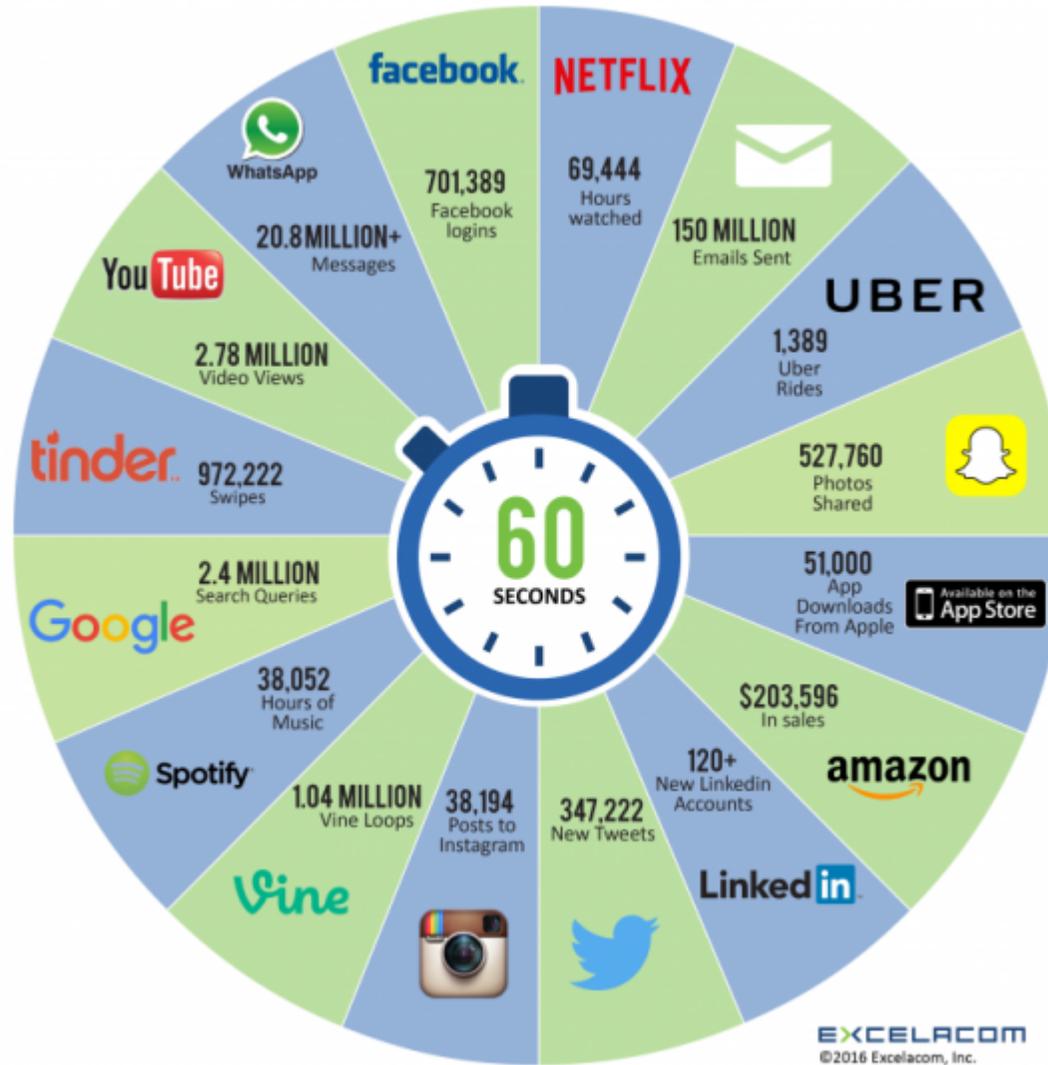


La situazione attuale

- I vaccini sono vittime del loro successo
- L'Italia è un Paese dalla scarsa cultura scientifica
- Il medico è l'unico influencer? Il ruolo della rete

In 60 secondi in rete...



Le due T dell'informazione: Timing Target



Raccontare il rischio...

