

WORKSHOP: REALIZZARE UNA MINI DIRETTA RADIO

Gruppo 1

Referente/Gruppo: _____

COMPITO

È il giorno di San Valentino. Il vostro programma radiofonico *TuttoTeen* è seguitissimo da giovani e adolescenti ed si inserisce nel palinsesto pomeridiano di una delle radio più pop e commerciali del paese. Visto l'allarme di salute lanciato dalle istituzioni, decidete di dedicare 5'23" della vostra trasmissione al tema delle malattie sessualmente trasmissibili in aumento nella platea giovanile approfittando della giornata.

Intervistate un/a medico/a infettivologo/a che si occupa di queste malattie per sensibilizzare il vostro pubblico.

1. IL PROBLEMA DI SALUTE/SOCIALE

In Italia e in Europa, le infezioni sessualmente trasmissibili (IST) sono in netto aumento, specialmente tra i giovani (14-34 anni).

Clamidia, gonorrea, sifilide e HIV sono in crescita a causa di scarse conoscenze, uso non costante del preservativo e un approccio precoce e alla sessualità.

Stando all'ultimo bollettino dell'Istituto Superiore di Sanità:

- Gli aumenti più rilevanti osservati nel 2023 rispetto al 2021 sono stati per gonorrea (+83,2%), sifilide primaria/secondaria (+25,5%) e infezione da clamidia (+21,4%).
- I giovani tra i 15 e i 24 anni mostrano una prevalenza di infezione da *Chlamydia trachomatis* tripla rispetto alle persone di età superiore.
- Nel 2024, si sono registrate 2.379 nuove diagnosi di HIV, con un'incidenza che ha ripreso a crescere dopo il calo drastico del

2020 Ministero della Salute, con un incremento significativo delle infezioni nella fascia di età compresa tra i 15 e i 25 anni

L'infezione sessualmente trasmessa più comune, con oltre 200 varianti che colpiscono cute e mucose, è invece il virus del papilloma umano (HPV). Sebbene la malattia sia spesso asintomatica e si estingue in 1-2 anni, alcuni ceppi ad alto rischio possono causare tumori a cervice, ano, gola, mentre quelli a basso rischio provocano condilomi.

L'HPV e le sue conseguenze sono prevenibili tramite vaccino e screening (Pap-test/HPV-test).

2. OBIETTIVI/TAGLIO DELL'INTERVISTA

Con questa intervista, cosa vuoi ottenere dal tuo target?

(Es. maggiore consapevolezza sulla probabilità di entrare in contatto con una di queste malattie; capire come proteggersi; migliorare l'educazione sessuale; adesione campagna HPV)

3. IL TARGET

Il tuo pubblico ha tra il 15 e i 25 anni, in media. Si profila anagraficamente come target perfetto, ma non puoi dare per scontato che tutti/e abbiano ricevuto la medesima educazione sessuale, o che provengano dallo stesso contesto socio-economico. Tieni conto delle possibili differenze.

4. LINGUAGGIO/TONE OF VOICE

Quale credi che sia il tono giusto con cui affrontare questa intervista?

(Es. linguaggio tecnico, linguaggio semplice, tono ironico, paternalistico, giudicante/non giudicante, accogliente, ecc)

5. DOMANDE DAL PUBBLICO

Durante il programma arrivano tanti messaggi dai giovani ascoltatori e ascoltatrici. Prova a girare all'esperto e a rispondere o commentare almeno 1 (meglio 2) domande tra quelle che sono arrivate durante la trasmissione.

