

Perché comunicare la “Buonasanità”?

L'inflazione comunicativa sulla malasanità ha paradossalmente generato tra i media “generalisti” il bisogno, ancora in larga misura inespresso, di comunicare la “Buonasanità”. L'onda mediatica su errori clinici e malfunzionamenti del nostro sistema sanitario, pur partendo da un più che legittimo diritto e dovere di cronaca, ha finito per ribaltare la realtà dei fatti, rendendo eccezionale e quindi a sua volta “notiziabile”, quello che eccezionale non è: ossia il quotidiano sforzo compiuto da operatori sanitari pubblici e privati per migliorare le performance sia in termini di qualità delle cure che di accesso ai servizi.

Perché un corso di comunicazione?

Perché la comunicazione diretta all'utente e ancor più quella rivolta ai grandi amplificatori mediatici necessita di tecniche e linguaggi specifici, anche per chi non è “comunicatore” di professione. Scopo del corso è offrire uno spazio contenuto, gestito soprattutto da grandi giornalisti della sanità, che non tolga tempo alle attività professionali e che sia concentrato in poche ed intense ore dedicate ad approfondire e ad esercitarsi su come fare “Buonacomunicazione” per una “Buonasanità”.

Perché non si rivolge solo ai comunicatori?

Perché la velocità e la molteplicità dei sistemi informativi (Web, radio, Tv, stampa, agenzie, blog, social network) pongono spesso manager, medici e professionisti sanitari sempre più a diretto contatto con i media e perché anche comunicare in modo chiaro e tempestivo con i propri uffici stampa attraverso modelli organizzativi ben definiti è strategicamente importante per una buona divulgazione delle informazioni.

Durata: Il corso è strutturato in 8 moduli di 4 ore ciascuno distribuiti in 6 giorni complessivi: tre fine settimana (venerdì e sabato mattina) per meglio conciliare la partecipazione con l'attività lavorativa.

Orario: Venerdì 9:30 - 13:30; 14:30 - 18:30
Sabato 9:30 - 13:30

Sede: Scuola di Formazione Continua (SFC)
Università Campus Bio-Medico di Roma

Il programma del corso

Il corso è strutturato in 8 moduli tematici che toccano i principali aspetti di una “Buona comunicazione” delle buone pratiche sanitarie:

- aspetti organizzativi e strategici;
- diverse tecniche di linguaggio adatte ai differenti canali mediatici (stampa, radio, Tv, web, agenzie, periodici specializzati);
- aspetti etici;
- valorizzazione dell'efficienza in termini economici;
- divulgazione di best practice, accesso ai servizi, ricerca e innovazione, marketing sociale.

Ciascun modulo sarà ravvivato da esperienze dirette riferite dai docenti, giornalisti ed esperti di economia, problematiche etiche e di governance. Le lezioni comprenderanno anche momenti interattivi, nei quali si passerà dalla teoria alla pratica, simulando ad esempio un'intervista, il rilascio di una semplice dichiarazione o la trasmissione di informazioni utili alla stesura di una “nota stampa”. Al termine del corso è prevista una visita guidata nella redazione di un TG nazionale e dell'ANSA.

1° Modulo - Venerdì 4 febbraio 2011

Il ruolo della Comunicazione strategica in sanità

Docente: *Cesare Fassari*, giornalista professionista specializzato in sanità, Direttore della Health Communication che edita numerose riviste di settore

2° Modulo - Venerdì 4 febbraio 2011

Le tecniche di comunicazione:

“Un canale mediatico, uno stile comunicativo”

Docenti: *Francesco Marabotto*, Redattore-Capo dell'Ansa e responsabile del Notiziario “ANSA-Sanità”; *Marco Magheri*, Responsabile comunicazione Ospedale Bambin Gesù di Roma, Direttore della Comunicazione della Società Italiana di Pediatria

3° Modulo - Sabato 5 febbraio 2011

La comunicazione mediatica delle eccellenze e delle buone pratiche sanitarie

Docente: *Carla Massi*, Capo Servizio agli Interni de “Il Messaggero”, da anni impegnata nella cronaca sanitaria. Già collaboratrice di programmi divulgativi Tv della Rai

4° Modulo - Venerdì 11 febbraio 2011

Comunicare l'equità e l'accesso ai servizi

Docente: *Stefano Tognoli*, Responsabile Comunicazione Campus Bio-Medico di Roma

5° Modulo - Venerdì 11 febbraio 2011

Comunicare il “marketing sociale”

Docente: *Nicola Pinelli*, Direttore Progetti FIASO, Federazione Italiana Aziende Sanitarie ed Ospedaliere

6° Modulo - Sabato 12 febbraio 2011

Comunicare la ricerca e la sperimentazione clinica

Docente: *Mario Pappagallo*, Capo Servizio Grandi Cronache del Corriere della Sera, esperto di divulgazione scientifica

7° Modulo - Venerdì 18 febbraio 2011

Storia ed etica della comunicazione in sanità

Docenti: *Luca Borghi*, *Simona Ugolini* e *Vittoradolfo Tambone*, FAST - Istituto di Filosofia dell'Agire Scientifico e Tecnologico, Università Campus Bio-Medico di Roma

8° Modulo - Venerdì 18 febbraio 2011

La comunicazione economica in sanità

Docenti: *Dott. Roberto Giovannini*, Capo Servizio Economia de “La Stampa”, *Prof. Francesco Mennini*, economista sanitario Università CEIS Tor Vergata

Coordinatore del corso: *Paolo Russo*, Consulente per la comunicazione per la Scuola di Formazione Continua dell'Università Campus Bio-Medico di Roma, Giornalista professionista, Responsabile Comunicazione FIASO (Federazione Italiana Aziende Sanitarie ed Ospedaliere), già inviato economico di diverse testate giornalistiche e responsabile comunicazione di ministeri, aziende e associazioni industriali.

Titolo rilasciato: Al termine del corso verrà rilasciato un attestato di partecipazione agli iscritti che abbiano seguito tutte le lezioni. È in corso l'accreditamento ECM per le professioni sanitarie.

Quote di partecipazione: La quota di partecipazione è pari a 1900,00 euro iva esente e prevede l'iscrizione al corso, le visite guidate nelle redazioni e i materiali didattici in formato elettronico.