

La comunicazione nello screening coloretale

Dr.ssa Grazia Grazzini
CSPO Istituto Scientifico Prevenzione Oncologica

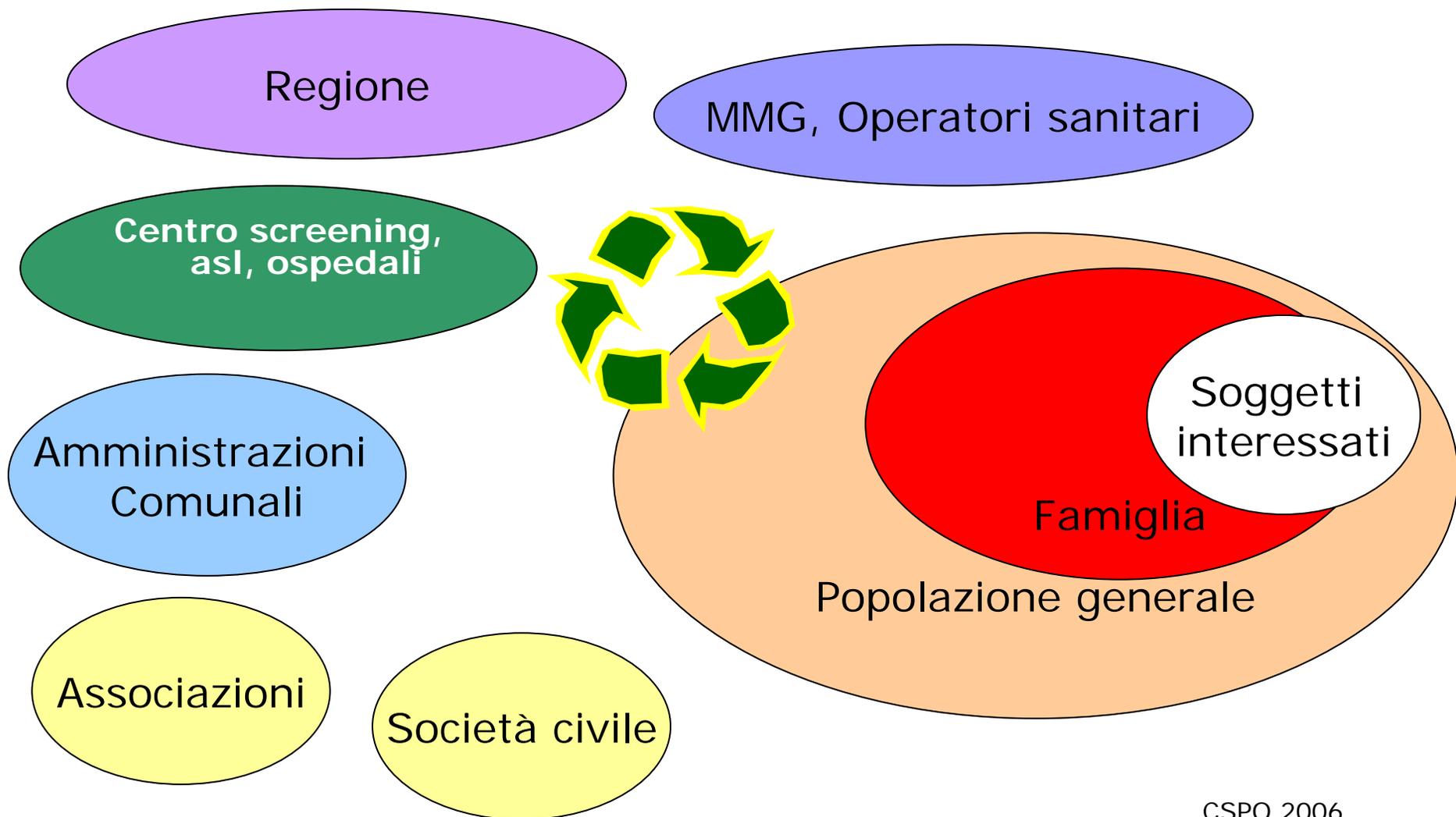
Obiettivo della comunicazione in un programma di screening

Favorire la scelta di partecipare al programma in modo consapevole

- Ruolo attivo del cittadino
- Differenza tra “adesione” e “partecipazione informata”



Contesto comunicativo



La comunicazione negli screening oncologici

Caratteristiche della comunicazione di qualità

Emittente:

- Credibile, identificabile

Messaggi:

- Univoci e non contraddittori
- Pertinenti
- Accurati (basati sull'evidenza)
- Comprensibili
- Esaustivi sui vantaggi e gli svantaggi
- Accessibili



Elementi critici



- Bilanciare accuratezza e semplicità
- Garantire omogeneità e standardizzazione salvaguardando la variabilità
- Punto di equilibrio tra garanzia di accesso a tutti e tempo per ognuno
- Il programma di screening tende ad essere “impersonale”

