

Percorsi verso la qualità della comunicazione

Le raccomandazioni GISCI
per la qualità
dei materiali informativi

Debora Canuti

OSSEVATORIO NAZIONALE SCREENING

Comunicare con tutti

4° SEMINARIO SU
**La Comunicazione
nei programmi di Screening**

Montesilvano,
24/25 maggio 2007
Hotel Serea Majestic

con il patrocinio di:
Assessorato alla Sanità della Regione Abruzzo
Comitati regionali di screening del cervicocarcinoma,
della mammella e del colon retto
Provincia di Pescara
Comune di Montesilvano
ASL di Teramo - AOGOI Abruzzo - SIAPEC Abruzzo

GISCI
Gruppo Italiano Screening del Cervicocarcinoma

gis
ma
gruppo italiano screening
mammografico

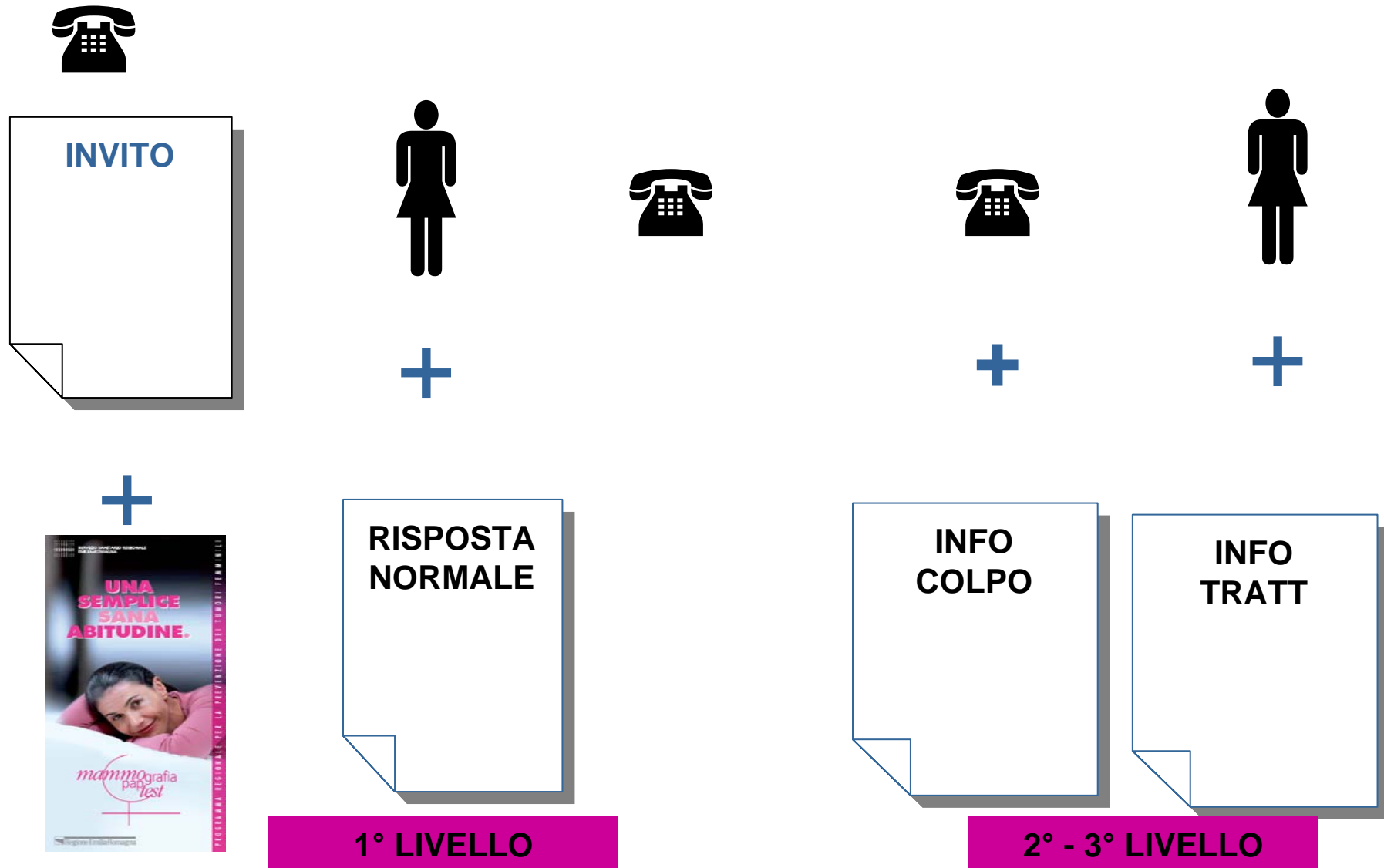
GISCOR
Gruppo
Italiano
Screening
ColoRettale

