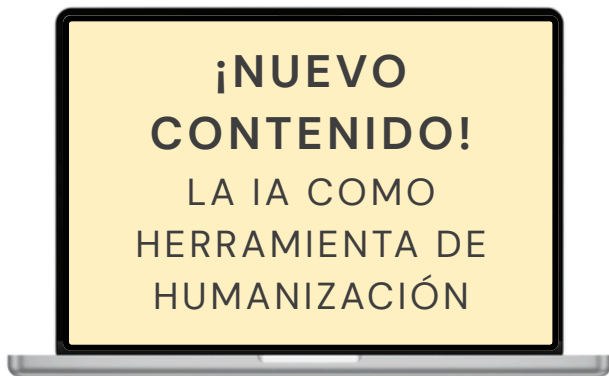




**ECONOMÍA Y SALUD
FUNDACIÓN**

CURSO / DIPLOMA DE EXPERTO EN COMUNICACIÓN EN SALUD

**¡NUEVO
CONTENIDO!
LA IA COMO
HERRAMIENTA DE
HUMANIZACIÓN**



ÍNDICE

1. PRESENTACIÓN Y JUSTIFICACIÓN	03
2. OBJETIVOS DE LA FORMACIÓN	05
3. DESTINATARIOS	06
4. DETALLES BÁSICOS	06
5. CONTENIDOS POR MÓDULOS	07
6. EQUIPO DOCENTE	19

1. PRESENTACIÓN Y JUSTIFICACIÓN

La buena comunicación genera salud de forma eficiente. Nuestros Sistemas de Salud exigen reformas que nos permitan mejorar los resultados en salud, ganando en eficiencia y logrando la sostenibilidad, puesta en duda ante el envejecimiento de la ciudadanía y la falta de una continuidad asistencial.

Comunicar mejor entre profesionales y pacientes, empatizar con su situación, temores y dudas es transmitirles seguridad y confianza, lo que les permite afrontar mejor la situación que estén atravesando. Este incremento en su calidad de vida les ayudará a mejorar emocional y biológicamente el afrontamiento de su enfermedad.

En todos los ámbitos de atención, así como entre los distintos servicios de un hospital o centro de salud, **la comunicación es vital para asegurar la eficiencia del servicio,** buscando la mejor transmisión de datos e información para mejorar los diagnósticos y la asignación de recursos en función de las situaciones que atraviesen los pacientes.

Aumentar la información entre lo sanitario y lo social es igualmente importante a la hora de asignar recursos y ajustarlos a las necesidades, contribuyendo sin duda a una mayor eficiencia y a que el paciente reciba en cada momento el recurso que realmente necesita.

Asimismo, es imprescindible comunicar bien, de forma directa y asequible para **concienciar a la ciudadanía de la necesidad del autocuidado, de la promoción de la salud y de la prevención de la enfermedad.**

En definitiva, **desarrollar la comunicación es una medida altamente eficiente,** que no precisa de grandes recursos adicionales, para mejorar nuestro Sistema Nacional de Salud.



EL DIPLOMA DE EXPERTO EN COMUNICACIÓN EN SALUD ES IMPRESCINDIBLE PARA:

- Profesionales de la salud y la información que quieran conocer a fondo las técnicas de comunicación más eficaces.
- Empresas, instituciones y centros vinculados al sector salud que contemplen la necesidad de una comunicación interna, y transversal como herramienta de gestión.

TE PERMITIRÁ:

- Desarrollar habilidades, competencias y destrezas en comunicación interpersonal médico paciente y con el resto de profesionales de los equipos de trabajo. Lenguaje verbal y gestual.
- Difundir las noticias de más impacto a la sociedad a través de los medios de comunicación.
- Entrar en contacto con los profesionales del sector y compartir experiencias de alto valor para la gestión de la comunicación.

ESTÁ:

- Desarrollado de forma práctica en 3 prácticums, 4 talleres y 1 método de caso para completar una visión global de la comunicación en salud.
- Impartido por profesionales en ejercicio de gran prestigio y con amplia experiencia en el ámbito académico.



