PROGRAMMA

La Comunicazione Efficace in Sanità: Dalla Relazione di Cura ai Nuovi Media

Capitolo 1 Fondamenti della Comunicazione Sanitaria

1.1 Definizione e ambiti della comunicazione sanitaria

1.1.1 Comunicazione sanitaria vs. comunicazione medica vs. comunicazione della salute pubblica

1.1.2 Evoluzione storica della disciplina

1.1.3 Confini e sovrapposizioni con altre discipline

1.2 Modelli teorici di riferimento

1.2.1 Modello lineare (Shannon-Weaver) applicato al contesto sanitario

1.2.2 Modelli transazionali e circolari

1.2.3 Teorie socio-cognitive (Health Belief Model, Theory of Planned Behavior)

1.2.4 Modello Transteorico del cambiamento (Prochaska e DiClemente)

1.3 Attori del sistema comunicativo sanitario

1.3.1 Professionisti sanitari come comunicatori

1.3.2 Pazienti, caregiver e comunità

1.3.3 Istituzioni, media e stakeholder intermedi

1.4 Funzioni e obiettivi della comunicazione sanitaria

1.4.1 Informare, persuadere, educare

1.4.2 Costruire e mantenere la fiducia

1.4.3 Supportare la decisione clinica condivisa

1.5 Principi etici e deontologici di base

1.5.1 Veridicità, trasparenza e non maleficenza comunicativa

1.5.2 Riservatezza e tutela della privacy

1.5.3 Responsabilità professionale nella comunicazione

Capitolo 2 Comunicazione Medico-Paziente

2.1 Fondamenti della relazione di cura

2.1.1 Modelli di relazione (paternalistico, informativo, deliberativo)

2.1.2 Alleanza terapeutica e fiducia reciproca

2.1.3 Asimmetria informativa e suo superamento

2.2 Competenze comunicative cliniche

2.2.1 Ascolto attivo ed empatico

2.2.2 Tecniche di intervista motivazionale

2.2.3 Gestione del linguaggio non verbale

2.3 Comunicazione di notizie difficili

2.3.1 Protocolli strutturati (es. SPIKES)

2.3.2 Gestione delle emozioni del paziente e del clinico

2.3.3 Comunicazione della prognosi infausta

2.4 Consenso informato e processo decisionale condiviso

2.4.1 Elementi giuridici e comunicativi del consenso

2.4.2 Shared decision-making e strumenti di supporto alla decisione

2.4.3 Comunicazione dei rischi e benefici terapeutici

2.5 Comunicazione in contesti specifici di cura

2.5.1 Cure palliative e fine vita

2.5.2 Cronicità e follow-up a lungo termine

2.5.3 Telemedicina e visite a distanza

Capitolo 3 Alfabetizzazione Sanitaria (Health Literacy)

