

NUOVI MEDIA & PREVENZIONE DELL'HIV

Serena Comis da Ronco

11/01/2011

N° matricola 0000461059

Il anno LM

Scienze della comunicazione pubblica e sociale

QUALI COMPORTAMENTI VOGLIO MODIFICARE ATTRAVERSO LE CAMPAGNE DI MARKETING SOCIALE?

- Ignoranza.
- Rischi percepiti inferiori ai rischi reali di contrazione dell'HIV.
- Tendenza a non effettuare analisi cliniche per verificare l'eventuale sieropositività.
- Inutilizzo del preservativo.

WEB 1.0 vs. WEB 2.0

	SITO WEB	ACCESSI NEL DICEMBRE 2007
WEB 1.0	HIVTest.org	40.000
WEB 2.0	FACEBOOK	40.000.000

Web 2.0  opportunità per raggiungere i destinatari

ULTERIORE RISCHIO

- *Cybersex*
- Mancanza autorevolezza delle informazioni

INTERNET



VIA DI PREVENZIONE EFFICACE

- Segmentazione del target
- Prodotto
- Distribuzione
- Verifica

PIATTAFORMA DI COLLABORAZIONE

- *Partnership* tra il dipartimento per la salute pubblica statunitense e l'*Internet service provider*
- www.stdpreventiononline.org

INTERNET COME VIA PER UNA PREVENZIONE
EFFICACE:
ANALISI E SEGMENTAZIONE DEL
TARGET

TARGET	COMPORAMENTI ATTUALI	EFFICACI CANALI DI DISTRIBUZIONE
UOMINI OMOSESSUALI	<ul style="list-style-type: none">- maggior numero di rapporti sessuali- rapporti anali e orali	<ul style="list-style-type: none">- allerta nelle <i>chat room</i>
ADOLESCENTI	<ul style="list-style-type: none">- approccio prematuro al sesso	<ul style="list-style-type: none">- social network
STUDENTI UNIVERSITARI	<ul style="list-style-type: none">- sesso occasionale	<ul style="list-style-type: none">- social network

INFORMAZIONE

INFORMAZIONE



Siti istituzionali:
comunicazione *top-down*

Sharing knowledge:
comunicazione *bottom-up*

INTERVENTI
STRUTTURALI



Esempio: “I Want the Kit”

Esempio: “InSpot Program”

Nuove opportunità del Web:

1. Abbatte i CONFINI SPAZIALI
2. Abbatte i CONFINI TEMPORALI, aumentando la longevità della campagna
3. Raggiunge segmenti della popolazione non raggiunti dai canali tradizionali
4. Crea un sostegno tra pari: COMMUNITY

COMMUNITY:

- *Sharing knowledge*
- *Sharing emotion*
- *Procumer*
- *Empowerment*
- *Motivation*



INTERNET COME VIA PER UNA PREVENZIONE
EFFICACE: FASE DI VERIFICA

WEB ANALYTICS



- “Google Analytics”
- “NetTracker”

PANEL DI INTERNET



- “Survey Monkey”

BIBLIOGRAFIA - 1

- Abroms LC, Schiavo R, Lefebvre RC. *New media cases in Cases in Public Health Communication & Marketing: the promise and potential*. *Cases in Public Health Communication & Marketing* 2008;2:3-10.
- Bernocchi R, *I linguaggi della pubblicità sociale: alla ricerca dell'efficacia*; in Bertolo C. *Comunicazioni sociali*. Padova, Cleup, 2008.
- Boyd DM, Ellison NB. *Social network sites: definition, history, and scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication* 2007;13(1):article 11.
<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>.
- Cornelis A, Rietmeijer CA, Bull SS, McFarlane M, Patnaik JL, Douglas JM Jr. *Risks and benefits of the internet for populations at risk for sexually transmitted infections (STIs): results of an STI clinic survey*. *Sex Transm Dis*. 2003 Jan;30(1):15-9.
- Fattori G, Vanoli M. *Il marketing sociale: opportunità e prospettive*; in Cucco E, Pagani R, Pasquali M. *Secondo rapporto sulla comunicazione sociale in Italia*. Roma, Edizioni Eri RAI, in corso di stampa.
- Hendricks P. *Why Share Knowledge? The Influence of ICT on the Motivation for Knowledge, Sharing*. *Knowledge and Process Management* 1999;6:91-100.
- Hoff T, Mishel M, Rowe I. *Using new media to make HIV personal: a partnership of MTV and the Kaiser Family Foundation*. *Cases in Public Health Communication & Marketing* 2008;2:190-197.

BIBLIOGRAFIA - 2

- McFarlane M, Bull AA, Rietmeijer CA. *The Internet as a newly emerging risk environment for sexually transmitted disease*. Journal of the American Medical Association 2000; 284: 443–446.
- Rietmeijer CA, McFarlane M. *Web 2.0 and beyond: risks for sexually transmitted infections and opportunities for prevention*. Curr Opin Infect Dis 2000;22(1):67-71.
- Seeman N. *Web 2.0 and Chronic Illness: New Horizons, New Opportunities*. ElectronicHealthcare 2008;6(3):104-110.
- Toomey KE, Rothenberg RB. *Sex and cyberspace – virtual networks leading to high-risk sex* [comment] [editorial]. JAMA 2000;284:485–487.
- Uhrig J, Bann C, Williams P, Evans WD. *Social networking web sites: How receptive are users to accessing information about HIV?* Cases in Public Health Communication & Marketing 2010;4:69-86.