REGIONE
ABRUZZO

Cosa è stato fatto

- ◆ **Prima fase: analisi degli strumenti informativi dei programmi di screening per il carcinoma della cervice uterina.** *GISCi 2004, Terzo Rapporto ONS.*
- ◆ **Seconda fase:** indagine sulla qualità grafica delle lettere di invito dei programmi italiani di screening citologico. *GISCi 2005*
- ◆ **Terza fase:** qualità del materiale informativo: proposta di griglie di autovalutazione. *GISCi 2006*
- ◆ **Quarta fase:** Indicazioni per il prelievo citologico nello screening per il carcinoma cervicale. *GISCi 2006*
- ◆ **2007:** 100 domande per operatori e utenti, **Documento GISCi sulla qualità dei materiali informativi**

I MATERIALI INFORMATIVI NELLO SCREENING



Nello screening i materiali informativi sono **il primo contatto con gli utenti.**

I materiali informativi sono relazione.

Ovviamente i materiali informativi costituiscono soltanto una delle componenti del complesso processo che porta una persona ad utilizzare o meno il test che le viene proposto



Per la letteratura, la lettera di invito e l'opuscolo sono strumenti di comunicazione efficaci.

La lettera di invito

- è lo strumento informativo più frequente: arriva a tutti, anche ai non aderenti
- è facile ed economica da modificare.



Cosa è stato fatto

◆ **Prima fase:** analisi degli strumenti informativi dei programmi di screening per il carcinoma della cervice uterina.

GISCi 2004, Terzo Rapporto ONS.

◆ **Seconda fase:** **indagine sulla qualità grafica delle lettere di invito dei programmi italiani di screening citologico.**

GISCi 2005

◆ **Terza fase:** qualità del materiale informativo: proposta di griglie di autovalutazione. *GISCi 2006*

◆ **Quarta fase:** Indicazioni per il prelievo citologico nello screening per il carcinoma cervicale. *GISCi 2006*

◆ **2007:** 100 domande per operatori e utenti, Documento GISCi sulla qualità dei materiali informativi....

In base a quali parametri valutare la qualità dei materiali informativi?

Accuratezza

Chiarezza

Pertinenza

Accuratezza

L'informazione è basata sull'evidenza e aggiornata

- la “migliore evidenza possibile”
- limiti (*es. falsi +/-, fasce*)
- ulteriori informazioni
- emittente, fonti, sponsor
- date di produzione e revisione
- coerenza informativa

The plain English guide:
www.plainenglish.co.uk

European guidelines for
quality assurance in breast
cancer screening and
diagnosis. Fourth edition,
2006.

Chiarezza

L'informazione è comunicata in maniera comprensibile

- **comprensibilità del testo**
- **grafica (carattere, evidenziazioni, spazi, lunghezza) e illustrazioni**
- **tono**



La comprensibilità: il testo

- Breve
- Parole semplici (vocabolario di base)
- Frasi corte (20 parole) e parole corte
- Tono personale

Fortis D. Il Plain Language: quando le istituzioni si fanno capire.
I quaderni del Mestiere di Scrivere. Maggio 2003.
www.mestierediscrivere.com

La comprensibilità: la sintassi

- Preferire la forma attiva alla passiva
- Preferire le coordinate alle subordinate
- Preferire la forma personale
- Preferire la forma affermativa

E. Piemontese. Capire e farsi capire. Teorie e tecniche della scrittura controllata. Tecnodid ed. 1996

Quanto più è ampio e indefinito il destinatario, tanto più chi scrive i testi deve usare:

- termini di uso comune
- sintassi semplice, periodi brevi
- **dosare la quantità di informazioni** utili per gli obiettivi che il testo si prefigge



La comprensione

La chiarezza **non è una qualità intrinseca al testo**:
l'arbitro della chiarezza è solo il lettore.