La comunicazione negli screening oncologici

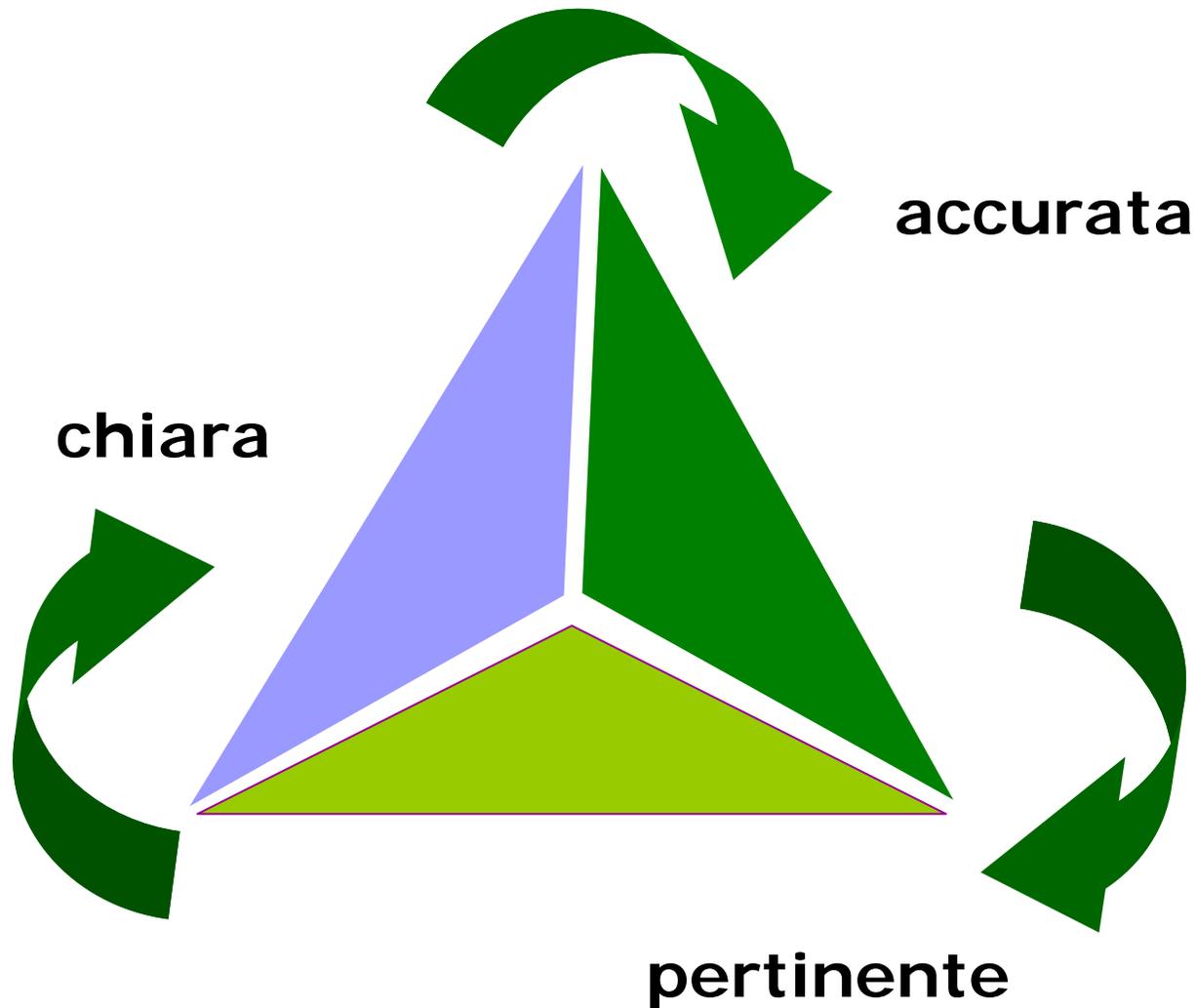
Lettere ed opuscoli

- ❖ Materiali per i quali vi è evidenza di efficacia
- ❖ Relativamente economici e facili da modificare
- ❖ Sono però solo una componente del processo che porta l'utente a decidere di aderire o meno

Esemplare il lavoro fatto dal gruppo GISCI sulla qualità dei materiali info

- ❖ Criteri di buona qualità dell'informazione che sono da guida nella produzione delle lettere di invito, risposte, depliant etc
- ❖ Proposta di griglie di autovalutazione della qualità dei contenuti informativi e della qualità grafica dei materiali

Qualità dell'informazione



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

Chiarezza

Come si presenta il testo:

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

Accuratezza

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

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

Perché cercare il coinvolgimento degli utenti?

- **Pertinenza dei temi, delle priorità e dei tempi**
- **Chiarezza del linguaggio**
- **Uso migliore delle risorse**

LA GRAFICA NON È MAI “NEUTRA”

Qualche purista la considera ancora come uno sfizio cui guardare con sospetto, più per limitarne i danni che per esaltarne l'utilità.

