

44°

CONVEGNO NAZIONALE
di Studi di Medicina Trasfusionale

Rimini | Palacongressi, 3-5 maggio 2022



Social media e reclutamento del donatore di sangue

Marco Bani

Dipartimento di Medicina e Chirurgia

Università degli Studi di Milano – Bicocca

marco.bani1 @unimib.it

Il sottoscritto, Marco Bani in qualità di Relatore
dichiara che

nell'esercizio della Sua funzione e per l'evento in oggetto, NON È in alcun modo portatore di interessi commerciali propri o di terzi; e che gli eventuali rapporti avuti negli ultimi due anni con soggetti portatori di interessi commerciali non sono tali da permettere a tali soggetti di influenzare le sue funzioni al fine di trarne vantaggio.



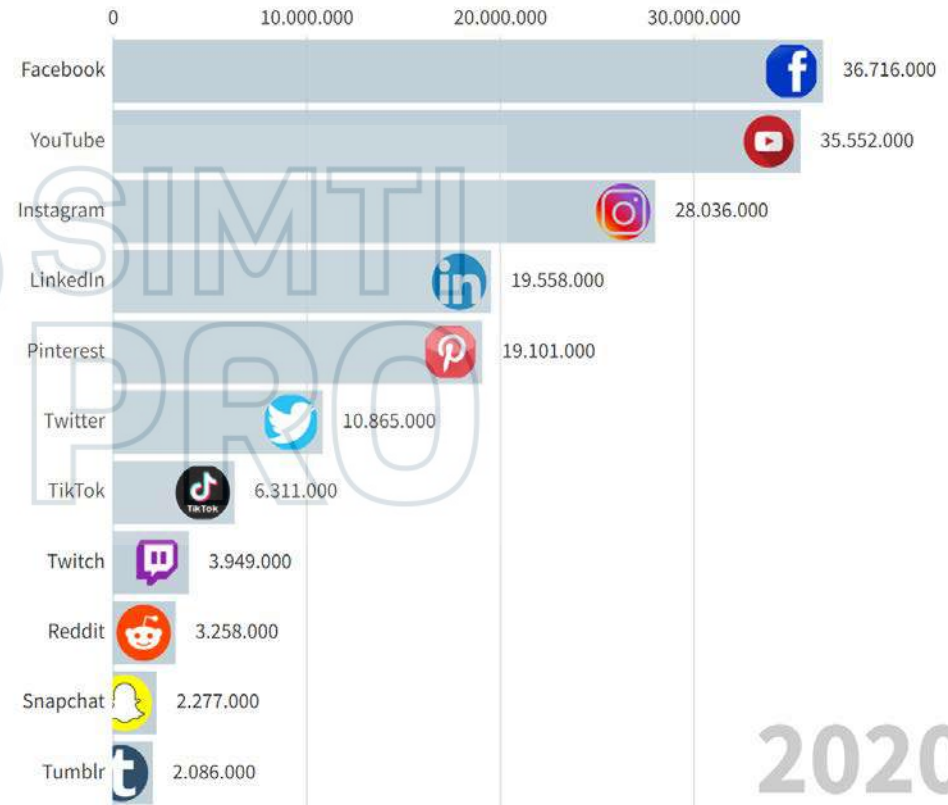
Social media e donazione

- Che ruolo hanno i social nella promozione della donazione
- Cosa possono dirci i social per fare promozione della donazione



Social media 1

- I social media sono un palcoscenico su cui sempre più spesso si discute (anche) anche di donazione