La comprensione **non è un processo binario**
(avvenuta = 0, non avvenuta = 1), ma un processo di
tipo probabilistico, a esito incerto.

La comprensione **non è un atto dovuto**.

La grafica

- ◆ Siamo nel campo della comunicazione visiva
- ◆ E' la **componente non verbale** del testo
- ◆ Comunica chi siamo: è il nostro biglietto da visita

La grafica non è mai “neutra”

Una grafica accurata aiuta a convogliare il messaggio, la lettura viene facilitata.

Da test eseguiti c'è un impatto o sulla velocità di lettura o sulla comprensione del testo o sulla soddisfazione dell'utente

ELEMENTI DI ATTENZIONALITA'

Sono essenziali per trasmettere il senso delle gerarchie:

- per evidenziare è preferito il **grassetto**
 - il *corsivo* non è usato per passaggi lunghi
 - il MAIUSCOLO è usato con parsimonia
 - i riquadri vengono usati con parsimonia
 - il sottolineato è evitato
-
- Testo scuro su sfondo chiaro

Qualità dei materiali informativi

Pertinenza

**L'informazione è
pertinente alle
esigenze dei
destinatari**

Pertinenza

- **destinatari e obiettivi
identificati**
- **esigenze dei
destinatari identificate**
- **testo e immagini
coerenti con gli obiettivi
e le esigenze**
- **in atto meccanismo di
verifica con i destinatari**

La qualità del materiale informativo per **gli utenti**

- breve!
- chiaro
- Personale, propositivo, non impositivo
- graficamente accurato (immagini e testo)
- informazioni mirate ai diversi momenti informativi (invito, 2° livello, trattamento)
- di supporto, non in sostituzione al rapporto personale
- dice dove reperire ulteriori informazioni

Azienda ULSS N° 16
Progetto Donna e Salute
Via Giustiniani 16 35128 Padova

Campagna
per la
prevenzione
dei tumori
femminili

Sig. Nicoletta Marchesini
Via _____
35128 Padova

Gentile Signora Nicoletta Marchesini,

Con questa lettera la invitiamo a fare un Pap-test all'interno del programma di prevenzione del tumore del collo dell'utero promosso dall'Azienda ULSS 16 in collaborazione con la Regione Veneto.

Le proponiamo un appuntamento per

**il giorno 18 luglio 2003 alle ore 10.30
presso il Consultorio di via D'avanzo 13, Padova**

Un ostetrica le farà il Pap-test. L'esame è gratuito e non occorre impegnativa. Se ne avrà bisogno le rilasceremo un certificato per giustificare l'assenza dal lavoro.

Porti con sé questa lettera e la tessera sanitaria. Se ha fatto un Pap-test negli ultimi due anni oppure se desidera spostare l'appuntamento o avere altre informazioni chiami dal lunedì al venerdì i numeri:

049 821 1291 e 049 821 1789 dalle 8.30 alle 13.30

Le invieremo il risultato dell'esame a casa con una lettera.

Si ricordi:

- faccia il Pap-test quando ha finito le mestruazioni da almeno tre giorni e non ha perdite di sangue
- nei due giorni prima dell'esame non abbia rapporti sessuali
- nei tre giorni precedenti non usi ovuli, creme o lavande vaginali
- può fare il Pap-test anche se è in gravidanza

Confidiamo nella sua partecipazione.

Cordiali saluti.

La Responsabile del Programma
Prof.ssa Daria Minucci

Cosa è stato fatto

◆ **Prima fase:** analisi degli strumenti informativi dei programmi di screening per il carcinoma della cervice uterina.

GISCi 2004, Terzo Rapporto ONS.

◆ **Seconda fase:** indagine sulla qualità grafica delle lettere di invito dei programmi italiani di screening citologico. *GISCi 2005*

◆ **Terza fase: qualità del materiale informativo: proposta di griglie di autovalutazione.** *GISCi 2006*

◆ **Quarta fase:** Indicazioni per il prelievo citologico nello screening per il carcinoma cervicale. *GISCi 2006*

◆ **2007:** 100 domande per operatori e utenti, Documento GISCi sulla qualità dei materiali informativi....