- Non basta, perché il rischio non è la “percezione” del rischio
- Casi meningite in Toscana e caso Fluad
- Bisogna saper influire sulla percezione e non sulla realtà del rischio

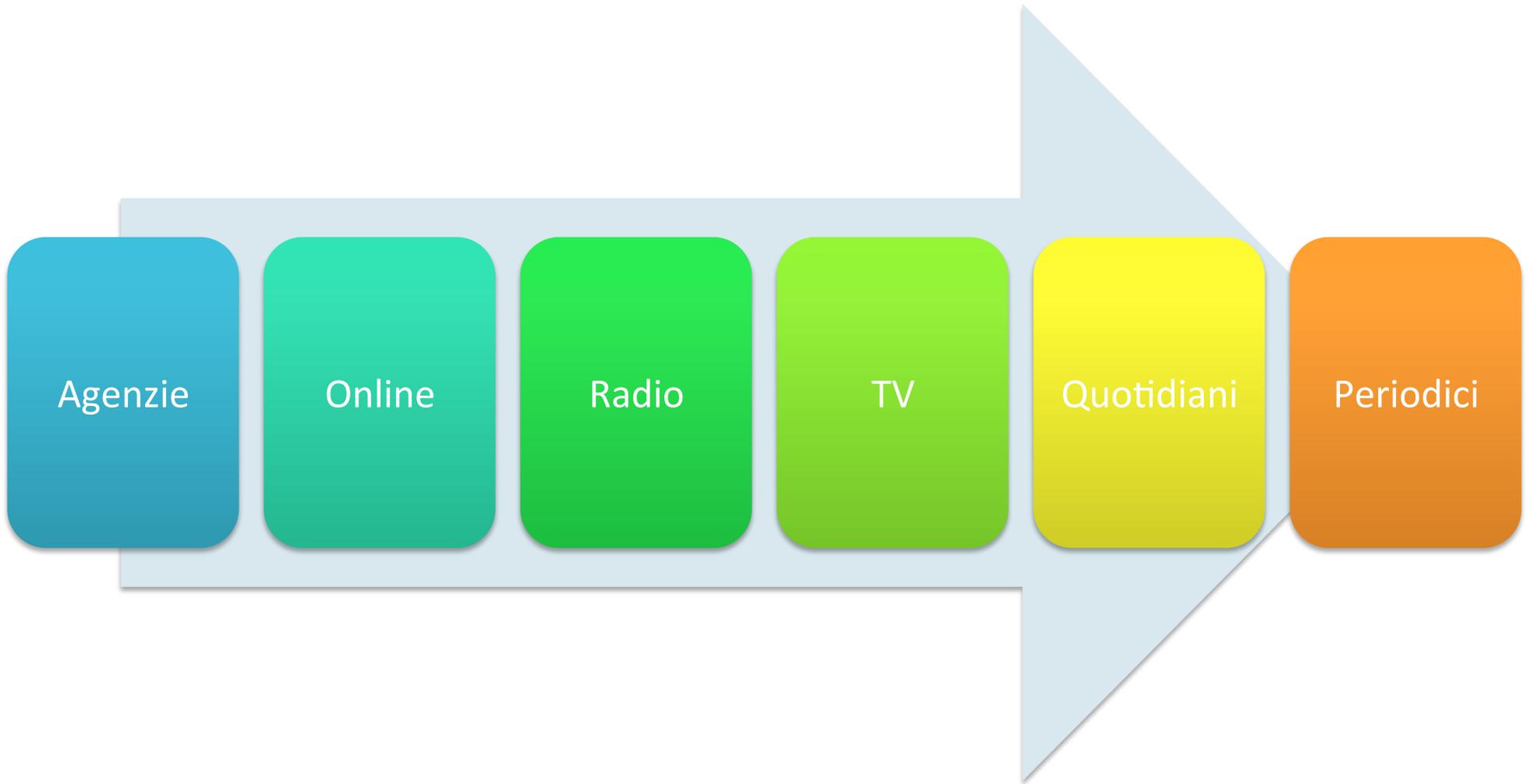
Il problema

- Le persone vogliono sentirsi dire quello che desiderano.
- I media non possono influire per quantità ma per qualità sulla vaccine hesitancy
- L'importanza del web e del saper rappresentare la teoria con una storia.

Costruiamo una storia per un pubblico

- Il consumatore non trae soddisfazione dal bene o servizio, ma dalla storia che lo accompagna.
- Le storie ci permettono di mentire a noi stessi ma soddisfano i nostri desideri. (Seth Godin)
- Le parole e le immagini sono strumenti sensazionali, per creare l'UNIVERSO NARRATIVO

Velocità



La comunicazione classica

- L'esperto (medico) dice
- Il ricevente raccoglie
- Il ricevente dissemina

Il fenomeno del web 2.0

Il flusso di comunicazione: emittente-ricevente

**Il flusso moderno: più emittenti - stesso ricevente che
diventa emittente**

Il ruolo del medico: Emittente ? Ricevente?