2. OBJETIVOS DE LA FORMACIÓN

En el entorno de profesionales de la salud y comunicadores del sector:

- Potenciar las habilidades y herramientas de comunicación y de expresión para el más eficaz desarrollo de la actividad profesional en el ámbito de la sanidad.
- Dotar de herramientas de IA para el desarrollo de procesos de humanización afianzados que faciliten la relación profesional-persona y sirvan de ayuda para la práctica clínica diaria.
- Contribuir a gestionar eficazmente la comunicación del profesional sanitario con las personas/pacientes, la comunicación interna en las organizaciones, instituciones, hospitales y empresas, así como la transversal entre organizaciones y la sociedad.
- Formar en materia de comunicación mediante la actualización de conocimientos teóricos y prácticos a través de practicums, talleres y métodos del caso logrando así una especialización en la materia.
- Desarrollar de forma práctica contenidos para la comunicación online según los canales a utilizar en redes y sociales, webs e internet en general. ¿Qué redes sociales utilizar en función de los mensajes a difundir? ¿Cómo adaptar el mensaje al canal? La fuerza de la imagen en vídeo para la difusión en redes. Audio y Podcast al servicio de la comunicación en salud.

En el ámbito de las empresas, instituciones y centros vinculados al sector salud:

- Contribuir a cumplir con sus objetivos corporativos mediante la estrategia de una comunicación más eficiente, formada y especializada de los profesionales que integran sus empresas, instituciones y centros.



3. DESTINATARIOS

Profesionales de la salud en general, hospitales, de la industria farmacéutica y tecnologías de la salud, estudiantes de periodismo, médicos, enfermeras y demás especialidades de la sanidad.

4. DETALLES BÁSICOS

MODALIDAD

Virtual Síncrona

+

Sesiones Presenciales

(Prácticums, Talleres, Método del caso)

DURACIÓN

Curso de Comunicación: 40 horas lectivas

Diploma de Experto: 80 horas lectivas

FORMATO

Semipresencial



5. CONTENIDOS POR MÓDULOS

MÓDULOS	HORAS CURSO	HORAS DIPLOMA DE EXPERTO
MÓDULO I: COMUNICACIÓN PROFESIONAL SANITARIO/PERSONA	12 HORAS	24 HORAS
MÓDULO II: COMUNICACIÓN INTERNA ENTRE PROFESIONALES	10 HORAS	20 HORAS
MÓDULO III: COMUNICACIÓN TRANSVERSAL	10 HORAS	20 HORAS
MÓDULO IV: HABILIDADES DE COMUNICACIÓN EN ENTORNOS PROFESIONALES	8 HORAS	16 HORAS
DURACIÓN TOTAL	40 HORAS	80 HORAS

MÓDULO I: COMUNICACIÓN PROFESIONAL SANITARIO/PERSONA

PROPÓSITO GENERAL	Mejorar la comunicación entre los profesionales de la sanidad y los pacientes para conseguir los mejores resultados en consultas y tratamientos basándonos en el poder terapéutico de una comunicación empática y eficaz a través de la expresión y los mensajes del profesional sanitario-paciente-familia.
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none">• Desarrollar habilidades específicas de la expresión de los profesionales de la salud para la comunicación con el paciente en cada fase del proceso de salud/enfermedad.• Dotar de pautas y claves para una comunicación interpersonal fluida y eficiente con el objetivo de mejorar la relación médico/paciente con la estrategia adecuada a cada persona y enfermedad.• Desarrollar herramientas de IA para procesos de humanización afianzados que faciliten la relación profesional-persona y sirvan de ayuda para la práctica clínica diaria.• Hacer extensivas estas pautas y claves desde el profesional al propio paciente y sus familias para que entre unos y otros construyan el mejor escenario para conseguir la excelencia en salud.• Proporcionar técnicas para un mejor manejo de la voz, la palabra, la imagen que se proyecta y el lenguaje gestual para comunicar con facilidad.• Formar sobre una utilización adecuada de canales de comunicación: consulta presencial, telemedicina, canales online de vídeo y audio, chats de médico/paciente y consulta telefónica.• Proporcionar herramientas para mejorar la comunicación de las buenas y malas noticias a través de la elección del mejor momento, situación y creación del clima adecuado de conversación.• Dotar técnicas para un mejor manejo de los silencios y el énfasis de la voz desde la empatía y la visión del paciente. El factor emocional clave en la comunicación en salud.
DURACIÓN	CURSO: 12 horas / DIPLOMA: 24 horas
PROFESORADO	Profesionales en ejercicio de centros hospitalarios y de atención primaria, profesores expertos en comunicación sanitaria de la Facultad de Ciencias de la Información y otras facultades de comunicación, profesores de las facultades de medicina especializados en habilidades de comunicación, expresión y mensajes.