<i>Le mie amiche dicono che basta che il rapporto non sia completo per non rischiare di prendere queste infezioni: è vero? Claudia da Roma</i>
--

<i>Il preservativo mi protegge sempre da tutte queste malattie? Riccardo</i>
--

<i>Sono maschio: il vaccino HPV serve solo alle femmine? Anonimo</i>
--

<i>Ho avuto pochi partner, ma non ho mai avuto un rapporto protetto: che esami posso fare per capire se ho contratto qualche malattia? Jessica da Milano</i>
--

<i>Sono i vaccini, anche quello HPV, a far venire i tumori. Almeno così dice mia madre, quindi io non lo farò. Asia</i>

<i>È vero che queste malattie non si trasmettono con i rapporti orali? Noah da Jesolo</i>

<i>Se prendo la pillola, sono protetta da queste malattie di cui parlate? Ginevra da Bari</i>

WORKSHOP: REALIZZARE UNA MINI DIRETTA RADIO

Gruppo 2

Referente/Gruppo: _____

COMPITO

Il vostro programma *the Breakfast Club* va in onda dalle 7 alle 9, la fascia più ascoltata di ogni radio. Il vostro pubblico è generico, abbraccia tutte le età e vi ascolta principalmente in auto, mentre si reca a scuola o a lavoro. E voi vi occupate, tra una musica e l'altra, di attualità con temi più o meno leggeri.

Da giorni si torna a parlare dei vaccini Covid per via di un articolo pubblicato sulla rivista scientifica Nature che viene ripreso da tutta la stampa del paese, scatenando un dibattito tra pro-vax e no-vax.

Decidete di dedicare 5'23" della vostra trasmissione al tema, intervistando un/a medico/a immunologo/a per fare chiarezza.

1. IL PROBLEMA DI SALUTE/SOCIALE

Per la prima volta è stato trovato un legame tra i vaccini a mRNA contro il Covid e il cancro: i risultati sono stati pubblicati a ottobre 2025 sulla rivista Nature da alcuni ricercatori dell'Anderson Cancer Center di Houston.

I tanto chiacchierati vaccini a mRNA contro il virus SARS-CoV-2 non solo hanno salvato milioni di vite umane dalla malattia Covid-19, ma avrebbero aiutato moltissimi pazienti affetti da tumori potenziando l'immunoterapia che stavano seguendo.

In pazienti con tumori avanzati come melanoma o carcinoma polmonare che hanno ricevuto il vaccino vicino a una delle sedute immunoterapiche, il vaccino potrebbe avere aiutato il sistema immunitario a combattere il cancro.

Fonti:

- <https://www.nature.com/articles/s41586-025-09655-y>
- SITO AIRC. Articolo "I vaccini contro il Covid aiutano anche contro il cancro? Una scoperta sorprendente" del 29 novembre 2025
- SCIENZA IN RETE. Articolo "Gli inattesi effetti del vaccino a mRNA contro il cancro" del 7 novembre 2025

2. OBIETTIVI/TAGLIO DELL'INTERVISTA

Con questa intervista, cosa vuoi ottenere dal tuo target?

(Es. che rinforzino l'opinione positiva dei vaccini a mRNA; che si ricredano se sono no-vax no-mask; che sappiano la notizia se erano in trattamento per un cancro al momento del vaccino; ecc)

3. IL TARGET

Il tuo pubblico è un pubblico adulto, ma generico. Ascolta una radio che ha un certo spessore culturale (no trash) si occupa di attualità e tocca solo saltuariamente i temi scientifici solo se di grande impatto mediatico. All'ascolto ci sono persone anagraficamente e culturalmente molto diverse tra loro: ci sono sia persone convinte dell'efficacia dei vaccini, che persone diventate no-vax con il Covid, per esempio.

Ricordatevi che vi ascolta in auto.

4. LINGUAGGIO/TONE OF VOICE

Quale credi che sia il tono giusto con cui affrontare questa intervista?

(Es. linguaggio tecnico, linguaggio semplice, tono ironico, paternalistico, giudicante/non giudicante, accogliente, ecc)

5. DOMANDE DAL PUBBLICO

Durante il programma arrivano tanti messaggi dagli ascoltatori e dalle ascoltatrici. Prova a girare all'esperto e a rispondere o commentare almeno 1 (meglio 2) domande tra quelle che sono arrivate durante la trasmissione.