**Il web come strumento di destrutturazione del ruolo del
medico.**

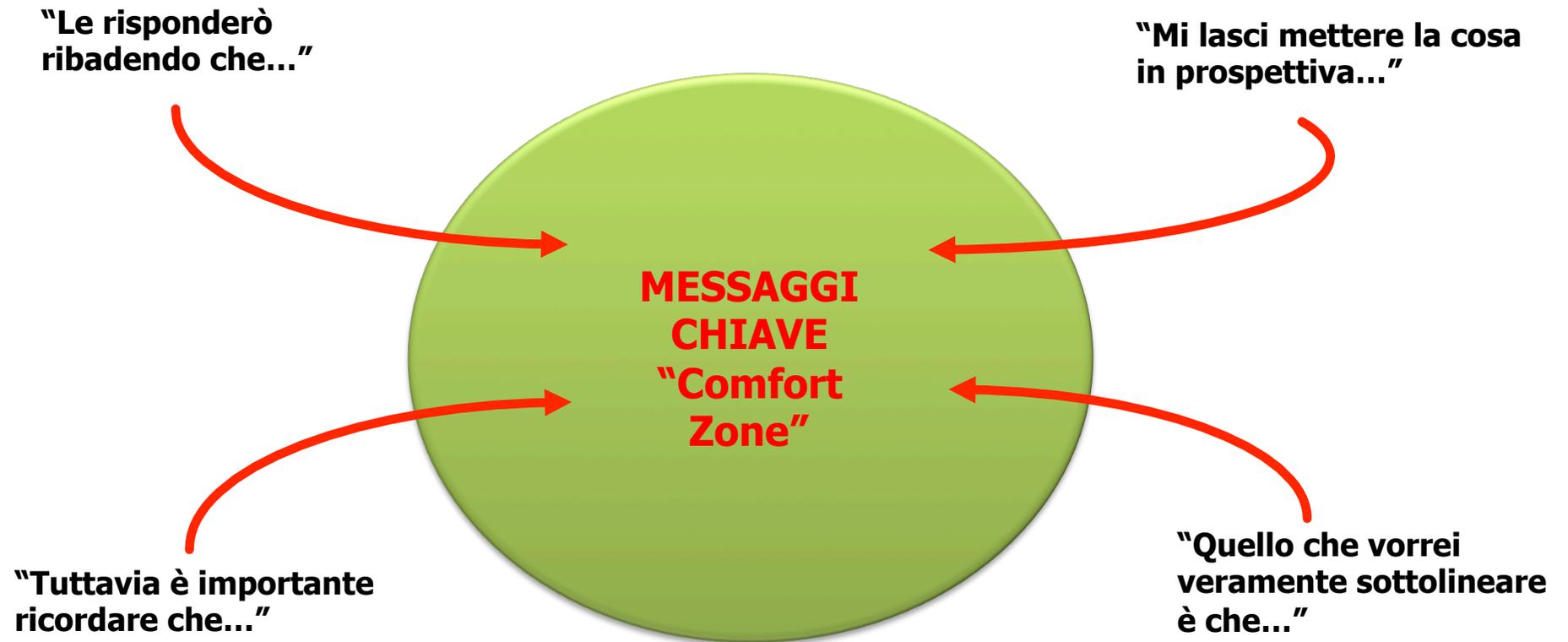
La Casa dei messaggi



Durante un colloquio

- Perseguire il proprio **obiettivo**: le domande sono un'opportunità
- Parlare al proprio **pubblico** “attraverso” chi ascolta
- Inserire almeno un **messaggio chiave** in ogni risposta
- Supportate i messaggi chiave con **esempi**
- Essere discorsivi, ma **concisi** (“sound bites”)
- Tornare sempre ai messaggi chiave (“**bridging**”)

