

NOTE SULL'EDITING DELLE LETTERE DI INVITO PER I PROGRAMMI DI SCREENING

Aggiornato al 31.10.14 da CRR per la prevenzione oncologica

LA LETTERA D'INVITO

La lettera d'invito deve essere chiara e la chiarezza del testo dipende da molte componenti: la struttura logico-organizzativa in cui sono presentate le informazioni, le frasi, le parole e la grafica.

Il testo deve contenere tutte le informazioni necessarie all'utente per fare il test di screening a cui è invitato a partecipare. Devono essere scritte per prime le informazioni principali: la invitiamo a fare un test la prevenzione di un tumore. Quindi tutte le informazioni logistiche, luogo e sede dove si effettua lo screening, chi lo fa le modalità, l'orario, chi contattare in caso di impossibilità.

Un terzo gruppo di informazioni deve essere teso ad illustrare le facilitazioni all'adesione come quelle orientate ad abbattere le barriere logistiche: "lo screening si fa presso l'unità mobile perché è più vicino a casa vostra, è gratuito, per i dipendenti è possibile un permesso", disponibilità di un parcheggio gratuito ecc.

Quello che si chiede al cittadino utente è un'adesione attiva e consapevole, quindi il tono della lettera deve essere amichevole, diretto, : per questo è bene che la lettera riporti nome e cognome dell'utente, lo ringrazi sempre, gli dia del "Lei" e il mittente sia identificabile con nome e cognome e non con un "noi" generico e gli spieghi con semplicità senza allarmismi di sorta cosa deve fare.

La prima regola quindi è che lo scrivente sia immediatamente identificabile sia come ente che come responsabile individuale. Spesso negli enti pubblici avviene il contrario: non si capisce chi sia lo scrivente a causa di una moltiplicazione di marchi, sigle, acronimi ecc.

La lettera nell'intestazione quindi deve riportare in modo chiaro e pulito il logo dell'ente, possibilmente in alto e da solo. Se altri enti partecipano alla campagna di screening sarebbe meglio non inserirne i loghi ma citarli per esteso nel testo. La lettera deve essere accompagnata da un depliant che illustri per esteso la campagna di screening , i vantaggi e limiti del test.

1. CONTENUTO

Scrivere sempre a chi è rivolto l'invito per il programma di screening, gli obiettivi e le finalità del programma di screening

Limitare l'uso di termini tecnici tenendo conto del destinatario
Usare parole semplici concrete e comprensibili.
Preferire i verbi attivi a quelli passivi.
Preferire frasi affermative.
Inserire le informazioni più importanti all'inizio della lettera.
Usare un tono personale e familiare.
La lettera deve contenere saluti e ringraziamenti e deve essere firmata .
L'intestazione deve sempre riportare il nome dell'emittente.
Riportare il luogo , la data , l'ora e chi farà il test..
Specificare le facilitazioni logistiche ed economiche, ad esempio: la gratuità dell'esame.
Indicare come ottenere ulteriori informazioni e come fare per spostare l'appuntamento.
Se possibile oltre al numero di telefono fornire un indirizzo di posta elettronica.
Evitare frasi che comunicano notizie superflue e che potrebbero appesantire il testo.
Il testo deve essere breve e rientrare in una pagina .
Utilizzare frasi corte: 10 – 12 parole al massimo ed eccezionalmente 20
Per l'invito allo screening cervicale riportare le indicazioni al prelievo indicate nel documento GISCI 'Indicazioni al prelievo'.

2. GRAFICA

La grafica è la componente non verbale del testo e comprende :
il Layout che riguarda la disposizione degli oggetti nello spazio e l'architettura della pagina
I caratteri: tipo, dimensioni
L'impostazione dei titoli
Gli elementi di attenzionalità o evidenziazione (grassetto corsivo, sottolineato).

Layout

Curare l'equilibrio fra spazi bianchi e ingombri. Non giustificare il testo ma allineare a sinistra.

Usare l'interlinea 1,5-2.

Scrivere per punti per evidenziare e utilizzare i rientri

Caratteri

Utilizzare caratteri non graziati: arial, verdana elvetica, new century,

Utilizzare un solo carattere, massimo 2, uno per i titoli e uno per i sottotitoli.

Preferire una dimensione (corpo) facilmente leggibile da tutti : corpo 12, 14; eccezionalmente 10.

Elementi di attenzionalità:

Usare con parsimonia il grassetto ed evitare l'uso del corsivo e del sottolineato.

Il maiuscolo va utilizzato solo per titoli brevi.