VINCOS

2020
ID ITALIA IN DATI
I dati che aiutano a capire l'Italia

Social media 2



CENTRO NAZIONALE SANGUE

Centro Nazionale Sangue

Follower: 15.328 • Seguiti: 104

Instagram

Cerca

CENTRO NAZIONALE SANGUE

centronazionale sangue

Segui

Post: 192 4.137 follower 446 profili seguiti

Centro Nazionale Sangue

Ente pubblico

Ente pubblico istituito nel 2007

Organismo di coordinamento nazionale del sistema sangue

www.donailsangue.salute.gov.it

Social media e donazione

- Two way communication
- Riconoscere topic in trend (barriere o criticità)
- L'opinione degli utenti è un fattore centrale:
 - le persone sembrano fidarsi e prestare maggiore attenzione a
 - informazioni negative piuttosto che positive
 - informazioni provenienti dai colleghi/amici piuttosto che dalle istituzioni
- Il contesto dei social è «turbolento»

Social media 3

Da Dr.ssa A [redacted]

Buongiorno a tutti, volevo mettervi al corrente di un'informazione che ho ricevuto stamattina da una mia infermiera amica infermiera che lavora in Avis.. Pare che ci sia stata un'impennata di sacche di sangue buttate in seguito alla formazione di coaguli! Dal momento che chi ha fatto le vaccinazione per il covid può serenamente donare, il sospetto che ci possa essere una correlazione è forte! Qualcuno ha altre notizie? Si sa come monitorare e tracciare ufficialmente questo dato? Magari potrebbe esserci utile! buona giornata!!

← 5 12

COMUNICAZIONE URGENTE - Bimbo di 17 mesi necessita di sangue gruppo B positivo per leucemia fulminante. Chiamate F [redacted] allo 0 [redacted] Fatela girare altrimenti a cosa serve stare qui! Usiamo facebook per qualcosa di nobile.. FAI COPIA ED INCOLLA GRAZIE4 or5" Di:U [redacted] S [redacted] Foto:1
7 settembre 2009 alle ore 16:23 - Amici
Mi piace · Aggiungi una reazione · 2 commenti · Notizia completa

NON FATE FINTA DI NON VEDERE QUESTO COMUNICATO
CONDIVIDETE E FATE GIRARE.....SI CONDIVIDONO TANTE CAZZATE,
QUESTA È UNA COSA URGENTE METTETE LA MANO SUL CUORE NON
IGNORATE QUESTO MESSAGGIO GRAZIE : FATE GIRAREEEEEEEEEEE
EEE.....IIII COMUNICAZIONE URGENTE..... BIMBO DI 17 MESI.....NECESSITA
SANGUE.... GRUPPO B POSITIVO...PER LEUCEMIA FULMINANTE....C
HIAMATE F [redacted] IIIII 09 [redacted].....FATELA GIRARE ALTRIMENTI A
COSA SERVE STARE QUI.....USIAMO FACEBOOK PER QUALCOSA DI
NOBILE..
4 min · Tutti
Mi piace · Aggiungi una reazione · Commenta · Condividi · Notizia completa

NON FATE FINTA DI NON VEDERE QUESTO COMUNICATO
CONDIVIDETE E FATE GIRARE.....SI CONDIVIDONO TANTE CAZZATE,
QUESTA È UNA COSA URGENTE METTETE LA MANO SUL CUORE NON
IGNORATE QUESTO MESSAGGIO GRAZIE : FATE GIRAREEEEEEEEEEE
EEE.....IIII COMUNICAZIONE URGENTE..... BIMBO DI 17 MESI.....NECESSITA
SANGUE.... GRUPPO B POSITIVO...PER LEUCEMIA FULMINANTE....C
HIAMATE F [redacted] IIIII 09 [redacted].....FATELA GIRARE ALTRIMENTI A
COSA SERVE STARE QUI.....USIAMO FACEBOOK PER QUALCOSA DI
NOBILE..
21 settembre 2011 alle ore 23:14 · Tutti
1 · Mi piace · Aggiungi una reazione · Commenta · Condividi · Notizia completa

