

Dialogo con le nuove generazioni e lotta alle fake news: confronto a Roma. Presentato il progetto social di Qn Salus

«La salute si difende anche con le parole»

ROMA

Dai linguaggi con cui dialogare con le nuove generazioni, alle strategie per disinnescare le fake news. Dai dati e dalle statistiche che possono illuminare o distorcere la realtà, fino allo storytelling che può trasformare la scienza in un racconto condiviso senza intaccare la verità. Con lo sguardo rivolto a un futuro dominato dall'ia. Sono stati questi i temi al centro della prima giornata dell'Health journalism forum (Hjff), la prima manifestazione italiana dedicata a ridefinire i confini dell'informazione sanitaria che ha preso il via ieri al Talent

Garden di Roma. Nato da un'idea di Ilario Vallifuoco, già founder e director del Brand Journalism Festival, e promosso dalla startup Social Reporters, il Forum – che ha ricevuto il patrocinio della Commissione Europea, della Regione Lazio e di Ferpi – promuove il dialogo tra istituzioni, media e aziende pharma per una comunicazione responsabile. «Perché la salute – è il messaggio evidenziato dagli organizzatori – si difende anche con le parole».

«La necessità di fare un punto sull'informazione sanitaria nasce dall'evidenza di un distacco molto forte, di una frattura, tra informazione e società. La comunicazione sanitaria non è un semplice veicolo di informazioni, ma un pilastro fondamentale della cultura della cura» spiega Valli-

fuoco definendo «assolutamente positivo» il bilancio della prima giornata. Il dibattito è stato guidato da alcune delle voci più autorevoli della sanità italiana, tra cui **Nino Cartabellotta**, presidente della Fondazione **Gimbe**; **Walter Ricciardi**, ordinario d'igiene e Medicina Preventiva all'Università Cattolica del Sacro Cuore; **Matteo Bassetti**, ordinario di Malattie Infettive all'Università degli Studi di Genova. Tra gli esempi di comunicazione efficace per parlare di sanità agli under 30 anche il nuovo progetto social di QN Salus, con il recente lancio del nuovo canale Instagram.

Giulia Prosperetti

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ilario
Vallifuoco,
founder
e director
del Brand
Journalism
Festival



Peso: 21%