

Convegno Annuale GISCI 2004

*Matera
11-12 marzo 2004*

INDAGINE CONOSCITIVA SULLA COMUNICAZIONE NELLO SCREENING DELLA CERVICE UTERINA

Relatore Dr.ssa A. Iossa

The logo for GISCI (Gruppo Italiano Screening del Cervicocarcinoma) features the acronym 'GISCI' in a bold, green, sans-serif font. The letters are slightly shadowed, giving a 3D effect. The background of the logo is white, which is part of a larger white rectangular box at the bottom of the slide.

Gruppo Italiano Screening del Cervicocarcinoma

Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

Gruppo sulla comunicazione del GISCI

- ❑ Nato nel marzo 2002 nell'ambito del gruppo organizzazione/valutazione
- ❑ Coinvolge figure professionali in modo trasversale
- ❑ Fra i primi obiettivi: indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione nello screening citologico

Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

Gruppo sulla comunicazione del GISCi

Novembre 2003 – Marzo 2004

- ❑ Indagine conoscitiva mediante l'invio di un questionario ai programmi di screening
- ❑ Richiesta del materiale informativo utilizzato dai programmi (depliant, invito.....)

Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

HANNO COLLABORATO ALL' INDAGINE

Emanuela Anghinoni, Silvia Brezzi, Anna Laura Bozzeda, Adriana Bruno, Paolo Bulgaresi, Debora Canuti, Rosanna Ciacci, Carla Cogo, Livia Giordano, Grazia Grazzini, Gioia Montanari, Anna Iossa, Luisa Soldati, Rosa Schivardi, Valeria Savoca, Vanda Pironi

REGIONI CHE HANNO PARTECIPATO ALL'INDAGINE

Partecipanti



Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

QUESTIONARIO

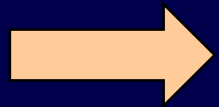
- ❑ STESURA DI UN QUESTIONARIO SUL PERCORSO
COMUNICATIVO NEGLI SCREENING
- ❑ PROVA DEL QUESTIONARIO
- ❑ RIELABORAZIONE DEL QUESTIONARIO DA PARTE
DEL GRUPPO DI LAVORO CON STESURA DEFINITIVA

Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

QUESTIONARIO

- ❑ INVIO DEL QUESTIONARIO AI PROGRAMMI DI SCREENING
- ❑ RACCOLTA DEI QUESTIONARI E DEL MATERIALE INFORMATIVO
- ❑ PRIMA VERIFICA DEL MATERIALE PERVENUTO
- ❑ ELABORAZIONE DI UN DATA-BASE PER L'ANALISI DEI QUESTIONARI

Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale



ANALISI DEI QUESTIONARI



VALUTAZIONE DEL MATERIALE INFORMATIVO

Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

QUESTIONARIO

Struttura:

❑ 24 DOMANDE

❑ A RISPOSTA PREVALENTEMENTE UNICA

❑ RIGUARDANTI I PRINCIPALI MOMENTI DEL PERCORSO
COMUNICATIVO

Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

QUESTIONARIO

ALCUNI PUNTI ANALIZZATI:

- PRODUZIONE DEL MATERIALE
- FORMAZIONE DEL PERSONALE
- MODALITA' DI CONTATTO CON LA DONNA
- RUOLO DEL MEDICO CURANTE
- CONSENSO INFORMATO

Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

QUESTIONARIO

RACCOLTA DI 81 QUESTIONARI COMPILATI

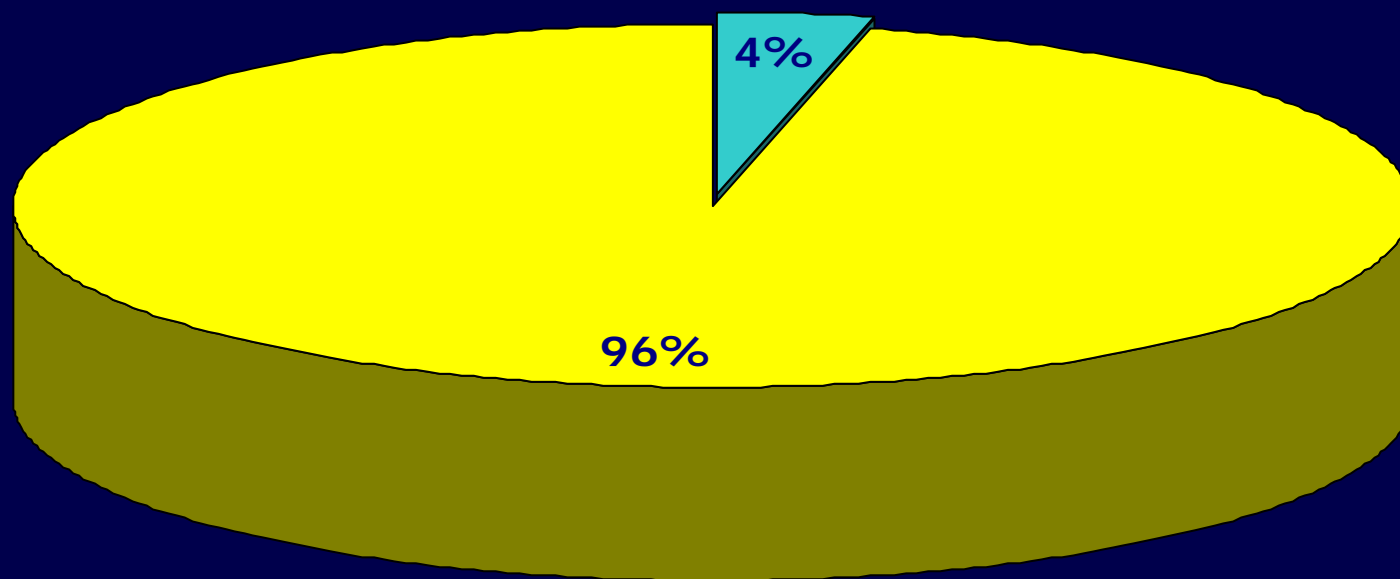
INSERIMENTO RISPOSTE NEL DATA-BASE

ANALISI DELLE RISPOSTE DEI QUESTIONARI

A cura di A. Iossa, C. Cogo, G. Grazzini

Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

PRODUZIONE DI MANIFESTI, LOCANDINE E DEPLIANT



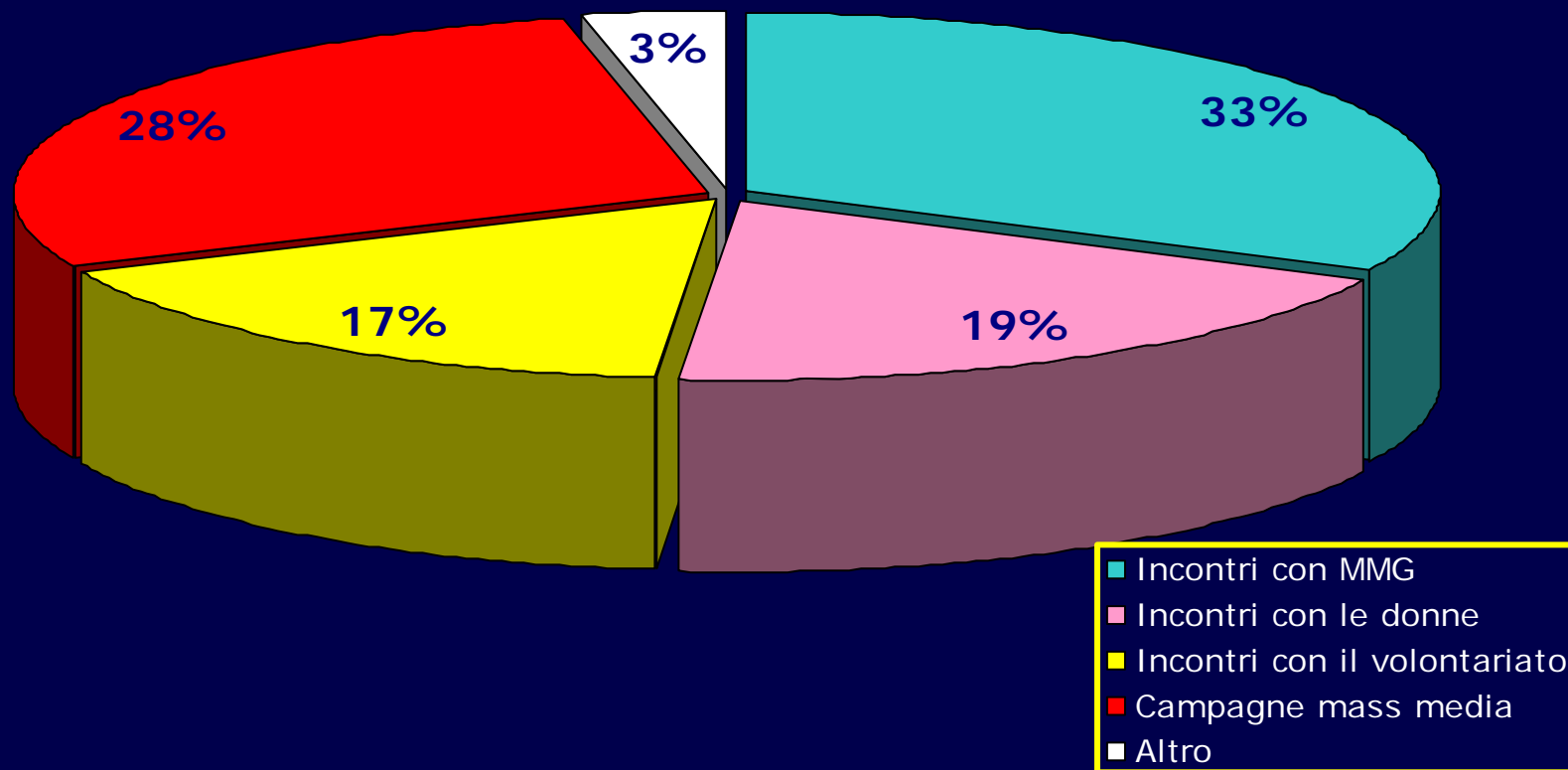
Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

ALTRE INIZIATIVE DI PROMOZIONE (71.6%)

- 73.7% DEI PROGRAMMI COINVOLGIMENTO MMG
- 65% DEI PROGRAMMI CAMPAGNE SUI MASS MEDIA
- 43.7% DEI PROGRAMMI INIZIATIVE CON DONNE
- 38.7% DEI PROGRAMMI INIZIATIVE CON VOLONTARIATO

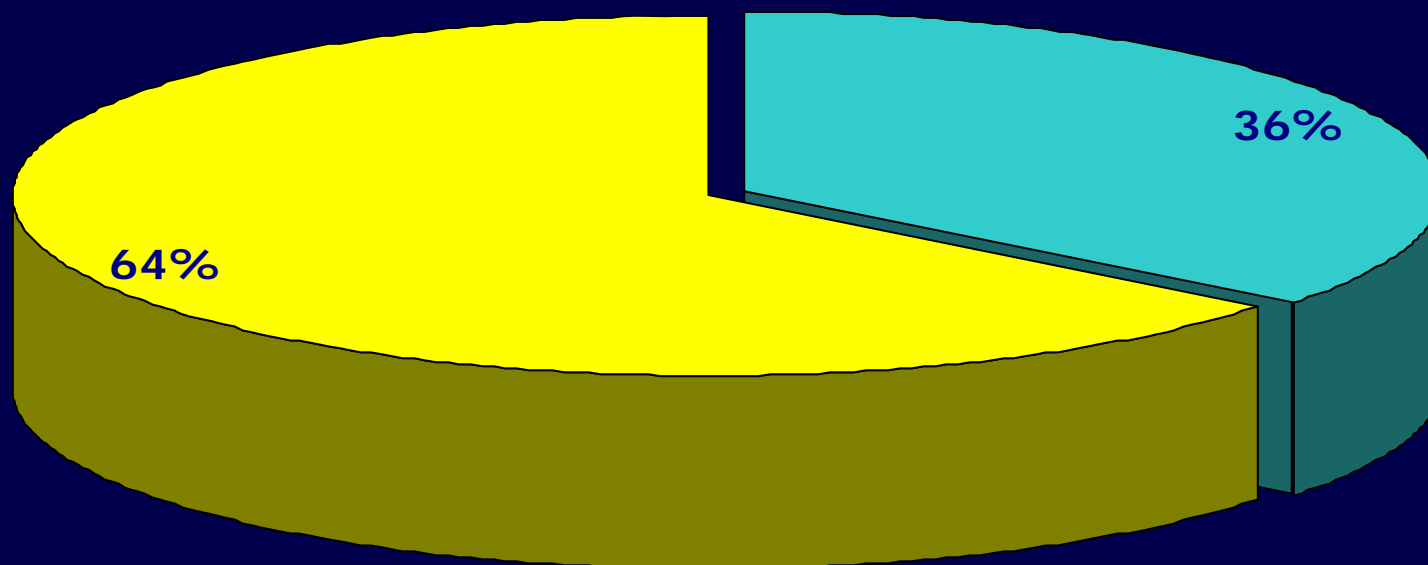
Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