<https://www.bufale.net/search/donazione%20sangue/>

Social media e donazione

- Alcuni lavori suggeriscono iniziali (**deboli**) evidenze che i social possano:
- Sviluppare la consapevolezza dell'importanza della donazione
- Stimolare il comportamento di donazione
- Diffondere messaggi di richiesta di donazione

• Duh et al. 2021; Abbasi et al., 2018; Alanzi et al., 2019

Social media e donazione

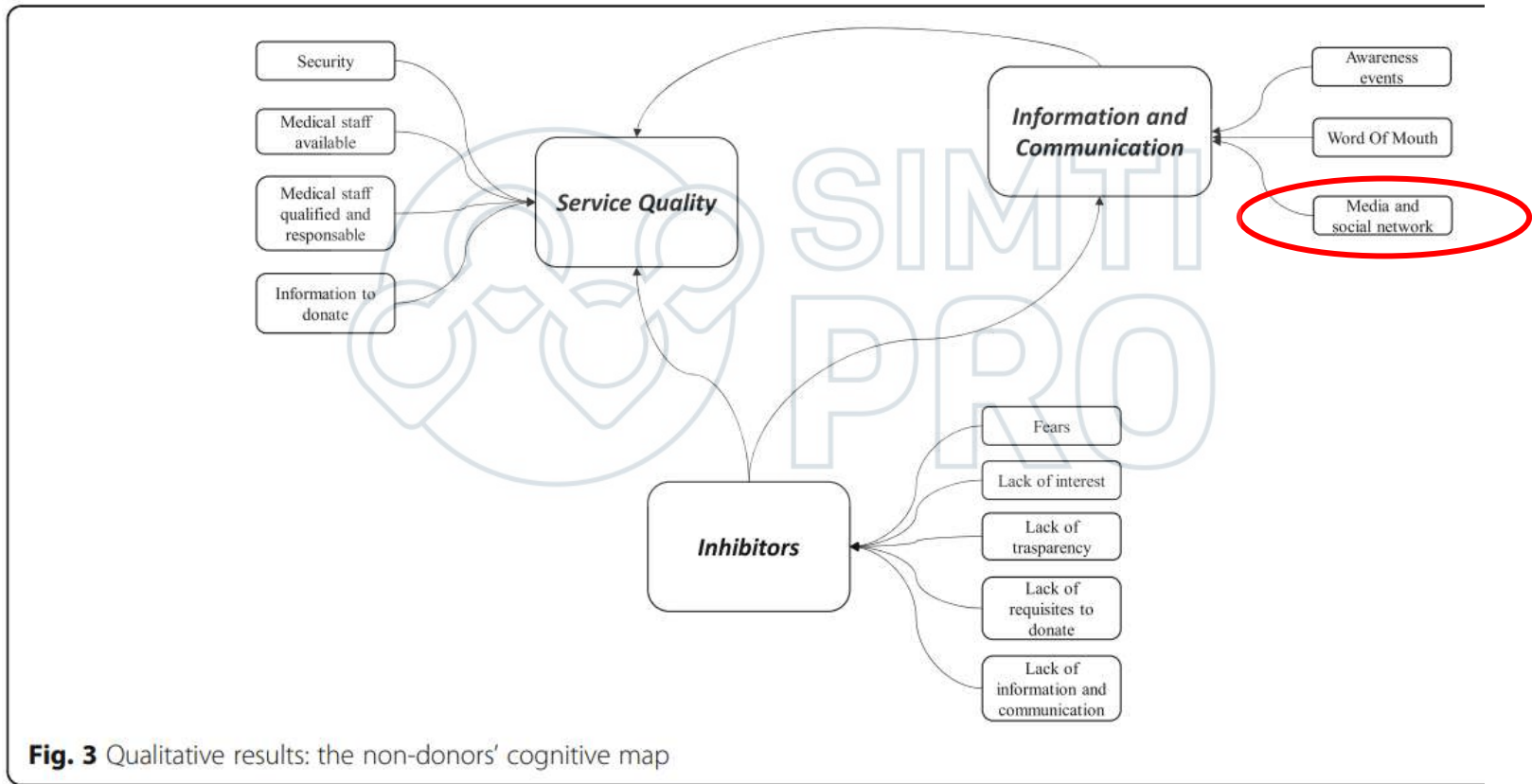


Fig. 3 Qualitative results: the non-donors' cognitive map

- Mugion et al. 2021

Quanto sono importanti i social media nel reclutamento?