<i>Come fa un vaccino contro il Covid, che è un virus, ad essere utile contro un cancro? Michele da Bari</i>
<i>Tanto non muoiono per il cancro ma per il vaccino. Nora da Lecce</i>
<i>Perché non dite che il vaccino a mRNA è pericoloso perché modifica il codice genetico? Sonia da Roma</i>
<i>Quello che state raccontando vale per tutti tumori? Daniele da Viterbo</i>
<i>Finito il Covid non sanno più che inventarsi per vendere i loro sieri genici sperimentali: adesso si sono inventati che i loro sieri guariscono il cancro. Ernesto da Napoli</i>
<i>Sono paziente oncologico e sto facendo l'immunoterapia: mi consigliate di fare il vaccino contro il Covid? Giuseppe da Venezia</i>

WORKSHOP: REALIZZARE UNA MINI DIRETTA RADIO

Gruppo 3

Referente/Gruppo: _____

COMPITO

Il vostro programma *Buongiorno Italia* va in onda dalle 7 alle 9, la fascia più ascoltata di ogni radio. Il vostro pubblico è generico, abbraccia tutte le età e vi ascolta principalmente in auto, mentre si reca a scuola o a lavoro. E voi vi occupate, tra una musica e l'altra, di attualità con temi più o meno leggeri, toccando di tanto in tanto anche temi di salute, come in occasione di alcune giornate nazionali.

È il 13 ottobre e in occasione della Giornata mondiale contro il cancro al seno, volete ricordare ai vostri ascoltatori l'importanza della prevenzione e di sottoporsi allo screening.

Decidete di dedicare 5'23" della vostra trasmissione al tema, intervistando un/a medico/a oncologo/a.

1. IL PROBLEMA DI SALUTE/SOCIALE

Una su otto: ogni anno circa 55.000 donne ricevono una diagnosi di tumore al seno. Con questi numeri, il cancro al seno è la neoplasia più diffusa nelle donne. Il carcinoma della mammella colpisce anche gli uomini, sebbene con un'incidenza molto inferiore: 1 su 100.000, che in Italia si traduce in 500 casi l'anno.

Lo screening per il cancro del seno, secondo le indicazioni del Ministero della Salute italiano, si rivolge alle donne di età compresa tra i 50 e i 69 anni e prevede l'esecuzione gratuita della mammografia ogni due anni.

In questa fascia d'età si concentra infatti la maggior parte dei tumori del seno e, secondo gli esperti dell'Agenzia internazionale per la ricerca sul cancro (IARC), la partecipazione allo screening in questa fascia di età può ridurre del 40% la mortalità per questa malattia.

In alcune regioni lo screening gratuito è esteso dai 45 ai 74 anni.

Dai 25 anni fino ai 40, come principale metodo di prevenzione e controllo, bisogna eseguire regolarmente l'autopalpazione del seno per verificare:

- Presenza di noduli, protuberanze o inspessimenti del seno, presenza di masse palpabili o infossamenti nel seno, variazioni di forma e dimensioni.
- Alterazioni dell'aspetto della pelle: gonfiori e arrossamenti o sensazioni di calore
- Modifiche del capezzolo: secrezioni sierose o ematiche e lesioni simili a eczema, non collegabili a gravidanza o allattamento
- Ingrandimento dei linfonodi: gonfiore dei linfonodi sotto l'ascella.

Altre fonti:

- Sito Ministero della Salute "Screening per il cancro del seno"
- Sito AIRC "Screening mammografico per il tumore al seno"
- Sito AIRC "Speciale seno: prevenzione"

2. OBIETTIVI/TAGLIO DELL'INTERVISTA

Con questa intervista, cosa vuoi ottenere dal tuo target?

(Es. che conoscano l'importanza dell'autopalpazione; che comincino a fare l'autopalpazione; che si sottopongano agli screening; che aderiscano a una campagna particolare; che partecipino alla maratona per sostenere donne col tumore al seno; ecc)

3. IL TARGET

Il tuo pubblico è un pubblico molto ampio, anche per fascia d'età: va dagli adolescenti agli adulti fino ai 60/65 anni. Ascolta una radio molto pop, con tanta musica e piccoli spazi di attualità che tocca temi di salute solo se di grande impatto mediatico. Anche le persone all'ascolto hanno estrazioni sociali e culturali molto diverse.

