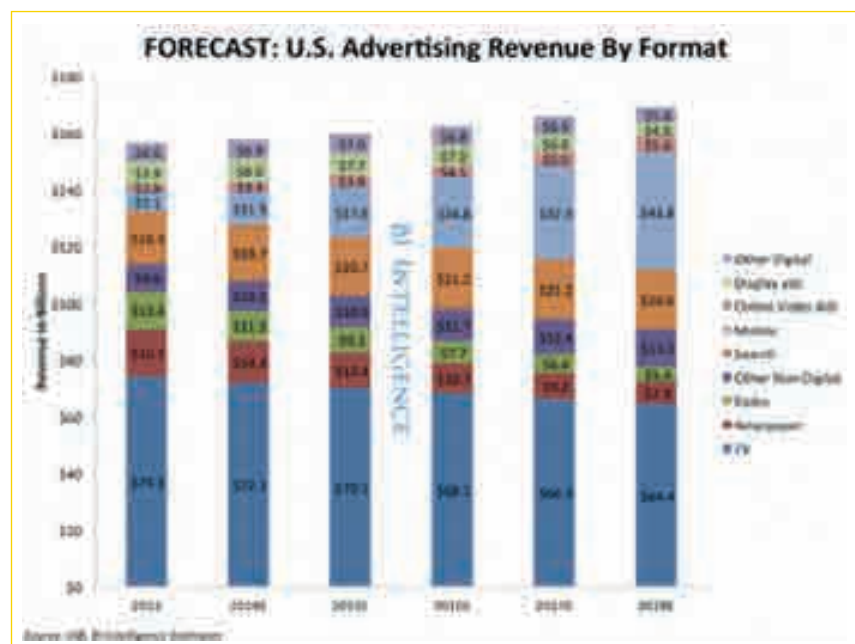
zione dei mezzi usati per accedere all'informazione.

I medici si informano su internet

Secondo la recente ricerca GfK Eurisko, *Il cambiamento socioculturale*, il 58% dei medici riferisce che: “Internet è una delle fonti di informazioni che preferisco”.

Non può, quindi, sorprendere che gli stessi medici dichiarino, quasi, unanimemente (il

FIGURA 1.



93%) che su internet "studio, approfondisco tematiche scientifiche o in risposta a un problema o bisogno specifico".

A questo punto non sembra nemmeno eccessivo che gli specialisti cardiologi, dermatologi, pneumologi e altri mettano sullo stesso piano il canale di informazione tradizionale (riviste, congressi e ISF) e quello virtuale (internet e FAD).

La quantità di contenuti online non è necessariamente di qualità, non vi è né filtro scientifico né quello promozionale. Invece di demonizzare cerchiamo di comprendere le nuove dinamiche e inserirci nel flusso di comunicazione.

FIGURA 2.



Come evolverà l'investimento pubblicitario (Fig. 1)

Una previsione degli investimenti pubblicitari di tutti i settori commerciali per i prossimi anni evidenzia come tablet e smartphone (mobile) guadagneranno terreno rispetto ai format più tradizionali come TV, giornali, ecc. Se consideriamo il livello di accuratezza raggiunto in certi settori commerciali per programmare la loro pubblicità, questa previsione confermerebbe la prospettiva di una notevole crescita del settore dei device, dove lo sviluppo tecnologico è velocissimo e esteso a molte tipologie di prodotti, pensiamo ai Google Glass e ai tablet ibridi come Microsoft Surface.

Video-comunicazione (Fig. 2)

Pur non trattandosi di una novità, si attribuisce una forte potenza a tutto ciò che è prodotto in video. Già negli anni '80 e '90 i VHS e i CD Rom permisero una consistente affermazione degli audiovisivi per l'aggiornamento medico. Adesso il formato digitale e i device, oltre al web, sono il territorio ideale per attualizzare le potenzialità degli audiovisivi, purché ci si imponga una loro effettiva reinterpretazione da un punto di vista tecnologico e anche da parte di chi sta davanti alla telecamera (relatori, ecc.).

Tecnologie applicate all'aggiornamento e all'informazione medica

L'analisi di questi scenari è necessaria per guardare con maggiore consapevolezza

alle ricadute sull'aggiornamento e all'informazione medica. Da tantissimi anni il numero e la velocità delle notizie sono enormi e di difficile controllo in termini quantitativi e qualitativi, come del resto accade in altri settori professionali.

Aumentano le modalità di accesso ai contenuti

Per questo le principali riviste mediche, le società scientifiche e le piattaforme di ricerca come PubMed e Medscape hanno attivato i social network che oltre tutto contribuiscono a generare accessi ai loro siti web e quindi amplificare l'accesso ai contenuti e innescare l'interazione tra lettori.

Il lettore ha così un'ampia possibilità di scelta, di ulteriore personalizzazione dei percorsi di aggiornamento/informazione, di accedere in qualsiasi momento e nel modo che ritiene più adatto a obiettivi di ricerca, strumenti a disposizione, tempo disponibile.

Valore dei contenuti

Non ci stanchiamo di ricordare che il moltiplicarsi di modalità di diffusione non deve distrarre dalla solidità dei contenuti messi a disposizione del pubblico. E questo è un grosso punto di forza che possono esercitare le società e le istituzioni scientifiche che producono contenuti finalizzati a informare e aggiornare le varie categorie di medici.

Mix editoriale SIMG: ampiezza e valore

Quindi arriviamo al mix editoriale della SIMG. Gran parte di quanto è stato elencato si è ben inserito nella produzione editoriale della società e la risposta da parte dei medici è molto positiva sia per la componente web, sia per quella delle pubblicazioni cartacee. Lo dimostrano i dati di accesso al portale ASCO e i positivi esiti dell'indagine d'opinione sulla rivista SIMG e pubblicata nel fascicolo n. 3/2014. Occorre infatti ricordare come l'editoria tradizionale, quella cartacea, conservi una sua quota di interesse in ambito professionale.

Lo sforzo degli editori consisterà nel ricercare nuove formule per far coesistere differenti prodotti e renderle egualmente attrattive per i lettori.

Nuove tecnologie per nuove opportunità

Per puntare a sviluppi futuri è importante fare una sintetica analisi dell'attuale stato.

Progetto ASCO (www.progettoasco.it)

Applicazione per iPad e iPhone

- APP per iPad e iPhone (a breve disponibilità anche per il sistema Android).
- APP con ampie funzionalità ideali per la consultazione veloce.
- Per la versione iPad in homepage è pre-



sente anche uno “slider” per visualizzare subito le top news.

Sito web vetrina editoriale SIMG

- L’Homepage del sito web è stata arricchita con i titoli delle principali riviste internazionali dai quali è possibile accedere ai relativi contenuti.
- Le icone della Rivista SIMG e di Media, con le rispettive top news (divulgate anche con la newsletter ASCO), sono a portata di click per la consultazione integrale e l’accesso all’archivio.
- La serie “Disease Management” SIMG è presente con l’accesso completo all’ultima monografia pubblicata e l’accesso all’archivio di questa serie che ha superato da tempo i 40 titoli.

Statistiche di accesso

- Nel periodo gennaio-settembre 2014 si conta una media di **140.000** accessi unici mensili, in netto progresso rispetto al 2013 e agli anni precedenti.
- In crescita anche il tempo di permanenza per consultazione (**oltre 4 minuti**) e il numero di pagine visitate (**4,4**) da chi accede al portale ASCO.