TABLE 1. Motivational factors according to donor status and age*

Motivational factors	Total, n = 2920 (100%) [†]	FTDs, n = 157 (5.4%)	Repeat donors, n = 2693 (92.2%)	p value [‡]	All donors stratified by age (years)				
					18-19	20-29	30-39	40-49	≥50
No additional motivation	1994 (68.3)	17 (10.8)	1938 (72.0)	<0.001	68 (37.8)	649 (60.4)	418 (70.1)	300 (76.5)	541 (84.4)
Friends/relatives	776 (26.6)	114 (72.6)	647 (24.0)	<0.001	108 (60.0)	425 (39.6)	103 (17.3)	59 (15.1)	75 (11.7)
Postcards	448 (15.3)	2 (1.3)	435 (16.2)	<0.001	6 (3.3)	146 (13.6)	117 (19.6)	59 (15.1)	114 (17.8)
Social media	217 (7.4)	24 (15.3)	185 (6.9)	<0.001	30 (16.7)	117 (10.9)	42 (7.0)	11 (2.8)	10 (1.6)
Flyers	116 (4.0)	16 (10.2)	96 (3.6)	<0.001	10 (5.6)	74 (6.9)	13 (2.2)	5 (1.3)	10 (1.6)
E-mail	100 (3.4)	14 (8.9)	80 (3.0)	<0.001	3 (1.7)	35 (3.3)	26 (4.4)	21 (5.4)	13 (2.0)
Banner	53 (1.8)	7 (4.5)	45 (1.7)	NS [‡]	2 (1.1)	29 (2.7)	11 (1.8)	3 (0.8)	7 (1.1)
Guided tour	48 (1.6)	4 (2.5)	44 (1.6)	NS	11 (6.1)	20 (1.9)	4 (0.7)	5 (1.3)	8 (1.2)
Newspaper	48 (1.6)	5 (3.2)	41 (1.5)	NS	2 (1.1)	7 (0.7)	7 (1.2)	11 (2.8)	19 (3.0)
Advertisement in city center	32 (1.1)	3 (1.9)	28 (1.0)	NS	2 (1.1)	22 (2.0)	6 (1.0)	1 (0.3)	1 (0.2)
Radio	31 (1.1)	1 (0.6)	28 (1.0)	NS	1 (0.6)	9 (0.8)	6 (1.0)	3 (0.8)	11 (1.7)
Television	27 (0.9)	4 (2.5)	21 (0.8)	NS	5 (2.8)	5 (0.5)	1 (0.2)	5 (1.3)	10 (1.6)
Advertisement in shopping center	27 (0.9)	4 (2.5)	21 (0.8)	NS	6 (3.3)	8 (0.7)	2 (0.3)	2 (0.5)	6 (0.9)

* Data are reported as number (% of total for each strata; % of total per strata for each motivational factor), multiple answers were possible.

[†] 70 participants did not specify their donor status.

[‡] Pearson chi-square, p values adjusted for multiple testing by Bonferroni method (13 tests for comparison of first time with repeat donors).

NS = not significant.

• Sumnig et al. 2018

Social media e ricerca

- Le conoscenze su motivazioni e barriere alla donazione provengono da:
 - Survey su donatori
 - Survey su nondonatori (più raramente)
- Raccolgono opinioni sollecitate vs spontanee
- Tempistiche medie vs tempo reale

Social media e ricerca

- 168.000 messaggi Facebook e Twitter (2012-2018)
- semantic network analysis (SNA)
- Di quali argomenti discutono gli utenti dei social media quando parlano di donazione di sangue
- Come si distribuiscono i topic su Facebook e Twitter
- Come cambia la prevalenza degli argomenti nel tempo?