INIZIATIVE DI PROMOZIONE DEL PROGRAMMA DI SCREENING



Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

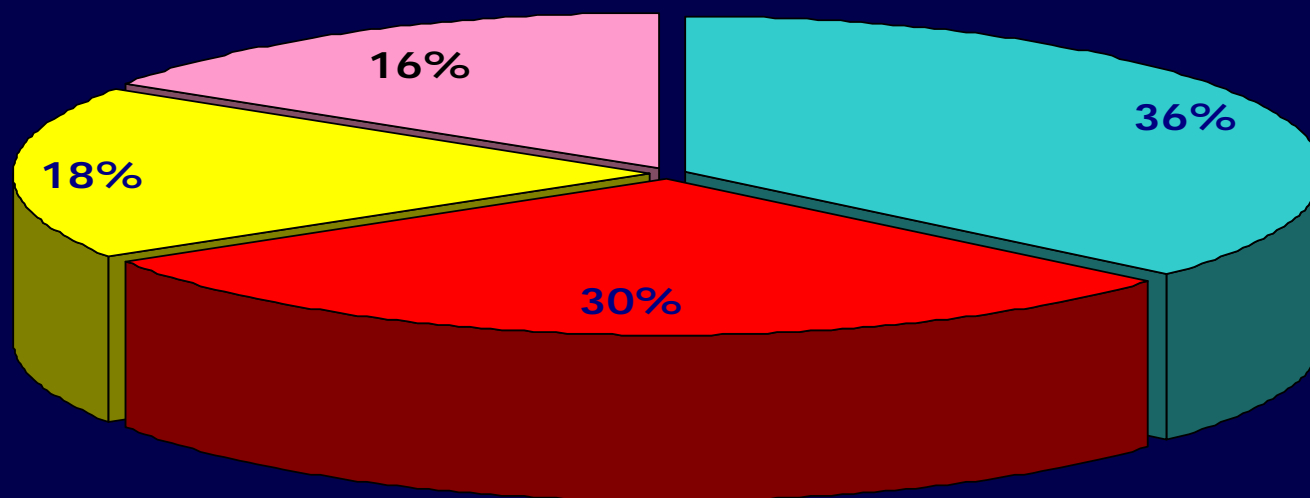
INIZIATIVE DI PROMOZIONE DEL PROGRAMMA DI SCREENING



- Iniziative isolate
- Iniziative ripetute

Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

FIGURE COINVOLTE PER LA PRODUZIONE DEL MATERIALE INFORMATIVO

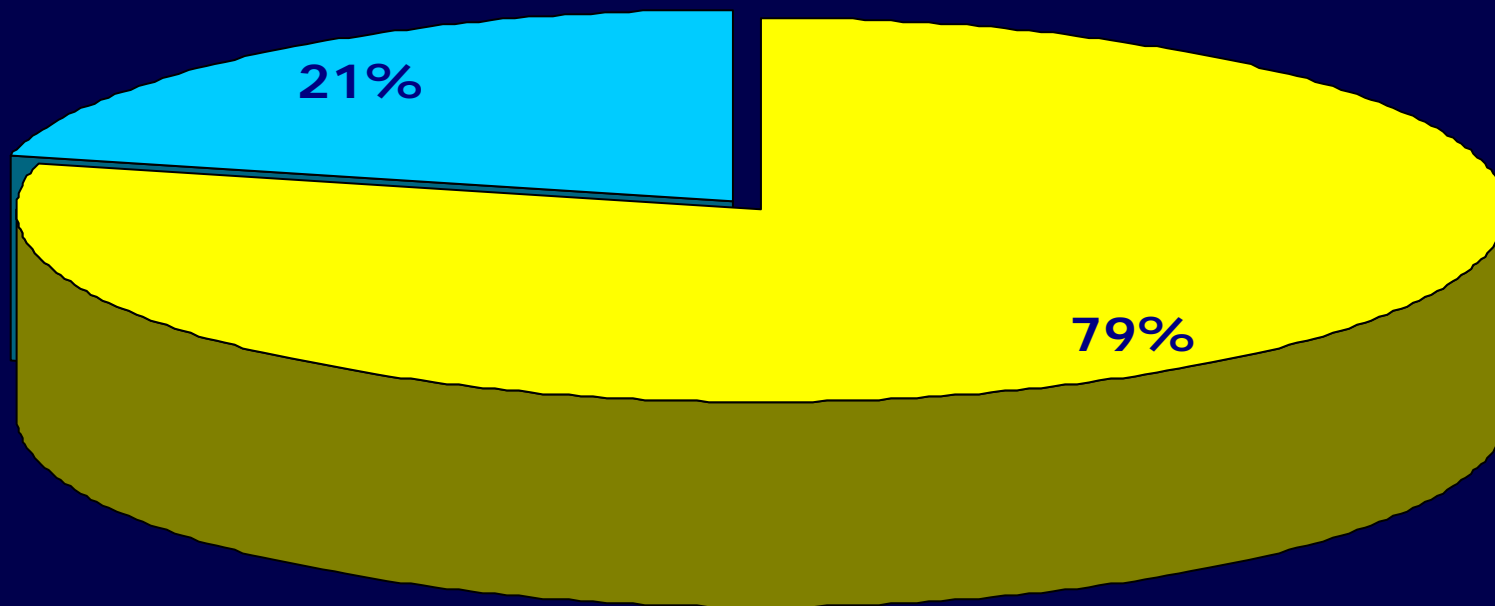


- OPERATORI AZIENDA
- CONSULENTI ESTERNI
- ALTRO
- ASSOCIAZIONI FEMMINILI

Nel 57% dei programmi gli operatori aziendali hanno collaborato con consulenti esterni

Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

E' STATA FATTA FORMAZIONE PER GLI OPERATORI SULLA COMUNICAZIONE ?