Il target principale è la popolazione femminile del tuo pubblico, ma anche i compagni/mariti/figli/ che non solo possono spingere le compagne/mogli/madri/figlie a sottoporsi regolarmente agli screening ma devono sapere che i maschi non sono immuni al tumore alla mammella!

4. LINGUAGGIO/TONE OF VOICE

Quale credi che sia il tono giusto con cui affrontare questa intervista?

(Es. linguaggio tecnico, linguaggio semplice, tono ironico, paternalistico, giudicante/non giudicante, accogliente, ecc)

5. DOMANDE DAL PUBBLICO

Durante il programma arrivano tanti messaggi dagli ascoltatori e dalle ascoltatrici. Prova a girare all'esperto e a rispondere o commentare almeno 1 (meglio 2) domande tra quelle che sono arrivate durante la trasmissione.

<i>Gli screening sono inutili, tanto ci si ammala lo stesso! Giovanna da Trieste</i>
<i>È proprio la mammografia fatta di frequente che fa venire il cancro! Alessandra da Vicenza</i>
<i>Ho 30 anni: ogni quanto devo fare la visita senologica? E l'autopalpazione? Irene</i>
<i>Senza sintomi che ci controlliamo a fare? Si perde solo tempo! Arianna da Treviso</i>
<i>Mia moglie ha 45 anni e non si è mai controllata. Come faccio a convincerla a fare regolarmente i controlli? Dario</i>
<i>Per evitare il tumore al seno, basta eliminare i reggiseni col ferretto ed evitare deodoranti con alluminio e parabeni. Erika</i>
<i>Anche gli uomini devo fare l'autopalpazione? E da che età? Marco da Milano</i>

WORKSHOP: REALIZZARE UNA MINI DIRETTA RADIO

Gruppo 4

Referente/Gruppo: _____

COMPITO

Il vostro programma *Le oche di Lorenz* va in onda a metà mattina ed è ascoltato da un pubblico adulto, sopra i 40 anni, colto e istruito che vi ascolta abitualmente, di solito in casa o a lavoro, tenendo la radio accesa sempre sul canale della vostra rete. È un pubblico abituato a sentir parlare di temi scientifici, ma ha basi per lo più classiche. Quasi tutti si dichiarano 'amanti della natura' e più di qualcuno usa integratori e bibitoni drenanti sperando di mantenersi giovane.

Decidete di dedicare 5'23" della vostra trasmissione al tema degli integratori e alle bibite drenanti, focalizzandovi in particolare sugli integratori al collagene.

1. IL PROBLEMA DI SALUTE/SOCIALE

Il mercato italiano degli integratori si aggira sui 4 miliardi di euro (sui 13 miliardi complessivi del mercato europeo). Secondo Federfarma, sarebbero circa 30 milioni gli adulti che fanno uso di questi prodotti almeno una volta nel corso dell'anno. Eppure, tranne i particolari condizioni di patologie o condizioni transitorie (gravidanza, carenze certificate, ecc) gli integratori non apportano benefici. E in qualche caso potrebbero anche invece aumentare dei rischi (es. vitamina A è teratogena)

Altre fonti:

- Sito AIRC "Integratori alimentari: ne abbiamo davvero bisogno?"
- Il Fatto Quotidiano "Gli integratori non servono, costano e fanno sentire falsamente protetti" Salvo Di Grazia

- Il Fatto Alimentare "Gli integratori servono e sono sicuri? Intervista a Silvio Garattini"
- Il Fatto Alimentare "Verità e illusioni degli integratori alimentari. Troppe bugie e troppi consumi"

2. OBIETTIVI/TAGLIO DELL'INTERVISTA

Con questa intervista, cosa vuoi ottenere dal tuo target?