3.1 Concetti e dimensioni dell'health literacy

3.1.1 Health literacy funzionale, interattiva e critica

3.1.2 Determinanti individuali e sociali

3.1.3 Health literacy organizzativa

3.2 Misurazione dell'alfabetizzazione sanitaria

3.2.1 Strumenti di valutazione (REALM, TOFHLA, HLS-EU)

3.2.2 Indicatori a livello di popolazione

3.2.3 Limiti metodologici delle misurazioni

3.3 Strategie per semplificare l'informazione sanitaria

3.3.1 Plain language e linguaggio chiaro

3.3.2 Teach-back e verifica della comprensione

3.3.3 Materiali informativi accessibili (testo, immagini, infografiche)

3.4 Health literacy e disuguaglianze

3.4.1 Basso livello di istruzione e vulnerabilità informativa

3.4.2 Barriere linguistiche e culturali

3.4.3 Interventi mirati per gruppi a bassa alfabetizzazione

3.5 Health literacy digitale

3.5.1 Competenze digitali e accesso alle informazioni online

3.5.2 Valutazione critica delle fonti sanitarie digitali

3.5.3 Divario digitale (digital divide) e salute

Capitolo 4 Comunicazione del Rischio

4.1 Fondamenti della risk communication

4.1.1 Percezione del rischio: fattori cognitivi ed emotivi

4.1.2 Differenza tra rischio reale e rischio percepito

4.1.3 Principi di trasparenza e tempestività

4.2 Modelli e framework di riferimento

4.2.1 Modello della Mental Noise

4.2.2 Modello CERC (Crisis and Emergency Risk Communication)

4.2.3 Framework dell'OMS per la comunicazione del rischio

4.3 Comunicazione di dati probabilistici e statistici

4.3.1 Numeracy sanitaria e rappresentazione dei numeri

4.3.2 Uso di grafici, icone e visualizzazioni del rischio

4.3.3 Errori comuni nell'interpretazione dei dati

4.4 Comunicazione del rischio in ambito clinico

4.4.1 Rischi legati a diagnosi e trattamenti

4.4.2 Comunicazione degli effetti collaterali dei farmaci

4.4.3 Screening e falsi positivi/negativi

4.5 Comunicazione del rischio a livello di popolazione

4.5.1 Epidemie e minacce sanitarie collettive

4.5.2 Rischi ambientali e sanitari (inquinamento, cambiamento climatico)

4.5.3 Gestione dell'incertezza scientifica nella comunicazione pubblica

Capitolo 5 Comunicazione in Situazioni di Emergenza e Crisi Sanitarie

5.1 Principi della comunicazione di crisi

5.1.1 Fasi della crisi e comunicazione adattiva

5.1.2 Credibilità delle fonti in emergenza

5.1.3 Coordinamento tra enti e portavoce istituzionali

5.2 Pianificazione della comunicazione d'emergenza

5.2.1 Piani di comunicazione pre-crisi

5.2.2 Formazione dei portavoce (media training)

5.2.3 Protocolli di attivazione e catena di comando comunicativa

5.3 Comunicazione durante pandemie ed epidemie

5.3.1 Casi studio: SARS, Ebola, COVID-19

5.3.2 Comunicazione delle misure di sanità pubblica

5.3.3 Gestione della fatica informativa (information fatigue)

5.4 Gestione della disinformazione in emergenza

5.4.1 Infodemia: definizione e caratteristiche

5.4.2 Strategie di prebunking e debunking

5.4.3 Collaborazione con piattaforme digitali e fact-checker

5.5 Comunicazione post-crisi e valutazione

5.5.1 Debriefing e analisi delle lezioni apprese

5.5.2 Ricostruzione della fiducia pubblica

5.5.3 Comunicazione della ripresa e della normalizzazione

Capitolo 6 Campagne di Comunicazione per la Salute Pubblica