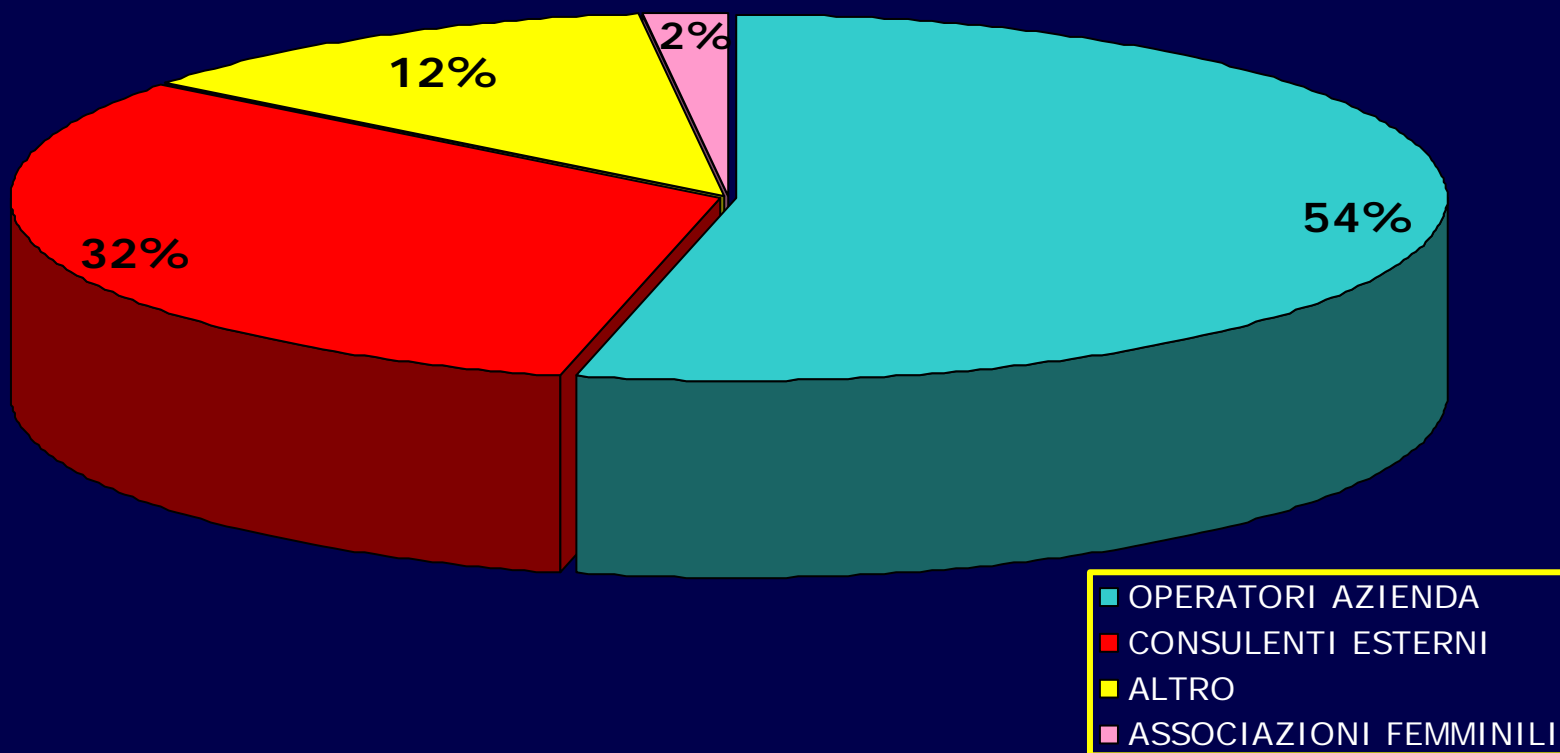


■ SI

■ NO

Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

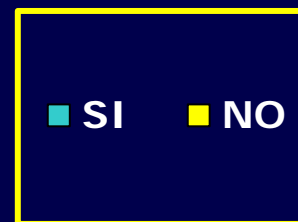
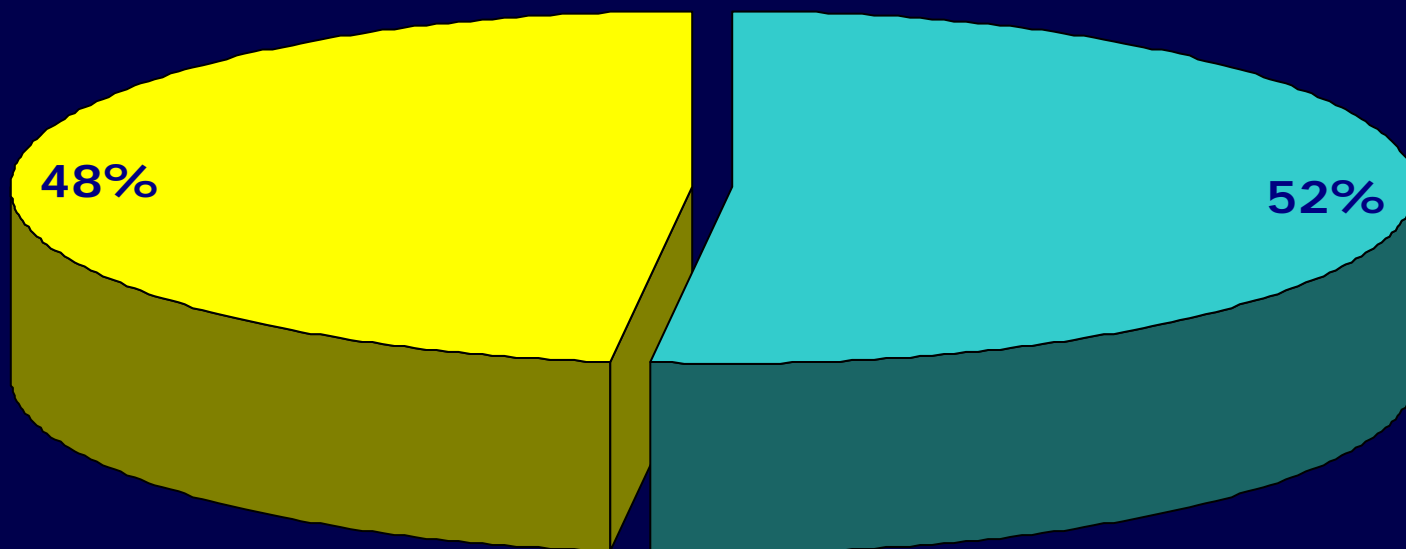
FIGURE COINVOLTE PER LA FORMAZIONE DEL PERSONALE



Nel 25% dei programmi gli operatori aziendali hanno collaborato con consulenti esterni