Identificazione dei parametri di base per valutare la qualità degli strumenti informativi

Griglie di analisi tratte da:

GRIGLIE DI ANALISI GENERALE

- ☞ Centre for Health Information Quality (CHiQ): www.hfht.org/chiq/
- ☞ Charnock D. et al. DISCERN: an instrument for judging the quality of written consumer health information. Journal of Epidemiology and Community Health 1999; 53: 105-111, www.discern.org.uk

GRIGLIE DI ANALISI SPECIFICHE

- ☞ Processi comunicativi negli screening del tumore del collo dell'utero e della mammella. Proposta di Linee Guida. Regione Emilia – Romagna/CDS Aziende USL Città di Bologna e Ravenna. Dossier 33, febbraio 1997
- ☞ Giordano L. Analisi di alcuni aspetti del materiale informativo degli screening mammografici. Presentazione, GISMa 2001
- ☞ Veneto: risultati della 1ª fase della revisione dei materiali informativi tramite Gruppi Focus con le utenti

Lettera di invito

E' breve (tra le 170 e le 230 parole)

SI'

NO

Usa un unico carattere "senza grazie" (es. Arial, Tahoma, Verdana)

SI'

NO

Usa un carattere di corpo non inferiore a 12

SI'

NO

- E' utilizzato una unica modalità di evidenziazione, possibilmente il grassetto
- il corsivo non è usato per passaggi lunghi
- il maiuscolo è usato con parsimonia
- il sottolineato è evitato

SI'

NO

Lettera di invito		
E' specificato che: •il test è gratuito	SI'	NO
•non occorre impegnativa	SI'	NO
•l'appuntamento è prefissato'	SI'	NO
•l'appuntamento può essere modificato	SI'	NO
•può essere rilasciata una giustificazione dal lavoro	SI'	NO
•il test è eseguito da un'ostetrica	SI'	NO
E' fornito un numero telefonico per comunicare test recente, chiedere informazioni o spostare appuntamento	SI'	NO
Termini specialistici e sigle sono usati con parsimonia e sono sempre spiegati	SI'	NO
È stato sviluppato con le utenti e/o è in atto un sistema di verifica con esse	SI'	NO
Indicazioni al prelievo nello screening citologico: vengono utilizzate quelle individuate dal GISCI 2006	SI'	NO

(È firmata dal MMG)



Opuscolo		
E' breve (circa 400 parole)	SI'	NO
Usa un unico carattere "senza grazie" (es. Arial, Verdana)	SI'	NO
Usa un carattere di corpo non inferiore a 12 ma possibilmente il 14.	SI'	NO
<ul style="list-style-type: none"> •E' utilizzato una unica modalit� di evidenziazione, possibilmente il grassetto •il corsivo non � usato per passaggi lunghi; •il maiuscolo � usato con parsimonia •il sottolineato � evitato; 	SI'	NO
Specifica <ul style="list-style-type: none"> •a chi � diretto lo screening (destinatari) 	SI'	NO
<ul style="list-style-type: none"> •perch� lo si fa (obiettivi) 	SI'	NO
<ul style="list-style-type: none"> •chi ha detto di farlo (fonti) 	SI'	NO
<ul style="list-style-type: none"> •come lo si fa (modalit�) 	SI'	NO
<ul style="list-style-type: none"> •chi lo organizza (emittente, nel testo o nel logo) 	SI'	NO

Opuscolo

Termini specialistici e sigle sono usati con parsimonia e sono sempre spiegati	SI'	NO
Accenna ai limiti del test: •falsi negativi (ripetuti nella lettera di risposta)	SI'	NO
•falsi positivi (ripetuti nella nota dopo l'esame)	SI'	NO
Specifica come reperire ulteriori informazioni	SI'	NO
Specifica la data di produzione	SI'	NO
Se c'è uno sponsor viene citato	SI'	NO
Le immagini sono coerenti col testo e con i destinatari dello screening	SI'	NO
È stato sviluppato con le utenti e/o è in atto un sistema di verifica con esse	SI'	NO