6.1 Progettazione delle campagne

6.1.1 Analisi del contesto e dei bisogni informativi

6.1.2 Definizione di obiettivi SMART

6.1.3 Segmentazione del pubblico target

6.2 Teorie e modelli di riferimento

6.2.1 Social Marketing e cambiamento comportamentale

6.2.2 Modello Ecologico Sociale

6.2.3 Nudge e architettura delle scelte in sanità

6.3 Sviluppo dei contenuti e dei messaggi

6.3.1 Message framing (guadagno vs. perdita)

6.3.2 Storytelling e narrazione della salute

6.3.3 Testing dei messaggi (pre-test e focus group)

6.4 Canali e strumenti di diffusione

6.4.1 Media tradizionali (TV, radio, stampa)

6.4.2 Media digitali e social media

6.4.3 Comunicazione di comunità e peer education

6.5 Casi studio di campagne di successo e insuccesso

6.5.1 Campagne antifumo e sulla vaccinazione

6.5.2 Campagne su stili di vita (alimentazione, attività fisica)

6.5.3 Analisi critica delle campagne fallite

Capitolo 7 Comunicazione Digitale e Social Media in Sanità

7.1 Il paesaggio digitale della salute

7.1.1 Piattaforme social e loro specificità (Facebook, Instagram, TikTok, X)

7.1.2 App di salute e wearable device

7.1.3 Chatbot e assistenti virtuali in sanità

7.2 Content strategy per la salute online

7.2.1 Pianificazione editoriale e tono di voce istituzionale

7.2.2 Formati multimediali (video, infografiche, podcast)

7.2.3 Ottimizzazione per l'engagement e l'accessibilità

7.3 Comunità online e peer support

7.3.1 Gruppi di pazienti e comunità di supporto digitale

7.3.2 Influencer sanitari e opinion leader digitali

7.3.3 Rischi e benefici della disintermediazione informativa

7.4 Disinformazione online e fact-checking

7.4.1 Meccanismi di diffusione delle fake news sanitarie

7.4.2 Strumenti e metodologie di verifica dei contenuti

7.4.3 Alfabetizzazione mediatica per il pubblico

7.5 Aspetti etici e regolatori della comunicazione digitale

7.5.1 Privacy dei dati sanitari online

7.5.2 Pubblicità sanitaria e conflitti d'interesse sui social

7.5.3 Normative e linee guida per la comunicazione sanitaria digitale

Capitolo 8 Comunicazione Interprofessionale e Organizzativa

8.1 Comunicazione all'interno delle équipe sanitarie

8.1.1 Modelli di comunicazione strutturata (es. SBAR)

8.1.2 Comunicazione nei passaggi di consegna (handover)

8.1.3 Gestione dei conflitti interprofessionali

8.2 Comunicazione organizzativa nelle strutture sanitarie

8.2.1 Cultura organizzativa e comunicazione interna

8.2.2 Comunicazione della leadership sanitaria

8.2.3 Flussi informativi tra reparti e servizi

8.3 Comunicazione e sicurezza del paziente

8.3.1 Errori comunicativi come causa di eventi avversi

8.3.2 Comunicazione dell'errore clinico (disclosure)

8.3.3 Sistemi di segnalazione e apprendimento dagli errori

8.4 Comunicazione con stakeholder istituzionali

8.4.1 Rapporti con enti regolatori e autorità sanitarie

8.4.2 Comunicazione con finanziatori e assicurazioni

8.4.3 Relazioni con associazioni di categoria

8.5 Change management e comunicazione del cambiamento

8.5.1 Comunicare riorganizzazioni e riforme sanitarie

8.5.2 Gestione delle resistenze al cambiamento

Geco Formazione s.r.l.
Via Raffaele Mazzei, 14
87056 Santo Stefano di Rogliano (CS)
P.IVA 03631870783