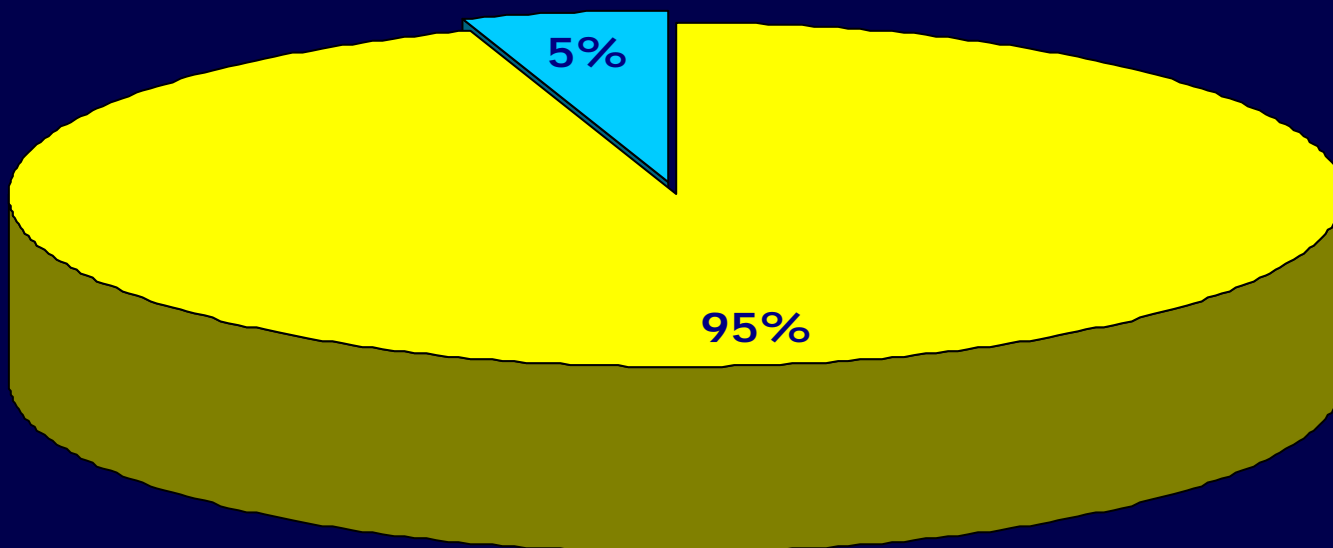
Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

CONSEGNA DI MATERIALE INFORMATIVO AL PRELIEVO



Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

COME VIENE CONTATTATA LA DONNA SE IL PAP E' NEGATIVO



■ INVIO POSTALE

■ RITIRA PERSONALMENTE

Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

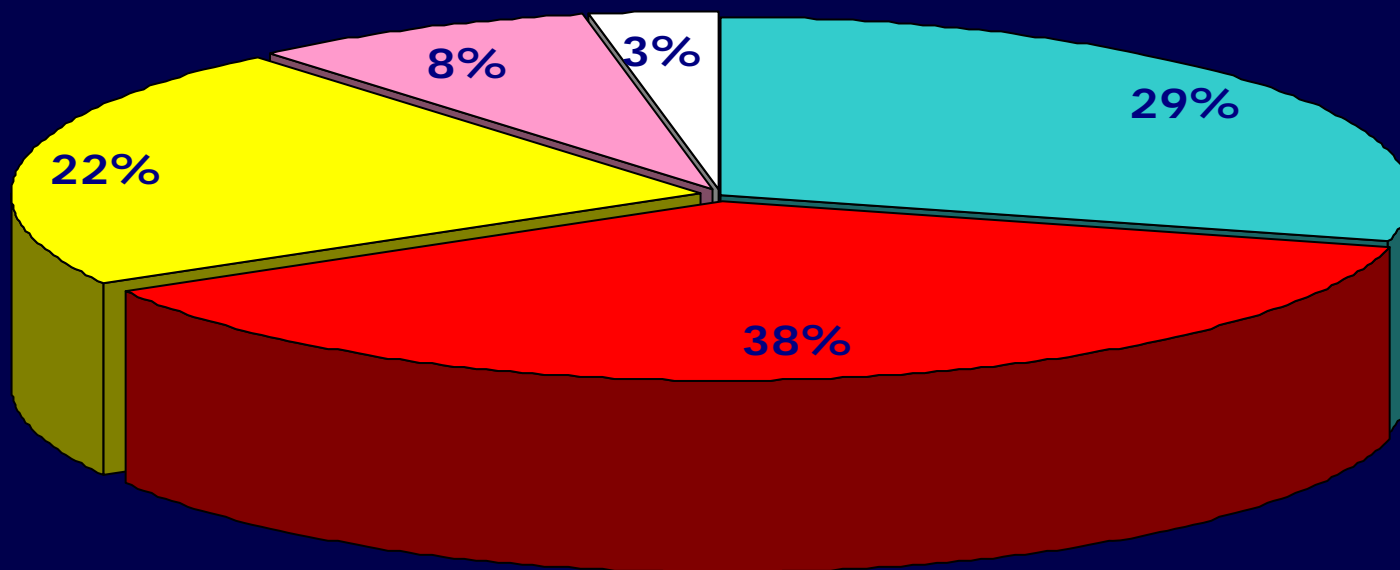
**COME VIENE CONTATTATA LA DONNA
SE IL PAP E' DA RIPETERE ?**

- ❑ Nel 74% dei programmi viene spedita una lettera
- ❑ Nel 16% dei programmi si preferisce un contatto personale
- ❑ Nel 26% dei programmi si telefona
- ❑ In nessun caso viene coinvolto il MMG