TEMARIO MÓDULO I

<p>1. ELEMENTOS CLAVE DE LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL: VOZ, IMAGEN Y LENGUAJE GESTUAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de las características de la voz: tipología. Voces agudas, graves y medias. Tratamiento de la voz. • La imagen que proyectamos en los demás. Estrategias para modelar la imagen en función del objetivo de relación con el paciente y las familias. La imagen como apoyo y complemento a la voz. • El lenguaje no verbal/gestual como complemento a los mensajes orales y la imagen que proyectamos. • La respiración diafragmática para el control de la voz y la expresión. Foniatría para el tratamiento de disfunciones de la voz.
<p>2. LOS MENSAJES EN FUNCIÓN DEL RECEPTOR/TIPO DE PACIENTE Y ENFERMEDAD QUE PADECE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicar buenas y malas noticias en el mejor entorno de comunicación. • ¿Qué quiere saber el paciente, cómo quiero que se lo cuenten? • Adaptación del mensaje al paciente y su enfermedad con los mejores puntos fuertes y débiles de las habilidades de comunicación del paciente. • Cómo transmitir al paciente que comunique con precisión, de manera sistemática y sintetizando los mensajes a modo de titulares. Cómo debe enseñar el profesional de la sanidad al paciente a comunicarse con eficacia.
<p>3. HUMANIZACIÓN Y COMUNICACIÓN: CLAVES DE LA COMUNICACIÓN PROFESIONAL /PACIENTE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La persona como sujeto de la comunicación, la enfermedad en general. • Empatía y emociones del paciente para humanizar la relación interpersonal. • La familia y el paciente en el ámbito de la salud. Comunicar con el entorno familiar y social a través de la persona. • El factor psicológico a través del manejo de las emociones y el control de las situaciones adversas.
<p>4. LA IA EN LA COMUNICACIÓN EN LA PRÁCTICA CLÍNICA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción a la Inteligencia Artificial (IA) • Cómo funciona la IA: importancia de los datos, tipos de algoritmos y problemas que resuelven cada uno. Riesgos, limitaciones y uso responsable de la IA. • ¿Para qué se puede usar la IA? Ámbitos de aplicación y Casos de Éxito Exposición de casos de éxito que pueden servir como inspiración. • Cómo aplicar la IA en el ámbito sanitario y clínico • Inteligencia Artificial aplicada a la comunicación en la práctica clínica. Casos y ejemplos prácticos de aplicación en la comunicación con pacientes y equipos sanitarios.
<p>5. COMUNICAR EN SITUACIONES ESPECIALES, CRISIS, PANDEMIAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cómo manejar situaciones especiales a través de la comunicación con el paciente: plan y estrategia de actuación. • Protocolos de Crisis ante emergencias o alarmas sanitarias. • Cómo comunicar en situaciones de pandemia: activar pautas de actuación. • Canales y herramientas de comunicación en situaciones especiales: canales online y vídeo reunión con el paciente y familiares.

MÓDULO II: COMUNICACIÓN INTERNA ENTRE PROFESIONALES

PROPÓSITO	Gestionar eficazmente la comunicación entre los profesionales de centros sanitarios, hospitales, centros de atención primaria y empresas del ámbito de la salud mediante el desarrollo de acciones internas para potenciar todos los canales de información interna y la dotación de herramientas y planes de comunicación para conseguir la máxima eficiencia en los equipos humanos.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none">• Desarrollar la comunicación interdepartamental en los centros.• Detectar necesidades a través de una auditoría de comunicación interna y poner en marcha un plan de comunicación interna eficaz.• Crear de planes de comunicación. ¿Cómo hacer un plan de Comunicación Interna "C.I."?• Identificar puntos fuertes y débiles de la C.I. en el entorno profesional• Cómo realizar una auditoría de C.I. y cómo implantar herramientas y canales para la difusión interna.• Dotar de herramientas y habilidades para la comunicación entre profesionales en la entrevista de trabajo• Desarrollar la comunicación entre distintos niveles asistenciales, hospitales, atención primaria, centros sociosanitarios.
DURACIÓN	CURSO: 10 horas / DIPLOMA: 20 horas
PROFESORADO	Profesores de comunicación interna de la Facultad de Ciencias de la Información, otras facultades de comunicación y profesores de facultades de medicina especializados en esta área, profesionales en ejercicios de centros hospitalarios y de atención primaria, expertos de comunicación interna institucional.