Bridging



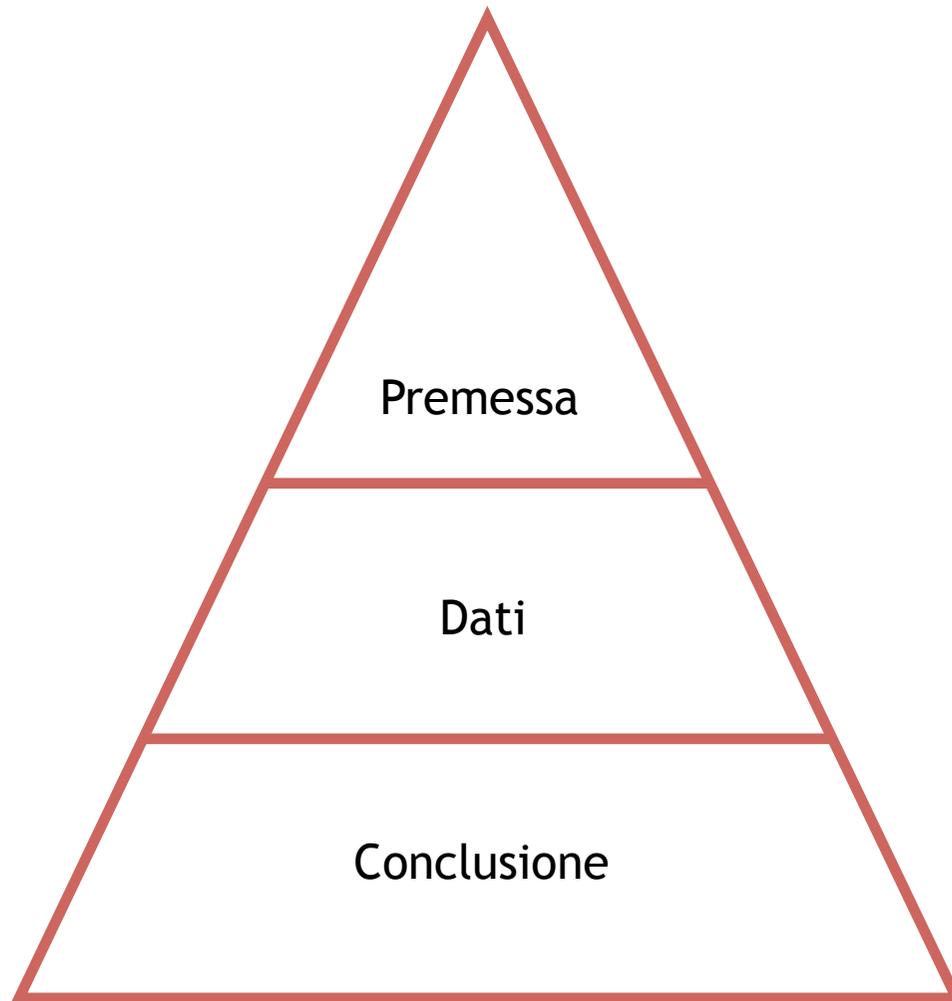
Mantenere il controllo

Lo scopo del colloquio non è rispondere a domande, ma trasferire messaggi chiave

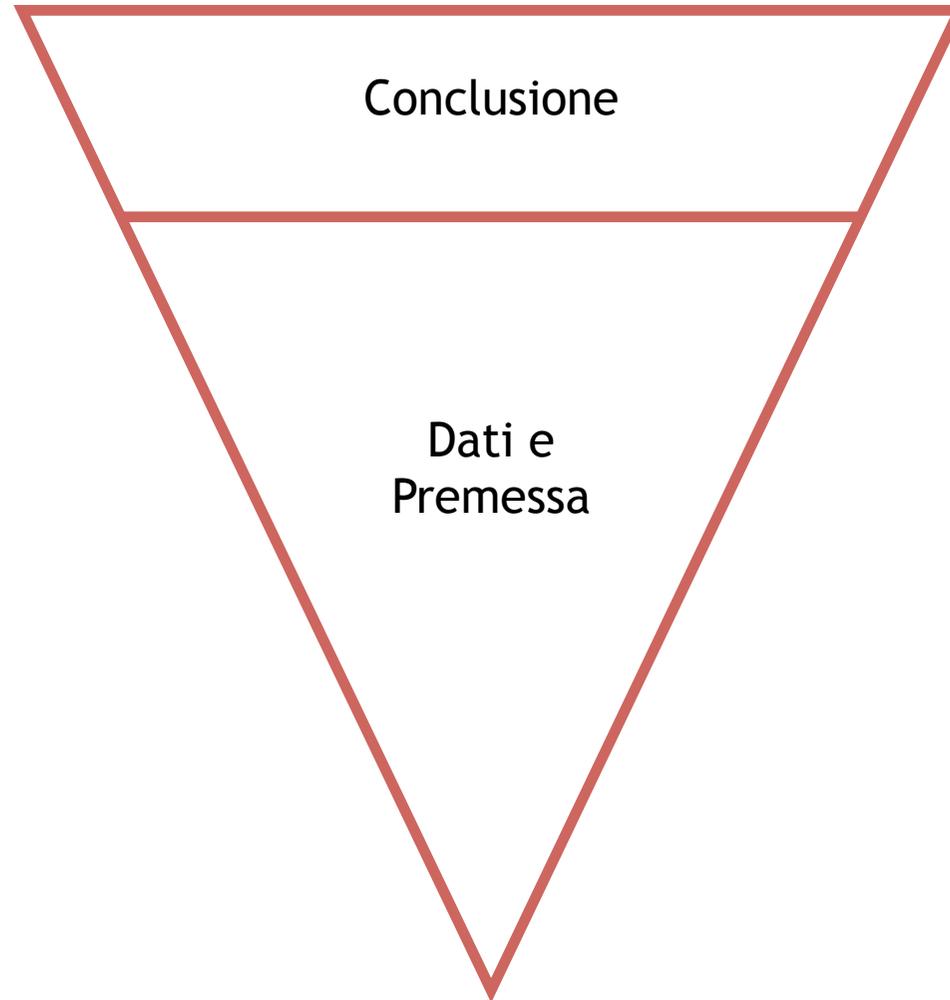
- ritornare sempre ai messaggi chiave
- concentrarsi sul punto focale
- ripeterlo