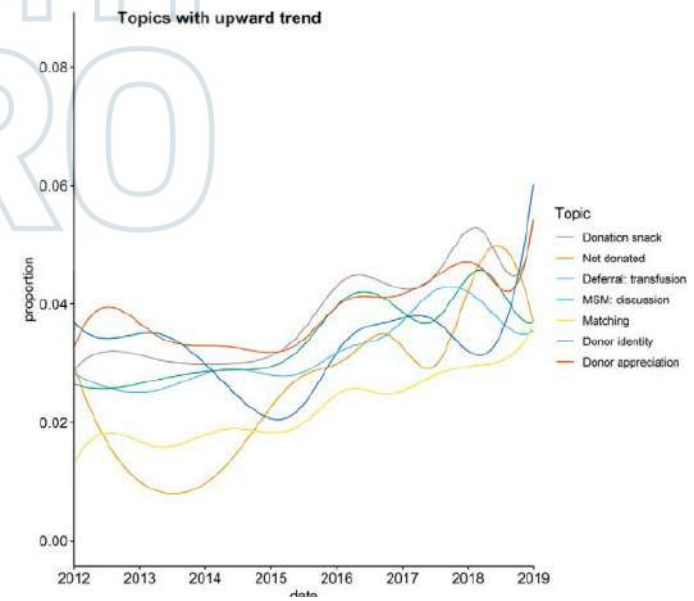
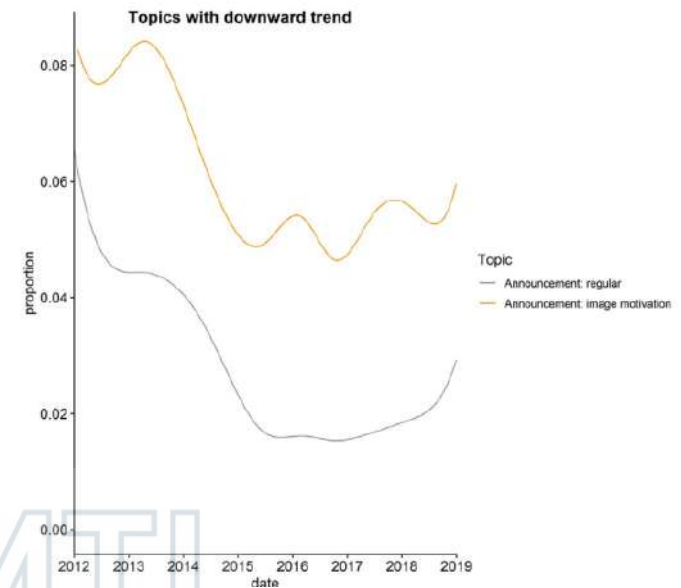
- Ramondt et al. 2020; 2021

	Messages	Facebook		Twitter	
		Messages	%	Messages	%
Non-donation					
Voluntary non-donation	887	627	70.7	260	29.3
Involuntary non-donation	5355	3797	71.0	1558	29.1
Dissatisfaction					
Anger	5733	2562	44.7	3171	55.3
Disappointment	8703	7547	86.7	1156	13.3
Donation barriers					
Donation location	2197	1273	58.0	924	42.1
Lifestyle	810	520	64.2	290	35.8
Medical reasons	5500	4078	74.1	1422	25.9
No invitation	1133	1022	90.2	111	9.8
Opening times	76	55	72.4	21	27.6
Physical reactions	1159	826	71.3	333	28.7
Pregnancy	566	468	82.7	98	17.3
Remuneration	2584	957	37.0	1627	63.0
Sexual risk behavior (MSM)	12 873	3263	25.3	9610	74.7
Time constraints	178	94	52.8	84	47.2
Travels	722	425	50.9	297	41.1
Waiting times	732	342	46.7	390	53.3
Total, N	49 207 ^a	27 856	56.6	21 351	43.4