(Es. che sappiano che gli integratori non servono; che smettano di comprarli/assumerli; che si concentrino sull'avere una dieta più equilibrata e varia; che sappiano che il collagene preso per bocca viene digerito ecc)

3. IL TARGET

Il tuo target si nasconde nel tuo pubblico: colto, sopra i 40, amante della natura che strizza spesso l'occhio a rimedi 'naturali' e prende integratori di vario tipo, tra cui integratori di collagene e ritiene che diete detox e bibitoni drenanti possano 'detossificare' l'organismo.

Il tuo pubblico è anche molto puntiglioso ed avendo studiato almeno fino alla laurea, non ama sentirsi contraddetto o trattato alla stregua di un no-vax.

4. LINGUAGGIO/TONE OF VOICE

Quale credi che sia il tono giusto con cui affrontare questa intervista?

(Es. linguaggio tecnico, linguaggio semplice, tono ironico, paternalistico, giudicante/non giudicante, accogliente, ecc)

5. DOMANDE DAL PUBBLICO

Durante il programma arrivano tanti messaggi dagli ascoltatori e dalle ascoltatrici. Prova a girare all'esperto e a rispondere o commentare almeno 1 (meglio 2) domande tra quelle che sono arrivate durante la trasmissione.

<i>Allora come si spiega che dopo 2 mesi di assunzione di integratori al collagene la mia pelle è davvero più soda e luminosa? Gilda da Firenze</i>

<i>Io prendo da sempre integratori multivitaminici e infatti non mi sono mai ammalato! Rocco da Caltanissetta</i>

<i>Grazie che gli integratori commerciali non fanno niente, ecco perché prendo solo integratori naturali! Rosario di Lodi</i>

<i>In vista dell'estate prendo sempre bevande drenanti per un mese. È una polverina che mischio all'acqua e funziona: dimagrisco sempre. Luisa, Roma</i>
--

<i>Ma anche in gravidanza allora gli integratori di ferro e acido folico non servono a niente? Roberta da Torino</i>
--

<i>Quindi assumendo dosi eccessive di alcune vitamine addirittura si rischia qualcosa? Di quali vitamine parliamo e quali sono i rischi? Giovanni da Como</i>

WORKSHOP: REALIZZARE UNA MINI DIRETTA RADIO

Gruppo 5

Referente/Gruppo: _____

COMPITO

Il vostro programma *Hollywood Party* racconta il mondo dei vip: attori, musicisti, registi, star nazionali e internazionali arrivano spesso ai microfoni della vostra web radio, che è anche visual radio e si può guardare in tv.

Da Adele a Robbie Williams: sono moltissime le star che hanno utilizzato l'Ozempic e farmaci simili per dimagrire e tornare in forma rapidamente, sebbene con alcuni rischi. Lo stesso Robbie Williams ha dichiarato di aver accusato problemi alla vista per esempio. Ma ormai l'uso di questi farmaci è diventata una moda che ha preso piede anche tra le persone comuni.

Decidete di dedicare 5'23" della vostra trasmissione al tema e intervistare un medico diabetologo che sappia illustrare rischi e benefici di questi farmaci.

1. IL PROBLEMA DI SALUTE/SOCIALE

Ozempic, Mounjaro, Wegovy. Sono i nomi commerciali delle molecole più chiacchierate degli ultimi tempi: la semaglutide e la tirzepatide. Nate come farmaci destinati ai pazienti con diabete di tipo 2, negli ultimi anni queste punture sottocutanee hanno rivoluzionato il mondo delle diete: nelle persone obese e sovrappeso permettono di perdere fino al 20% del peso corporeo in poco tempo. Ma nessuno spiega che, una volta sospesa la terapia, c'è un effetto rebound e si recuperano in poco tempo i due terzi del peso perso.

