

**Titolo: I Medici e la Comunicazione Digitale**
*Sede: Centro di Formazione e Aggiornamento A.A.R.O.I.-EM.A.C. "SIMULEARN®"*
*Via Piero Gobetti, 52/2 - 40129 Bologna*

<b>TIMETABLE</b>		<i>Responsabile Scientifico: dr Nicola Zamperini</i>	<b>1<sup>a</sup> giornata</b>
<b>h.13:50</b>	Registrazione partecipanti		
	Introduzione al corso		
	La cultura convergente: media digitali e media tradizionali ( <i>Nicola Zamperini</i> )		
	L'universo dei media tradizionali: dai giornali alla televisione ( <i>Nicola Zamperini</i> )		
	La disintermediazione: da TripAdvisor a Google Medico ( <i>Nicola Zamperini – Francesco Marino</i> )		
	Come le grandi piattaforme digitali imparano continuamente ( <i>Nicola Zamperini – Francesco Marino</i> )		
	I giardini protetti e la dittatura delle impostazioni predefinite		
	Gli algoritmi di Facebook e Google: EdgeRank e PageRank ( <i>Nicola Zamperini – Francesco Marino</i> )		
	Question time		
<b>h. 19:00</b>	<b>Chiusura prima giornata di corso</b>		
<b>h. 08:50</b>	Registrazione partecipanti		<b>2<sup>a</sup> giornata</b>
	Le bufale e la medicina ( <i>Nicola Zamperini</i> )		
	La formula magica della viralità ( <i>Nicola Zamperini – Francesco Marino</i> )		
	Cosa sono i social network? ( <i>Nicola Zamperini – Francesco Marino</i> )		
	Come funzionano Facebook e Instagram ( <i>Nicola Zamperini – Francesco Marino</i> )		
	Illustrazione di alcuni casi di informazione virale ( <i>Nicola Zamperini – Francesco Marino</i> )		
	Cercare e diffondere (o dimenticare) le notizie ( <i>Nicola Zamperini – Francesco Marino</i> )		
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Eseguire una ricerca con Google – Gli strumenti utili.</li> <li>2. Sotto attacco: come difendersi e come rispondere con autorevolezza sui social network e non solo.</li> <li>3. Si può cancellare qualcosa da internet? Il diritto all'oblio.</li> <li>4. Coprire un contenuto, orientare la conversazione.</li> </ol>		
	Pausa pranzo		
	Comunicare un'organizzazione sindacale Best practice: cosa è giusto e cosa sbagliato comunicare		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La comunicazione interna: la newsletter.</li> <li>2. La comunicazione esterna: sito e social network</li> </ol>			
<b>h. 16:00</b>	Questionario di verifica apprendimento – Chiusura corso		

**INFORMAZIONI****PROFESSIONI ALLE QUALI SI RIFERISCE  
L'EVENTO****MEDICO CHIRURGO:  
Anestesia e Rianimazione - Medicina e Chirurgia di  
Accettazione e di Urgenza**

## Razionale

Siamo nell'era della post-verità. Secondo l'Oxford Dictionary, si tratta di un contesto in cui "le convinzioni personali contano più dei fatti oggettivi nel valutare la realtà". Un'era fortemente condizionata da internet e dai social network.

Le informazioni a disposizione degli utenti di tutto il mondo sono pressoché infinite, così come le fonti cui attingere. È grazie alla diffusione del web che il punto di vista di un utente qualunque può trovare diffusione e assumere dignità paragonabile all'opinione di un esperto, tanto da diventare presunte verità per buona parte del pubblico. Una gran parte di queste fakenews riguarda la sanità, la salute delle persone. Basti pensare all'utilizzo sconsiderato dei social nelle campagne contro i vaccini e sui presunti effetti di questi ultimi.

- Come orientarsi?
- Come difendersi?

Occorre innanzitutto conoscere la grammatica del web, degli spazi digitali.

Serve un'alphabetizzazione minima per comprendere come funziona Internet, cosa sono i social network e come le notizie (false o vere che siano) si diffondono in rete.

Serve capire in che modo i medici possono difendersi e sfruttare gli spazi digitali per comunicare in maniera efficace e moderna all'interno e all'esterno dell'ospedale.

Serve sapere come poter accedere al diritto all'oblio, e come struttura una "comunicazione difensiva" laddove ne emerga la necessità.

**OBIETTIVO:** *Aspetti Relazionali (Comunicazione Interna, Esterna, con Paziente) e Umanizzazione Cure*

**Acquisizione competenze tecnico-professionali:** *Uso consapevole dei motori di ricerca e dei social network per la sanità; Competenze base per la creazione di contenuti sanitari; Competenze base per la progettazione di una strategia di contenuti digitali*

**Acquisizione competenze di processo:** *Gestione consapevole della relazione medico/paziente sui social network; Competenze di individuazione e debunking delle notizie false sulla sanità*

**Acquisizione competenze di sistema:** *Competenze di comunicazione su web e social network*

## Cv sintetico docenti/relatori/tutor

### Nicola Zamperini

*Consulente per le strategie digitali  
Giornalista Professionista*

### Francesco Marino

*Laurea in Scienze della comunicazione  
Specializzazione in Editoria multimediale e nuove professioni dell'informazione*