TEMARIO MÓDULO II

<p>1. GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA SALUD</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Auditorías de Comunicación Interna. Realización de informes. • Chequeo y análisis de situación de la empresa. Necesidades • Cuestionarios, entrevistas y encuestas • Presentación a staff directivo • Ejemplo práctico de una auditoría ficticia
<p>2. CREACIÓN DE PLANES DE COMUNICACIÓN INTERNA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tipología: planes parciales mensuales, semestrales. Planes generales anuales. • Planes globales y específicos • Cronogramas/ herramientas para el desarrollo de la C.I.
<p>3. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN INTERNA</p>	<p>Medios y canales online y offline para la puesta en marcha y desarrollo de herramientas para una comunicación interna eficaz. Newsletter, canales internos de tv, revistas online. Reuniones de trabajo por objetivos: planificar reuniones de manera eficaz.</p>
<p>4. RECURSOS HUMANOS PARA EL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Técnicas y habilidades del comunicador en el ámbito interno. • Diagnóstico de Comunicación y PMP (Plan de Mejora Personalizado) de los alumnos: ¿Qué debo mejorar? ¿Cómo? ¿En qué fases y periodos? • Comunicar y lidera equipos en la empresa: cualidades del líder y potenciación de sus habilidades. • Gestionar la comunicación interna como herramienta de gestión en las instituciones para consecución de objetivos en el plan anual de gestión.
<p>5. CÓMO SUPERAR CON ÉXITO PRUEBAS DE SELECCIÓN LABORAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Competencias para desarrollar presentaciones ante tribunales de promoción interna. • Cómo abordar diferentes procesos de selección: superar con éxito entrevistas de trabajo, cómo saber venderse bien en las pruebas de selección y cómo realizar un cv eficaz.

MÓDULO III: COMUNICACIÓN TRANSVERSAL

PROPÓSITO	<p>Centrar la atención en la comunicación a los profesionales de la sanidad y medios de comunicación y se impartirán técnicas para desarrollar una difusión eficaz de cara al exterior, a la sociedad, a las propias familias de pacientes y para difundir noticias del sector salud con especial atención a la difusión de políticas de prevención de la enfermedad y promoción de la salud, a través de medios de comunicación online, impresos, agencias de noticias, televisión, radio y otros formatos de comunicación digital en redes sociales y podcasts.</p>
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none">• Gestionar eficazmente la comunicación en las instituciones a través de estrategias, planes de comunicación y gestión de crisis.• Generar una comunicación veraz y objetiva a la sociedad a través de los medios de comunicación.• Difundir noticias del sector salud a través de medios de comunicación online, impresos, agencias de noticias, televisión, radio y otros formatos de comunicación digital en redes sociales y podcasts.• Reforzar la identidad corporativa de las instituciones.• Facilitar la comunicación a los medios.• Gestionar de la información: entrevistas, reportajes, mesas redondas y ruedas de prensa.• Crear páginas webs y edición de documentos, libros y otros documentos, realización de vídeos institucionales, potenciación de la comunicación y estrategia en redes sociales y podcasts• Potenciar la imagen corporativa
DURACIÓN	<p>CURSO: 10 horas / DIPLOMA: 20 horas</p>
PROFESORADO	<p>Profesores de comunicación corporativa e institucional de la Facultad CCII, de facultades de periodismo/comunicación de universidades públicas y privadas, profesionales en ejercicio responsables de comunicación externa en hospitales e instituciones vinculadas a la sanidad.</p>