Nel 17% dei casi vengono utilizzate più modalità

Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

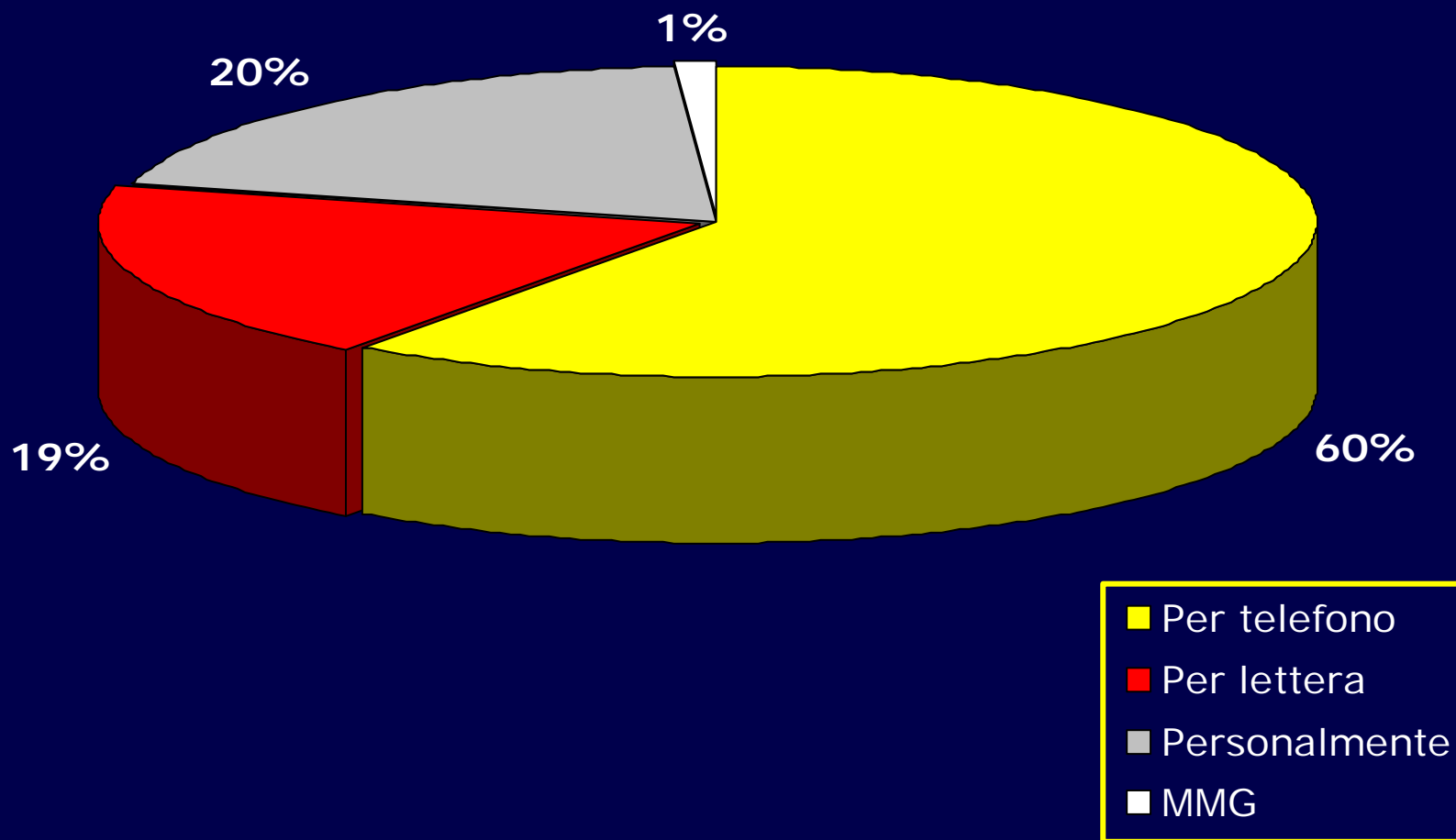
**DA CHI VIENE CONTATTATA LA DONNA SE E' RICHIESTA
UNA COLPOSCOPIA?**



Nel 18% dei programmi il richiamo viene fatto da
più figure professionali

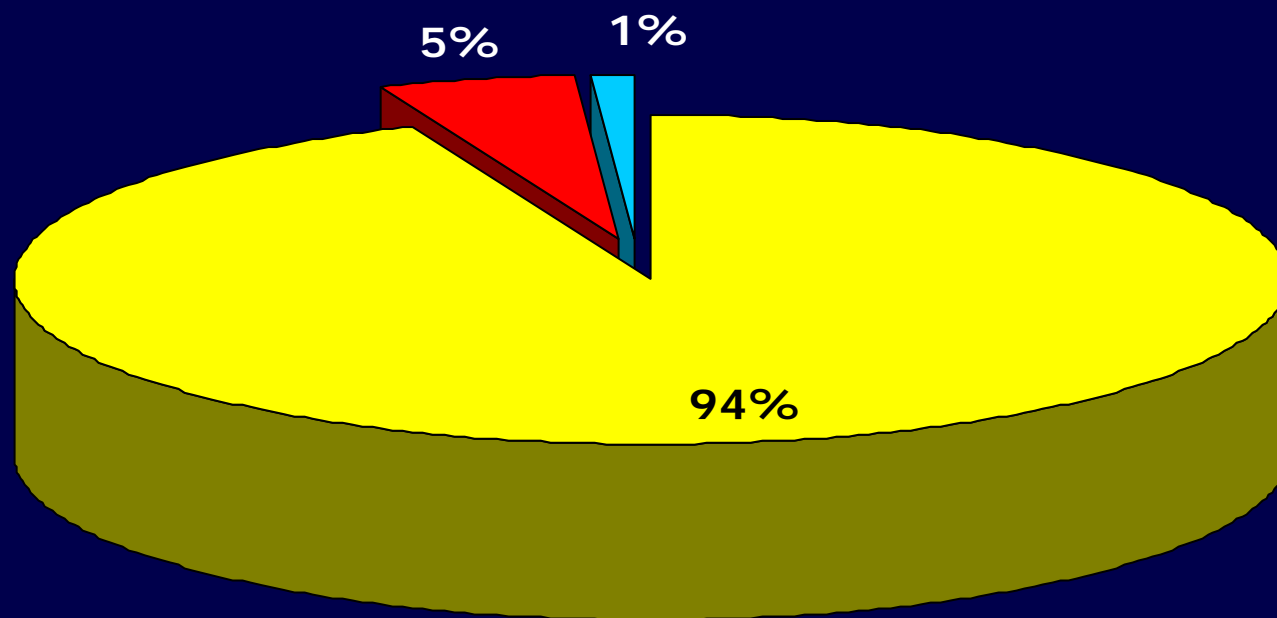
Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

CON QUALE MODALITA' ?



Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

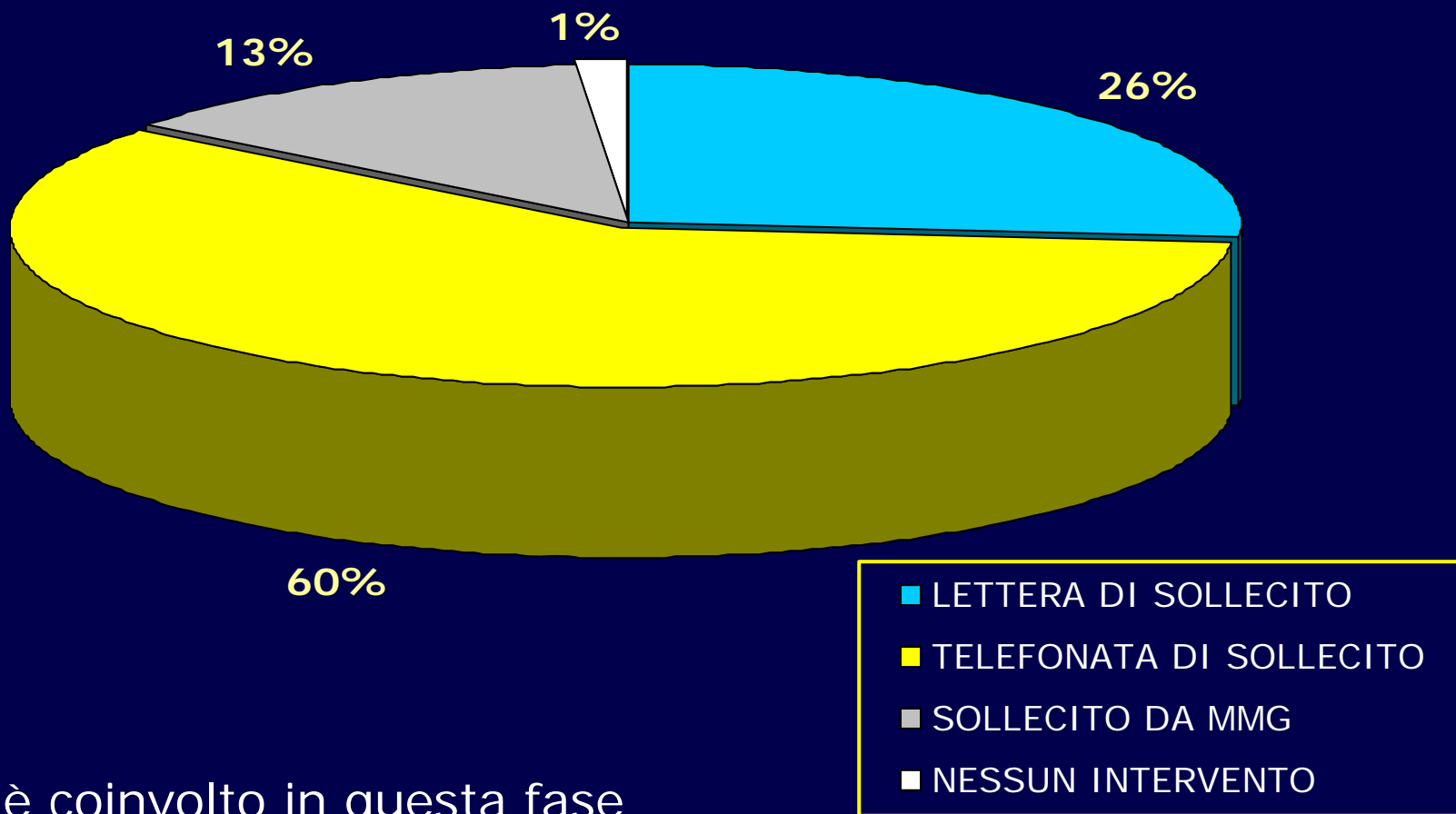
COME VIENE COMUNICATO L' ESITO DELLA COLPOSCOPIA?



- Personalmente
- Comunicazione per lettera
- Comunicazione tramite MMG

Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

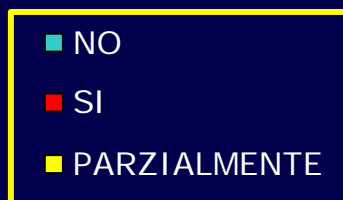
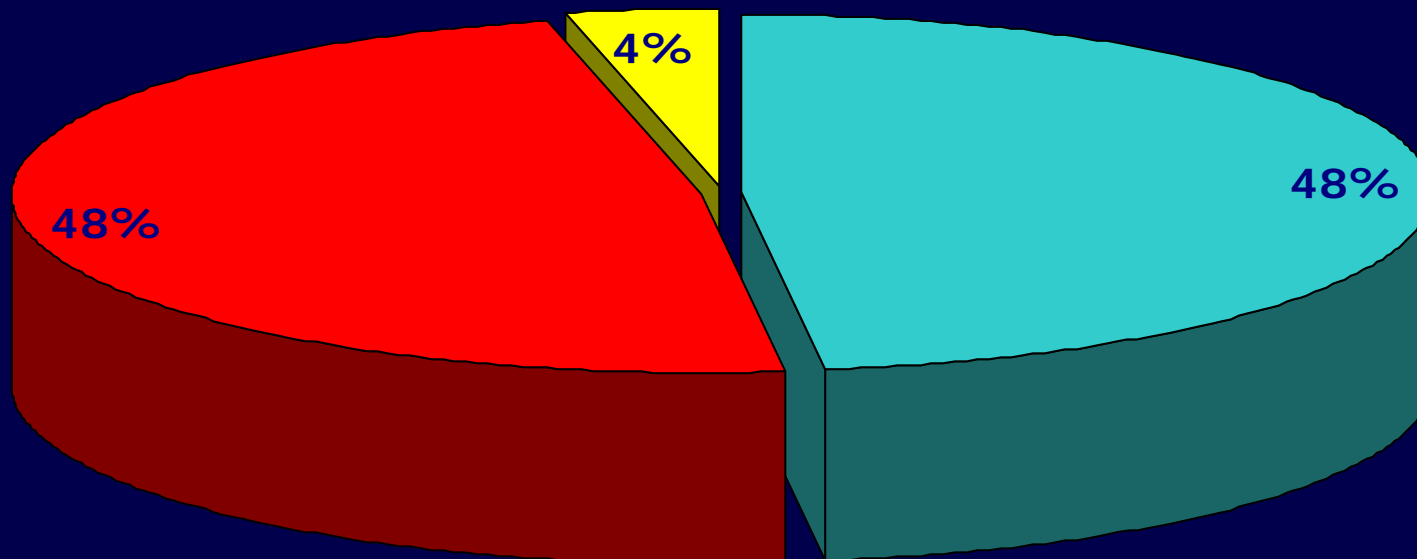
SE LA DONNA NON SI PRESENTA AL 2° LIVELLO