www.gecoformazione.it
info@gecoformazione.it
Tel. 347 8546818

8.5.3 Coinvolgimento del personale nei processi di innovazione

Capitolo 9 Comunicazione Interculturale ed Equità Sanitaria

9.1 Fondamenti della comunicazione interculturale in sanità

9.1.1 Competenza culturale e cultural humility

9.1.2 Modelli di cura culturalmente sensibile

9.1.3 Barriere culturali alla comunicazione sanitaria

9.2 Comunicazione con popolazioni migranti e minoranze

9.2.1 Mediazione linguistico-culturale e interpretariato

9.2.2 Materiali informativi multilingue

9.2.3 Fiducia istituzionale nelle comunità marginalizzate

9.3 Determinanti sociali della salute e comunicazione

9.3.1 Comunicazione e povertà sanitaria

9.3.2 Genere e comunicazione sanitaria

9.3.3 Disabilità e comunicazione accessibile

9.4 Equità nell'accesso all'informazione sanitaria

9.4.1 Disuguaglianze geografiche (aree rurali vs. urbane)

9.4.2 Popolazioni difficili da raggiungere (hard-to-reach)

9.4.3 Strategie di comunicazione inclusiva

9.5 Comunicazione con comunità indigene e contesti a basse risorse

9.5.1 Approcci partecipativi e community-based

9.5.2 Adattamento dei messaggi ai contesti locali

9.5.3 Cooperazione sanitaria internazionale e comunicazione

Capitolo 10 Etica e Deontologia della Comunicazione Sanitaria

10.1 Principi etici fondamentali

10.1.1 Autonomia, beneficenza, non maleficenza, giustizia

10.1.2 Verità e onestà nella comunicazione clinica

10.1.3 Paternalismo vs. autodeterminazione informativa

10.2 Privacy e gestione dei dati sanitari

10.2.1 Normative sulla protezione dei dati (GDPR e contesto sanitario)

10.2.2 Riservatezza nella comunicazione digitale

10.2.3 Condivisione dei dati per finalità di ricerca e sanità pubblica

10.3 Conflitti di interesse nella comunicazione sanitaria

10.3.1 Industria farmaceutica e comunicazione scientifica

10.3.2 Sponsorizzazioni e trasparenza

10.3.3 Indipendenza editoriale nella divulgazione sanitaria

10.4 Comunicazione e diritti del paziente

10.4.1 Diritto all'informazione e all'autodeterminazione

10.4.2 Diritto all'obiezione e al secondo parere

10.4.3 Tutela dei soggetti vulnerabili (minori, persone fragili)

10.5 Codici deontologici e responsabilità professionale

10.5.1 Codici deontologici delle professioni sanitarie

10.5.2 Responsabilità legale della comunicazione clinica

10.5.3 Organismi di vigilanza e meccanismi disciplinari

Capitolo 11 Comunicazione Scientifica e Divulgazione Medica

11.1 Fondamenti della comunicazione della scienza

11.1.1 Differenze tra comunicazione scientifica e divulgazione

11.1.2 Pubblico Understanding of Science e Public Engagement

11.1.3 Ruolo dei giornalisti scientifici e medici

11.2 Traduzione della ricerca per il pubblico

11.2.1 Semplificazione dei risultati scientifici senza distorsione

11.2.2 Comunicazione dell'incertezza scientifica

11.2.3 Gestione degli studi preliminari e non ancora validati

11.3 Comunicazione delle evidenze scientifiche

11.3.1 Evidence-Based Medicine e comunicazione al pubblico

11.3.2 Comunicazione di linee guida cliniche

11.3.3 Gerarchia delle evidenze e sua rappresentazione mediatica

11.4 Rapporti tra scienza, media e opinione pubblica

11.4.1 Dinamiche di framing mediatico della scienza

11.4.2 Controversie scientifiche e loro copertura mediatica

11.4.3 Fiducia pubblica nella scienza e nelle istituzioni sanitarie

11.5 Formazione dei comunicatori scientifici in sanità

11.5.1 Percorsi formativi per giornalisti e comunicatori medico-scientifici

11.5.2 Collaborazione tra ricercatori e professionisti della comunicazione

11.5.3 Standard di qualità per la divulgazione medica

Capitolo 12 Marketing Sociale e Promozione della Salute

12.1 Fondamenti del marketing sociale: il modello delle 8P

12.1.1 Dalle 4P alle 8P: evoluzione del modello

12.1.2 Product, Price, Place, Promotion nel contesto sanitario

12.1.3 Publics, Partnerships, Policy, Purse Strings

12.2 Branding sociale e identità visiva delle campagne

12.2.1 Costruzione dell'identità visiva di una campagna

12.2.2 Brand recognition e memorabilità

12.2.3 Coerenza visiva e fiducia pubblica

12.3 Nudging e architetture di scelta avanzate

12.3.1 Nudge alimentari e ambientali

12.3.2 Nudge per l'attività fisica