Presentazione logica di un argomento



Intervista/counselling



COMUNICARE PER...

- Governare la comunicazione

Cioè:

- Gestire i processi comunicativi, senza subirli
- Essere soggetti e non oggetti di un processo comunque inarrestabile

I RISCHI DEL **NON** COMUNICARE

- **Non comunicare espone ad almeno 3 rischi:**
 - alimenta diffidenza
 - crea un'immagine negativa nei confronti di mass media, opinione pubblica e Istituzioni;
 - espone a qualsiasi tipo di attacco senza opportuni spazi di replica

La comunicazione diretta nei vari canali

La parola detta e la scalinata di Odessa

- Fatto 100 l'insieme della materia
- → il locutore (relatore, speaker, : emittente)
- ne conosce il 90%
- si prepara a dirne l'80%
- ne dice di fatto il 70%
- → l'ascoltatore (congressista, studente, informatore scientifico, : ricevente)
- ne ode il 60%
- ne capisce il 50%
- ne trova significativo il 40%
- ne ricorda il 30%
- ne usa, forse, il 20 o il 10%...

Cosa chiedono le persone

- - Che senso ha oggi vaccinarsi per malattie che non esistono?
- - Perché vaccinarsi contro malattie naturali?
- - E' vero che immunizza di più la malattia del vaccino?
- - Quali sono i rischi legati al mercurio e all'alluminio presenti nei vaccini?

Bisogno di sapere

- Il medico rappresenta una fonte ancora riconosciuta, anche nell'epoca di internet
- L'87 per cento dei genitori afferma che il medico è una delle tre fonti informative più importanti per le informazioni sulla salute
 - Se il medico fornisce risposte adeguate i genitori sono portati ad approfondire e quindi chiedono più cose.
 - Chi non si ritiene informato:
 - Considera difficile parlare con il medico
 - Ha in genere una fiducia minore nei vaccini soprattutto per la sicurezza

Cosa si chiede a un sito

- Si identifica chiaramente identificabile lo scopo e il responsabile del sito ?
- Il responsabile e/o amministratore del sito è contattabile ?
- E' presente un conflitto di interessi ?
- Il sito cita aneddoti sugli effetti avversi dei vaccini al posto di evidenze scientifiche ?
- Le notizie sono valutate da esperti scientifici prima di essere pubblicate? Quali sono le loro credenziali ?
- Sono chiaramente distinguibili i fatti dalle opinioni ?

Vaccinare nel terzo millennio

- Ripetere i messaggi nel linguaggio del ricevente
- Impiegare mezzi compatibili con i tempi e la cultura del ricevente
- Trovare messaggi chiave e ripeterli più volte
- Riuscire a rispondere in tempi rapidi alle sollecitazioni
- Utilizzare un linguaggio semplice, che tocchi non solo la mente ma anche il cuore