Nel frattempo i facili risultati hanno attirato prima i vip, ma anche le persone comuni, aiutati all'inizio da prescrizioni off-label. Oggi li usano

non solo chi ricade nelle categorie di obesità e forte sovrappeso, ma anche chi vuole perdere solo qualche chilo e l'enorme domanda mette a rischio la disponibilità del farmaco per i diabetici (per loro il farmaco è salvavita).

Tra usi leciti, usi scorretti e abusi, i guadagni - per le aziende produttrici - sono da capogiro: il mercato globale della semaglutide e affini vale oggi 47 miliardi di dollari.

Solo in Italia nel 2024 l'Agenzia italiana del farmaco ha registrato un aumento del +78,7% nella vendita di questi farmaci per curare l'obesità per una spesa che ammonta a 55 milioni di euro.

E nel frattempo si è venuto a creare anche un mercato nero parallelo di farmaci contraffatti, in cui è incappata anche una giovane ragazza di Padova, finita in coma ipoglicemico per aver usato un medicinale venduto come Ozempic e che invece era insulina.

L'ultimo arrivato sul mercato è l'orforglipron: la nuova molecola che promette gli stessi risultati delle sue cugine, ma una comoda formulazione in pillole che piacerà a tutti quelli che non hanno un buon rapporto con gli aghi.

Altre fonti:

- AIFA "Nota Informativa Importante su Ozempic® (semaglutide)"
<https://www.aifa.gov.it/-/nota-informativa-importante-su-ozempic%C2%AE-semaglutide->
- Istituto Mario Negri "Ozempic e altri agonisti del recettore GLP-1: da antidiabetici a farmaci per dimagrire"
- Fondazione Umberto Veronesi "Cosa succede dopo aver sospeso i farmaci per dimagrire?"

2. OBIETTIVI/TAGLIO DELL'INTERVISTA

Con questa intervista, cosa vuoi ottenere dal tuo target?

(Es. che conoscano i rischi di assumere Ozempic e simili per perdere pochi chili; che conoscano l'effetto rebound e si concentrino quindi su un cambio radicale di stile di vita; offrire un'alternativa ecc)

3. IL TARGET

Il tuo pubblico è molto ampio sia come fasce d'età che come estrazione culturale e sociale. È composto da chi davvero si intende di cinema, arte, musica, ma anche da giovani appassionati che sperano di vedere in tv la loro star preferita *crush* del momento.

Il tuo target si nasconde nel tuo pubblico: sono tutte quelle persone – giovani e meno giovani – che potrebbero emulare i comportamenti dei loro vip preferiti, per risolvere rapidamente un problema di peso (e magari di insicurezze correlate) con un sistema che visto dall'esterno sembra facile e – quasi del tutto – indolore.

4. LINGUAGGIO/TONE OF VOICE

Quale credi che sia il tono giusto con cui affrontare questa intervista?

(Es. linguaggio tecnico, linguaggio semplice, tono ironico, paternalistico, giudicante/non giudicante, accogliente, ecc)

5. DOMANDE DAL PUBBLICO

Durante il programma arrivano tanti messaggi dagli ascoltatori e dalle ascoltatrici. Prova a girare all'esperto e a rispondere o commentare almeno 1 (meglio 2) domande tra quelle che sono arrivate durante la trasmissione.

<i>Questi farmaci hanno effetti collaterali? E quali, oltre ai problemi alla vista dichiarati da Robbie Williams? Emma da Bologna</i>

*Non ho capito, ma dove si fanno le punture? Quindi posso autosomministrarmelo?
Ivo da Arezzo*

Ma se questo farmaco era usato già dai diabetici e funzionava così bene, perché è diventato di moda tra le persone obese solo adesso? Isa, Livorno

Io che sono diabetico, e quindi per me è un farmaco salvavita, me lo sono visto sparire e temo che possa succedere ancora! Vergognatevi: togliere medicine salvavita per un capriccio estetico! Daniele, Verona

Ma come funzionano questi farmaci? Perché sono così efficaci? Elisabetta da Vigevano

Sono già disponibili le pillole? Io vorrei provare ma ho paura degli aghi. Lorenzo, Messina