Nota informativa consegnata dopo l'esame

E' breve (tra le 110 e le 130 parole).	SI'	NO
Usa un unico carattere "senza grazie" (es. Arial, Verdana)	SI'	NO
Usa un carattere di corpo non inferiore a 14	SI'	NO
E' utilizzato una unica modalità di evidenziazione, possibilmente il grassetto il corsivo non è usato per passaggi lunghi; il maiuscolo è usato con parsimonia il sottolineato è evitato;	SI'	NO
Indica tempi e modalità invio risposta negativa	SI'	NO
Accenna alla possibilità di richiami e il fatto che un richiamo non implica necessariamente la presenza di malattia (falsi positivi	SI'	NO
Termini specialistici e sigle sono usati con parsimonia e sono sempre spiegati	SI'	NO
Specifica come reperire ulteriori informazioni	SI'	NO
L'emittente (testo o logo) è specificato	SI'	NO
È stato verificato con le utenti o è in atto un sistema di verifica con esse	SI'	NO

Lettera di risposta con esito negativo del test

E' utilizzata la parola "normale" con eventuali specificazioni del tipo: cioè non presenta alterazioni sospette per tumore o per lesioni pre-tumorali	SI'	NO
Termini specialistici e sigle sono usati con parsimonia e sono sempre spiegati	SI'	NO
Reinvito: •Specifica che la signora verrà invitata dopo tre anni	SI'	NO
•Specifica che il reinvito avverrà se la signora non avrà più di 64 anni	SI'	NO
Si accenna ai limiti PAP TEST (possibilità di falsi negativi, necessità di controlli se sintomi)	SI'	NO
Specifica come reperire ulteriori informazioni		
È stato sviluppato con le utenti e/o è in atto un sistema di verifica con esse	SI'	NO

In base a quali parametri valutare la qualità dei materiali informativi?

Accuratezza

- la “migliore evidenza possibile”
- aree di incertezza
- ulteriori informazioni
- emittente, fonti, sponsor
- date di produzione e revisione
- coerenza informativa

Chiarezza

Come si presenta il testo:

- comprensibilità
- grafica (carattere, evidenziazioni, spazi, lunghezza)
- illustrazioni
- tono

Pertinenza

- destinatari e obiettivi identificati
- testo e immagini coerenti con gli obiettivi
- testo e immagini pertinenti ai destinatari
- in atto meccanismo di verifica con utenti

Cosa è stato fatto

◆ **Prima fase:** analisi degli strumenti informativi dei programmi di screening per il carcinoma della cervice uterina.

GISCi 2004, Terzo Rapporto ONS.

◆ **Seconda fase:** indagine sulla qualità grafica delle lettere di invito dei programmi italiani di screening citologico. *GISCi 2005*

◆ **Terza fase:** qualità del materiale informativo: proposta di griglie di autovalutazione. *GISCi 2006*

◆ **Quarta fase:** **Indicazioni per il prelievo citologico nello screening per il carcinoma cervicale.** *GISCi 2006*

◆ **2007:** 100 domande per operatori e utenti, Documento GISCi sulla qualità dei materiali informativi....

Indicazioni per il prelievo citologico nello screening per il carcinoma cervicale

Si ricordi:

- faccia il Pap-test quando ha finito le mestruazioni da almeno tre giorni e non ha perdite di sangue
- nei due giorni prima dell'esame non abbia rapporti sessuali
- nei tre giorni precedenti non usi ovuli, creme o lavande vaginali
- può fare il Pap-test anche se è in gravidanza

Utenti: 56 parole

Operatori: 3751 parole

**dosare la quantità di
informazioni utili per gli obiettivi
che il testo si prefigge**

la comunicazione nello screening è

Per le utenti la qualità dello screening è la qualità GLOBALE di diverse componenti

- VERBALI (materiali informativi, contatto telefonico, operatori 1° e 2° livello)
- NON VERBALI E PARAVERBALI (testo e grafica dei materiali, atteggiamento operatori, puntualità delle promesse, ecc...)

Non è facile!

- ◆ **processo lungo**
- ◆ **non c'è la risposta “esatta”**
- ◆ **necessità di scelte**

L'applicazione di un insieme (aperto e migliorabile) di regole di scrittura **non è il fine, ma il mezzo** per produrre testi di leggibilità e comprensibilità controllata.



QUALE E' IL FINE?

Trasmettere un messaggio in modo tale che
chi lo riceve lo interpreti
con lo stesso significato di chi lo trasmette

Un'amministrazione pubblica che
comunica in modo chiaro dimostra
considerazione e rispetto
per i cittadini