TEMARIO MÓDULO III

<p>1. DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE ACTUACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none">• Grupos de interés a los que vamos a dirigir el Plan de Comunicación. Definición.• Plan General Anual: descripción de acciones, medios humanos y materiales, cronograma de actividades.• Planes sectoriales por acciones concretas: secciones comunes al Plan General Anual con más detalle de cronograma en corto espacio.• Diseño de estrategias. Claves del Plan de Comunicación desde la perspectiva de la difusión y del marketing.• Estudio y análisis del impacto que se pretende con el plan. La efectividad de los mensajes.• Medición de resultados y clipping: herramientas para la búsqueda de noticias en Internet, motores de búsqueda, métricas para evaluación de resultados• Creación de Informes Anuales/Memorias en las empresas como herramienta de Comunicación Transversal. Vídeos corporativos
<p>2. GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN TRANSVERSAL A TRAVÉS DE GABINETE DE PRENSA DE LA INSTITUCIÓN. CREACIÓN Y GESTIÓN DE UN GABINETE DE COMUNICACIÓN.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Objetivos del gabinete según tipología de la institución: gabinetes de prensa de hospitales, instituciones públicas o privadas de salud, empresas farmacéuticas y tecnológicas de la salud.• Creación del equipo: profesionales de la comunicación y el periodismo especializado en salud. Bases de datos de medios de comunicación.• ¿Cómo se redacta una noticia de impacto? La entrevista y el reportaje. Realización de dossieres informativos. Relaciones con los medios: claves de los contactos y el networking.• Planificación de comparecencias, entrevistas y ruedas de prensa en medios convencionales, especializados del sector salud, en radio y televisión.

3. COMUNICACIÓN DE CRISIS. GABINETE, PLAN, MONITORIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none">• Prevención de situaciones de riesgo. Planificación de acciones a través de un protocolo de prevención.• Creación de Protocolo de Actuación en situación de crisis.• Construcción del mensaje a transmitir en función de los sujetos receptores: sociedad en general, medios de comunicación, otras empresas del sector.• La comunicación a la sociedad y a los medios.• Monitorización y seguimiento de la crisis.• Método del Caso de situación de crisis: exposición de caso de éxito o fracaso en el sector de la salud de una situación de riesgo (pandemias, catástrofes naturales...)
4. EL IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN EN LOS MEDIOS	<ul style="list-style-type: none">• Estrategia para la difusión de noticias de salud en medios de comunicación por tipología:<ul style="list-style-type: none">◦ Medios convencionales/generalistas impresos◦ Medios especializados en salud◦ Medios online/ redes sociales◦ Agencias de noticias nacionales e internacionales• Segmentación de los envíos de noticias a los medios: determinar los medios y canales idóneos para la difusión• Medición del impacto y reputación en medios
5. NUEVOS MODELOS DE COMUNICACIÓN ONLINE	<ul style="list-style-type: none">• Papel de la redes sociales en la difusión de la actualidad del sector sanitario.• Las singularidades de LinkedIn, Facebook, Twitter e Instagram para la relación entre profesionales, pacientes y sociedad.• Taller práctico sobre cómo crear contenidos de comunicación en redes sociales según la singularidad del canal.• Relación online entre hospitales e industria en el ámbito comercial del marketing online.

MÓDULO IV: HABILIDADES DE COMUNICACIÓN EN ENTORNOS PROFESIONALES

PROPÓSITO	Centrar la atención en la comunicación de los profesionales en todos los entornos sanitarios y sociales donde desarrollan su actividad.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none">• Definir estrategias y estilos de comunicación teniendo en cuenta el escenario y las circunstancias de cada caso. Reuniones eficaces, gestión eficiente del tiempo y del estrés.• Dotar de herramientas para la creación y realización de comparecencias, presentaciones en público, discursos públicos en eventos, entrevistas y ruedas de prensa en tv, radio. Comunicar en sanidad ante los medios. Dar titulares con ideas/fuerza.• Proporcionar herramientas en foniatría: manejo y educación de la voz, respiración, técnicas de repentización.• Formar en la organización de eventos relacionados con la promoción de la salud y la prevención de la enfermedad: creación de programas de eventos, protocolo, organización, bases de datos, invitaciones, seguimiento.• Formar a portavoces: qué se debe comunicar y cómo.
DURACIÓN	CURSO: 8 horas / DIPLOMA: 16 horas
PROFESORADO	Expertos en comunicación verbal y gestual, fonoatras, psicólogos universidades públicas y privadas. Profesores de comunicación interpersonal facultades de comunicación públicas y privadas, expertos en protocolo y eventos.