Invece 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

Ovviamente, un grafica di bassa qualità ostacola la comprensione

La comunicazione nello screening colrettale

Il Gdl sulla comunicazione del GISCoR, sorto ufficialmente al termine del convegno di Strà, non si mai riunito

In realtà, lavoro è stato fatto:

- Gruppi focus con gli utenti in Toscana e Veneto
- Progetto 100 domande screening colrettale nell'ambito del GDL Interscreening supportato dall'ONS

VENETO/TOSCANA: Il contributo degli utenti su materiali informativi ed aspetti organizzativi nello screening del CCR

Il lavoro con gruppi focus con gli utenti ha consentito

- ✓ di individuare efficacemente criticità negli aspetti organizzativi
- ✓ Di evidenziare difformità o incongruenze nei materiali info
- ✓ Ha fatto emergere alcuni miti degli utenti: il mito della prevenzione, altra prevenzione, "il sangue diverso"
- ✓ Le fasce d'età vissute come discriminanti
- ✓ La diversa percezione della qualità degli utenti: "gli scatoloni", "perché solo un prelievo?"
- ✓ ... e altro ancora

VENETO/TOSCANA: Il contributo degli utenti su materiali informativi ed aspetti organizzativi nello screening del CCR

In tutti i focus emerge con forza l'importanza del

Call center

Rappresenta il punto di contatto "umanizzante" del programma di screening

Fondamentale in ogni fase:

- ❖ Comunicazione prima del test
- ❖ Dopo un test negativo
- ❖ Dopo un test positivo



Progetto 100 domande screening del colon-retto

Gruppo regionale comunicazione Veneto (coordinatrice Carla Cogo)
Operatori Front-Office Screening Città di Milano (coordinatrice Enrica Tidone)
Supervisione tecnica Grazia Grazzini

OBIETTIVO: fornire a operatori dei programmi uno strumento chiaro, corretto e aggiornato per rispondere alle domande degli utenti

METODOLOGIA: gruppi di lavoro con operatori, gruppi focus con utenti e lavoro per e-mail

RISULTATI: il progetto si concluderà a gennaio 2007.
In Veneto è stata fatta una standardizzazione dei materiali info.
Già disponibile una bozza di documento 100 domande, che andrà alla verifica con gli utenti

Emersa la necessità di un documento di approfondimento per gli operatori

La comunicazione nello screening colorettaile

SPECIFICITA' DELLA COMUNICAZIONE IN QUESTO TIPO DI SCREENING

❖ La comunicazione operatore/utente è più articolata: figura del volontario, del farmacista, del MMG. Necessità di formazione per l'operatore che consegna il kit (lavoro delle 100 domande)



❖ Fase del richiamo a approfondimenti. Necessità di grande attenzione alla qualità comunicativa per aumentare l'adesione al richiamo

❖ Lavoro sui materiali informativi. Proposta di un modulo di istruzioni validato dal GISCoR sulle istruzioni al prelievo

ISTRUZIONI PER FARE L'ESAME DEL SANGUE OCCULTO



- 1.** Le è stato consegnato un Kit composto da un flaconcino ed una busta di plastica. E' necessario innanzitutto raccogliere un campione di feci. Le suggeriamo di utilizzare un contenitore pulito e asciutto oppure di stendere della carta igienica sul fondo del water;



- 2.** Apra il flaconcino svitando il tappo a vite;



- 3.** Inserisca il la punta del bastoncino in 3-4 punti delle feci, in maniera che solo una piccola quantità di feci rimanga attaccata all'estremità del bastoncino



- 4.** Metta di nuovo il bastoncino nel flacone;



- 5.** Chiuda il tappo con una leggera pressione e agiti il flacone 2 o 3 volte



- 6.** Metta il flacone nell'apposita bustina e lo conservi in frigorifero. Lo riconsegna seguendo le indicazioni che le sono state date quando è venuto a ritirare il flaconcino.

- poche
- semplici
- corrette
- mirate ad eventi frequenti
- coerenti con le immagini

Si ricordi:

- Prima di fare l'esame non è necessario che segua nessuna dieta particolare
- Il prelievo delle feci non deve essere effettuato in fase mestruale.
- Se avesse bisogno di chiarimenti, chiami il numero: 045/323880 dalle 10.30 alle 12.30 dal lunedì al venerdì

La comunicazione nello screening colorettaile

NON SAPPIAMO ANCORA MOLTE COSE ...

- ❖ Specificità della comunicazione nelle strategie con FOBT postale
- ❖ Lavoro su alcuni sottogruppi di invitati (soggetti che non riconsegnano il kit, lettera di congedo per chi esce dallo screening per età)
- ❖ Esiste una specificità di genere?
- ❖ Varietà dell'offerta di screening?

La comunicazione nello screening colorettaie



Il Medico di Medicina Generale (MMG)

- La raccomandazione del MMG è associata a maggiore partecipazione, in modo più significativo degli altri screening
- Necessità di strategie formative e comunicative nei confronti di questo importante "alleato" dello screening colorettaie



Grazie dell'attenzione...