Il MMG è coinvolto in questa fase
Intervento condizionato dalla gravità del caso

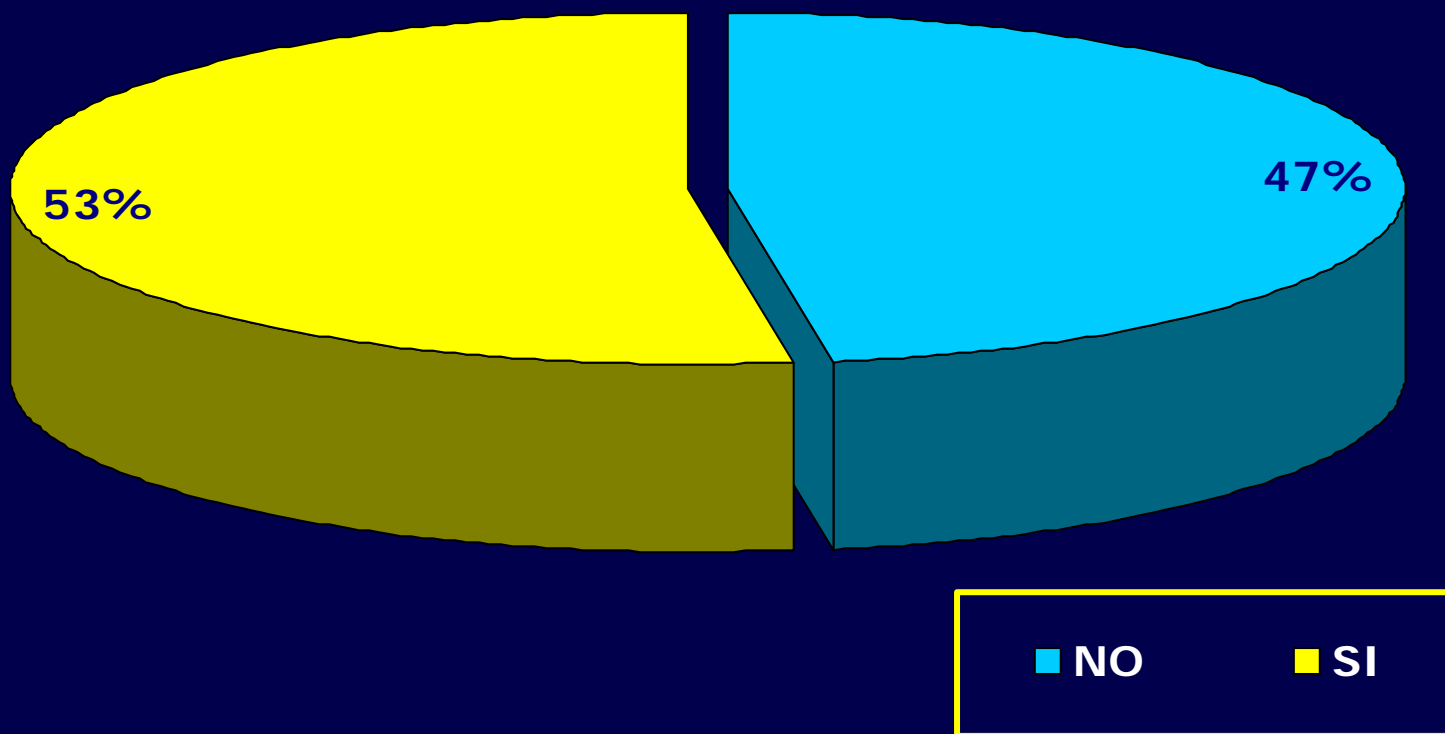
Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

IL MMG COLLABORA PER LE NON RISPONDENTI?



Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

ESISTE UN MODULO PER IL CONSENSO INFORMATO ?



Nel 47% dei programmi nessun tipo di consenso informato

Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

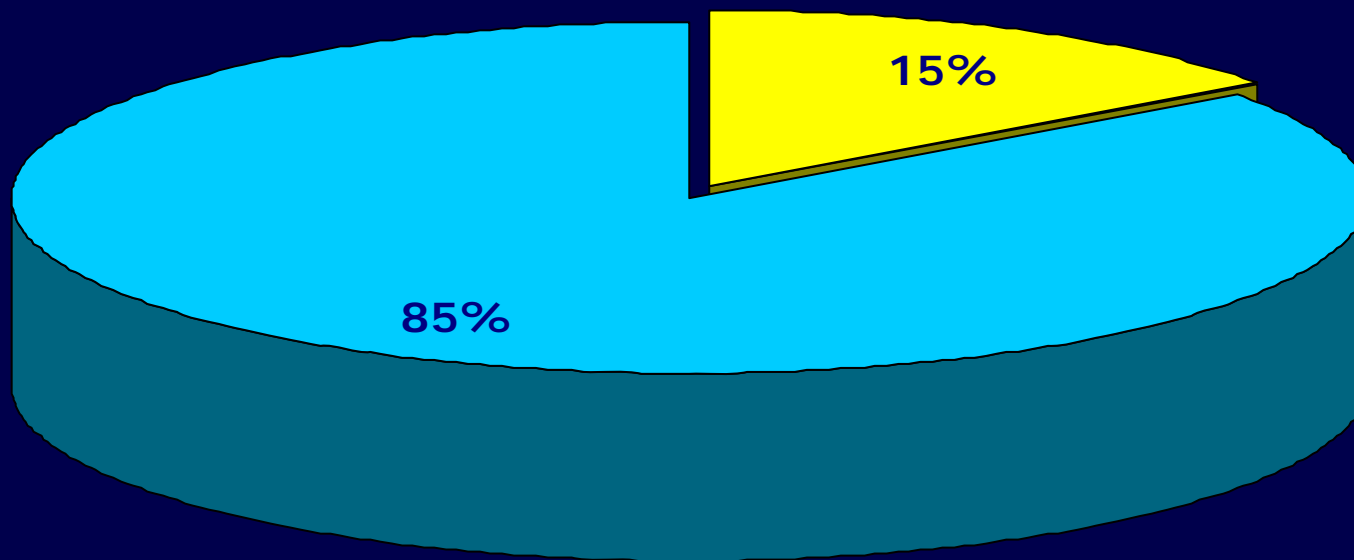
A

**ESISTE UN MODULO PER IL CONSENSO
INFORMATO?**

- ❑ Solo in 5 programmi consenso unico per tutto (6%)
- ❑ Nel 43,6 % dei programmi consenso almeno al 2° livello
- ❑ Nel 25,6 % dei programmi consenso almeno per 1° livello
- ❑ Nel 25,6 % dei programmi consenso almeno per la terapia

Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

MODALITA' DI COMUNICAZIONE IN LINGUE DIVERSE DALL' ITALIANO



Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

CONCLUSIONI

- ❑ Alta adesione all'indagine
- ❑ Interesse destato dall'iniziativa
- ❑ Analisi preliminare
- ❑ IL LAVORO CONTINUA.....

Indagine conoscitiva su alcuni momenti della comunicazione
nello screening cervicale

Ringraziamo tutti gli operatori dei Centri di screening che hanno partecipato per la compilazione del questionario e l'invio del materiale informativo....senza di loro non sarebbe stata possibile la realizzazione di questa indagine