TEMARIO MÓDULO IV

1. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN INTERPERSONAL	<ul style="list-style-type: none">• Diagnóstico de comunicación del alumno: puntos fuertes y débiles de sus aptitudes de voz, imagen y lenguaje no verbal. Plan de Mejor.• Manejo y desarrollo de la expresión a través de la voz, la imagen y el lenguaje no verbal. Tipología y tratamiento de la voz. Técnicas de repentización e improvisación. Método del “folio en blanco” para poder desarrollar una intervención oral con fluidez verbal.• Manejo del estrés y las emociones. Comunicar buenas y malas noticias.
2. COMPETENCIAS ORGANIZATIVAS PARA LA COMUNICACIÓN EN SALUD	<ul style="list-style-type: none">• Formación de portavoces ante los medios, qué se debe comunicar y como. Comparecencias y entrevistas ante los medios de comunicación.

El temario de cada uno de los módulos que se ha descrito corresponde a las líneas de contenido que posteriormente se abordarán de manera concreta en cada módulo, según la carga horaria del curso.

Los contenidos de los distintos módulos se desarrollarán mediante una combinación de instancias teóricas y prácticas, favoreciendo la integración entre el conocimiento conceptual y su aplicación en contextos reales.

Las actividades prácticas incluirán prácticums, talleres participativos y análisis de situaciones basadas en el método del caso, orientados a la reflexión crítica, la resolución de problemas y la transferencia de los aprendizajes a las circunstancias propias del ámbito de la salud.

7. EQUIPO DOCENTE

JULIO GARCÍA GÓMEZ

Director del curso de Comunicación en Salud y director de Comunicación de la Fundación Economía y Salud.

Docente de habilidades de comunicación verbal, no verbal y paralingüística. Autor de "Técnicas de Comunicación Eficaz" y "Comunicación en pandemia", entre otras publicaciones.

Licenciado en Ciencias de la Información. Profesor en IE University, CSIC, Universidad Internacional Menéndez Pelayo, U. Harvard liderazgo cívico en España y Universidad Carlos III de Madrid. Colaborador en medios de comunicación. Premio Liderman a la eficacia profesional.



LUIS FRAGA POMBO

Docente de Comunicación Corporativa en Universidad Nebrija y Atresmedia Formación. Experto en Comunicación en salud.

Licenciado en Geografía e Historia por la UNED y Máster en Investigación Aplicada en Comunicación por la Universidad Rey Juan Carlos. Ha sido responsable de comunicación de la Sociedad Española de Investigación Ósea y del Metabolismo Mineral y es socio de ANIS, la Asociación Nacional de Informadores de Salud.

Forma parte del equipo productor del podcast especializado en enfermedades respiratorias "Date un Respiro", de FENAER.



TERESA PÉREZ ALFAGEME

Experta en comunicación de crisis sanitarias, planes de crisis y relación con el colectivo médico.

Experiencia en RTVE, Cadena SER, miembro de la Asociación Nacional de Informadores de la Salud, ANIS. Experta en Comunicación efectiva y gestión de equipos, Capacidad de análisis y toma de decisiones. Gestión de contenidos.

Premio Talento de la Academia de TV. Gestora de contenidos sanitarios y de información de salud.



ÁLVARO GARCÍA TORRES

Director de comunicación de la Organización Médica Colegial.

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid. Máster en Comunicación Institucional por la Universitat de Lleida y Next Business School.

Experiencia profesional en Radio Televisión Española, Globomedia, Atresmedia. Desde hace doce años, es director de comunicación de la Organización Médica Colegial (OMC). Lideró la estrategia de comunicación de crisis de esta institución durante la pandemia por COVID-19. Participa en iniciativas, jornadas y seminarios relacionados con la lucha frente a la desinformación en sanidad.



TERESA VILAS

Periodista y locutora en Radio Nacional de España

Licenciada en Periodismo Audiovisual por la Universidad de Santiago de Compostela. Máster de Radio Nacional, Instituto RTVE y Universidad Complutense de Madrid.