• Ramondt et al. 2020

Social media e ricerca

- Sostanziale riduzione dei messaggi in cui i donatori annunciano le proprie donazioni.
- In aumento gli argomenti che enfatizzano gli aspetti positivi della donazione di sangue, compresi gli argomenti relativi all'identità dei donatori.
- Gli argomenti relativi alle campagne e alle politiche controverse sono stati trovati più su Twitter
- Gli argomenti relativi agli aspetti positivi e al processo di donazione più su Facebook.



- Ramondt et al. 2020; 2021

La sicurezza trasfusionale percepita

TABLE 2. Reported mean or percentage of the blood transfusion factors and their relationship (OR) to donation willingness

Country	Willing to accept a transfusion		Perceived transfusion safety			Knows a transfusion recipient	
	Percent	OR	Mean	SD	OR	Percent	OR
Sweden	95.9	1.61	3.64	0.54	1.22	56.9	0.84
Denmark	95.4	3.23	3.75	0.49	1.03	57.4	1.04
The Netherlands	92.9	3.21*	3.65	0.52	1.42	46.1	1.00
Luxembourg	91.0	4.40*	3.18	0.81	1.00	47.0	1.04
Spain	90.3	3.62*	3.62	0.60	1.32	46.6	1.17
Finland	88.4	1.88	3.76	0.49	1.26	52.4	1.51
France	88.4	2.97*	2.88	0.91	1.21	39.9	0.76
Greece	86.4	2.30*	3.25	0.74	1.27	72.7	1.40
Ireland	85.0	3.02*	3.47	0.67	1.11	53.9	1.16
Belgium	83.4	4.09*	3.18	0.90	1.56*	47.4	1.27
Malta	83.2	1.11	3.64	0.65	1.25	52.1	1.53
Cyprus	82.2	1.96	3.23	0.79	1.30	63.7	1.51
United Kingdom	81.9	1.92*	3.59	0.62	1.25	38.5	1.20
Slovenia	81.8	2.27*	3.61	0.55	1.27	46.7	1.05
Czech Republic	80.3	2.70*	3.41	0.72	1.42	53.5	1.24
Lithuania	79.7	2.98*	3.11	0.79	1.16	39.0	0.81
Latvia	79.2	1.38	2.98	0.79	1.43*	50.7	1.24
Germany	78.2	2.77*	3.28	0.76	1.60*	35.6	1.34
Slovakia	76.7	2.64*	3.14	0.80	1.30	60.7	0.93
Croatia	76.1	2.61*	3.29	0.79	1.34	53.2	1.68
Hungary	72.4	2.07*	3.05	0.93	1.51*	43.4	1.51
Austria	72.2	2.27*	3.29	0.75	1.32	40.1	1.87*
Estonia	70.9	1.96	3.34	0.83	1.67*	44.3	1.12
Portugal	67.1	2.76*	3.17	0.78	1.41	39.9	1.72
Italy	66.4	3.18*	2.85	0.76	1.59*	44.9	0.77
Poland	63.4	2.31*	3.09	0.72	1.65*	36.4	0.99
Bulgaria	62.0	1.97*	2.73	0.91	1.69*	53.9	1.20
Romania	59.2	2.03*	2.79	0.90	1.28	32.4	1.15
Min	59.2		2.73			32.4	
Max	95.9		3.76			72.7	
Average	79.6		3.28			48.2	

* p < 0.001.

Take home messages

- Poche evidenze sul ruolo dei social sul reclutamento
- Consapevolezza target di riferimento social media
- Social e ricerca IT: siamo al punto 0
- Rischi e opportunità della capillarità della rete associativa donazionale sui social