12.3.3 Nudge per l'aderenza terapeutica e la sanità digitale

12.4 Marketing sociale commerciale ibrido

12.4.1 Cause-Related Marketing e partnership pubblico-privato

12.4.2 Rischi reputazionali: pinkwashing e healthwashing

12.4.3 Criteri di selezione dei partner commerciali

12.5 Valutazione del ROI sociale e sostenibilità

12.5.1 Return on Investment in prevenzione sanitaria

12.5.2 Social Return on Investment (SROI)

12.5.3 Sostenibilità a lungo termine delle campagne

Capitolo 13 Comunicazione con Popolazioni Vulnerabili e Specifiche

13.1 Comunicazione pediatrica: bambini, adolescenti e triade genitoriale

13.1.1 Comunicazione con bambini: linguaggio adattato all'età

13.1.2 Comunicazione con adolescenti e autonomia decisionale

13.1.3 Comunicazione con i genitori e family-centered care

13.2 Comunicazione geriatrica: anziani, decadimento cognitivo e caregiver

13.2.1 Adattamenti comunicativi per deficit sensoriali e cognitivi

13.2.2 Comunicazione in presenza di decadimento cognitivo

13.2.3 Il ruolo del caregiver familiare

13.3 Comunicazione in salute mentale, stigma e linguaggio non-stigmatizzante

13.3.1 Linguaggio non stigmatizzante e relazione terapeutica

13.3.2 Stigma e barriere di accesso alle cure

13.3.3 Tecniche di de-escalation verbale

13.4 Comunicazione con persone LGBTQ+: barriere, disparità e competenza clinica

13.4.1 Barriere e disparità comunicative

13.4.2 Competenza clinica e linguaggio inclusivo

13.4.3 Formazione del personale sanitario

13.5 Comunicazione di fine vita: gestione del lutto e lutto anticipatorio

13.5.1 Family meetings e lutto anticipatorio

13.5.2 Comunicazione del decesso

13.5.3 Follow-up del lutto e supporto post-mortem

Capitolo 14 Valutazione e Misurazione dell'Efficacia Comunicativa

14.1 Fondamenti della valutazione: modelli teorici

14.1.1 Il framework RE-AIM

14.1.2 Teoria del Cambiamento (Theory of Change)

14.1.3 Altri modelli teorici di valutazione

14.2 Indicatori e metriche: output vs. outcome

14.2.1 Metriche di output e loro limiti

14.2.2 Metriche di processo cognitivo

14.2.3 Metriche di intenzione e comportamento

14.3 Metodi di valutazione: quantitativi, qualitativi e approcci misti

14.3.1 Metodi quantitativi di valutazione

14.3.2 Metodi qualitativi di valutazione

14.3.3 Approcci misti (mixed-methods)

14.4 Valutazione dell'efficacia a lungo termine e "decadimento" degli effetti

14.4.1 Il fenomeno del decadimento (wear-out effect)

14.4.2 Strategie di mantenimento e booster communications

14.4.3 Sostenibilità degli effetti comunicativi

14.5 Cultura della valutazione nelle organizzazioni sanitarie

14.5.1 Prevalenza delle pratiche valutative

14.5.2 Barriere organizzative alla valutazione

14.5.3 Costruire una cultura della valutazione

Capitolo 15 Tendenze Future e Innovazione nella Comunicazione Sanitaria

15.1 Intelligenza artificiale e comunicazione sanitaria personalizzata

15.1.1 Chatbot avanzati e assistenti conversazionali basati su AI generativa

15.1.2 Accuratezza, empatia percepita e il modello Human-in-the-Loop

15.1.3 Personalizzazione algoritmica dei messaggi di prevenzione

15.2 Realtà virtuale, aumentata e tecnologie immersive

15.2.1 Analgesia virtuale e gestione del dolore procedurale

15.2.2 Educazione del paziente attraverso moduli immersivi

15.2.3 Formazione dei professionisti sanitari alla comunicazione

15.3 Wearable, sensori e comunicazione dei dati biometrici in tempo reale

15.3.1 Monitoraggio continuo e autoefficacia del paziente

15.3.2 Rischi di sovraccarico informativo e cyberchondria

15.3.3 Il ruolo del filtro comunicativo professionale

15.4 Neuroscienze della comunicazione e persuasione etica

15.4.1 Neuroimmagini e predizione del cambiamento comportamentale

15.4.2 Self-affirmation framing e riduzione della reattanza

15.4.3 Limiti etici della persuasione neuroscientifica

15.5 Scenari futuri e raccomandazioni conclusive

15.5.1 Umanesimo digitale: la tecnologia come amplificatore, non sostituto

15.5.2 Equità dell'accesso e digital health literacy

15.5.3 Governance etica e trasparenza algoritmica

Geco Formazione s.r.l.
Via Raffaele Mazzei, 14
87056 Santo Stefano di Rogliano (CS)
P.IVA 03631870783

www.gecoformazione.it
info@gecoformazione.it
Tel. 347 8546818