Es la voz corporativa de RNE y Radio 5. Ha trabajado como redactora en el informativo 'Las mañanas de RNE'. Directora del programa documental 'Primera Página' (Radio 5). Creadora y directora del pódcast 'Crímenes del siglo XXI'. Colabora en programas de RNE, Cadena SER y Libertad FM. Colaboradora freelance en la revista CTXT. Ha trabajado en los programas 'Hoy por hoy', 'Hora 14' y 'Matinal' de Cadena SER. Redactora en La Voz de Galicia y Radio Voz.



JORGE DIONI LÓPEZ

Experto en comunicación corporativa y redacción escrita

Licenciado en Periodismo por la Universitat Autònoma de Barcelona. Experto en comunicación escrita en las organizaciones. su carrera profesional abarca diarios (Sport, Marca y Metro), radio (SER, RNE y Ràdio Gràcia), entre otros medios.

En la actualidad, imparte talleres de lectura y escritura en Escuela de escritores, realiza tareas de comunicación corporativa para la agencia Dobleh y colabora con La Marea, El País o Vanity Fair.

Como escritor, ha publicado el libro 'La España de las piscinas' (Arpa), que recibió el Premio "Libro del Año" del Gremio de Libreros de Madrid. En 2023, publicó 'El malestar de las ciudades' (Arpa).



IGNACIO CALVO GARCÍA

Responsable de Comunicación de CAF Signalling.

Doctor en Ciencias de la Información y máster en Dirección de Comunicación por la Universidad Complutense. Experto en comunicación interna, ha ocupado cargos en este departamento en empresas como IKEA o Diageo.

Como periodista, ha trabajado en prensa nacional (El Mundo, La Razón) e internacional (en producción en la cadena de radio británica BBC) y agencias de comunicación. Es profesor asociado especialista en Comunicación interna en la Universidad Nebrija.



PURIFICACIÓN BELTRÁN

Presentadora de 'En la Sabana', pódcast de El Español.

Experta en manejo y modulación de la voz y la expresión. Comunicadora, locutora y presentadora con más de 16 años de trayectoria en la Cadena SER. Durante seis años, fue directora y presentadora de 'A vivir Madrid' y formó parte de los equipos de 'Hoy por Hoy' y 'La Ventana', donde desempeñó labores de presentación, edición y guion. Creadora del magazine La Octava.

Dirigió el pódcast episódico 'Mujeres en Contexto' para la revista CTXT. Es formadora en técnicas de trabajo con la voz para mejorar la comunicación con modulación, tono y ritmo.



EMILIO DE BENITO CAÑIZARES

Periodista especializado en sanidad. Experto en comunicación en sanidad para difundir a la sociedad.

Licenciado en Química por la Universidad Complutense de Madrid. Redactor de Sanidad del diario El País. Asesor de temas sanitarios en la agencia de comunicación especializada Llorente y Cuenca. Realiza consultoría de gestión, consultoría de marketing, consultoría de salud y consultoría de asociaciones sin ánimo de lucro.

Vicepresidente de ANIS, la Asociación Nacional de Informadores de Salud, que engloba a profesionales de la comunicación dedicados a la divulgación científica y médica en medios de comunicación.



GEMA PIÑA MUÑOZ

Experta en IA. Data Technologies & Analytics Project Manager en Minsait

Especialista en soluciones tecnológicas de alto impacto y enfocada en la formación y desarrollo de habilidades de Inteligencia Artificial para profesionales de diferentes sectores y servicios.

Graduada en Matemáticas y Estadística y Máster en Data Science. Es Data Scientist y Analytics Project Manager en Minsait, compañía de Indra dedicada a la consultoría de transformación digital y Tecnologías de la Información (TI), líder en España y Latinoamérica. Diseña e implementa soluciones tecnológicas avanzadas, incluyendo IA, Cloud, Ciberseguridad y Analítica de Datos.

Experiencia como profesora de Matemáticas y sesiones formativas de IA en la Universidad de Sevilla.





**ECONOMÍA Y SALUD
FUNDACIÓN**

CONTACTO

cursos-proyectos@fundacioneconomyasalud.org

(+34) 699 966 518

Fundación Economía y Salud

c/ Alcalá 93, 2ºH

28009 Madrid



www.fundacioneconomyasalud.org