

Progettare la comunicazione che cura

Metodi e competenze del content
design applicato alla salute

Università degli Studi di Ferrara | 06 marzo 2026

Ciao, siamo Valentina e Andrea

Officina Microtesti - DiParola Festival

Lavoriamo con i contenuti da quando Netscape era una novità e le email le stampavamo.

Abbiamo fondato Officina Microtesti, un'advisory agency specializzata nella progettazione di contenuti per prodotti e servizi complessi.

Abbiamo scritto libri (*Mindhunting*, *Emotion Driven Design*, e *Scrivi e lascia vivere*) e organizziamo [DiParola Festival](#) (Ravenna, 2 e 3 ottobre 2026).



Cosa facciamo oggi

01 **La compliance terapeutica**
Cosa significa convincere le persone a seguire le prescrizioni

02 **Comunicare alle persone con trauma**
Cosa succede quando le persone provano un forte stress e come parlargli

03 **Progettare i contenuti**
Usare il content design e il content design trauma-informed per migliorare la comunicazione sanitaria

04 **Il progetto ComuniCARE**
Come migliorare la comunicazione nella fase post-operatoria tra ospedali, pazienti e caregiver

La compliance terapeutica



Compliance = conversion rate

La misura in cui il comportamento del paziente, in termini di assunzione di farmaci, mantenimento di una dieta o altra variazione nello stile di vita, coincide con le prescrizioni del medico.

(Sackett, 1979)





42.500

Articoli **mondiali** che hanno “health communication”
come tema centrale (2013-2022)



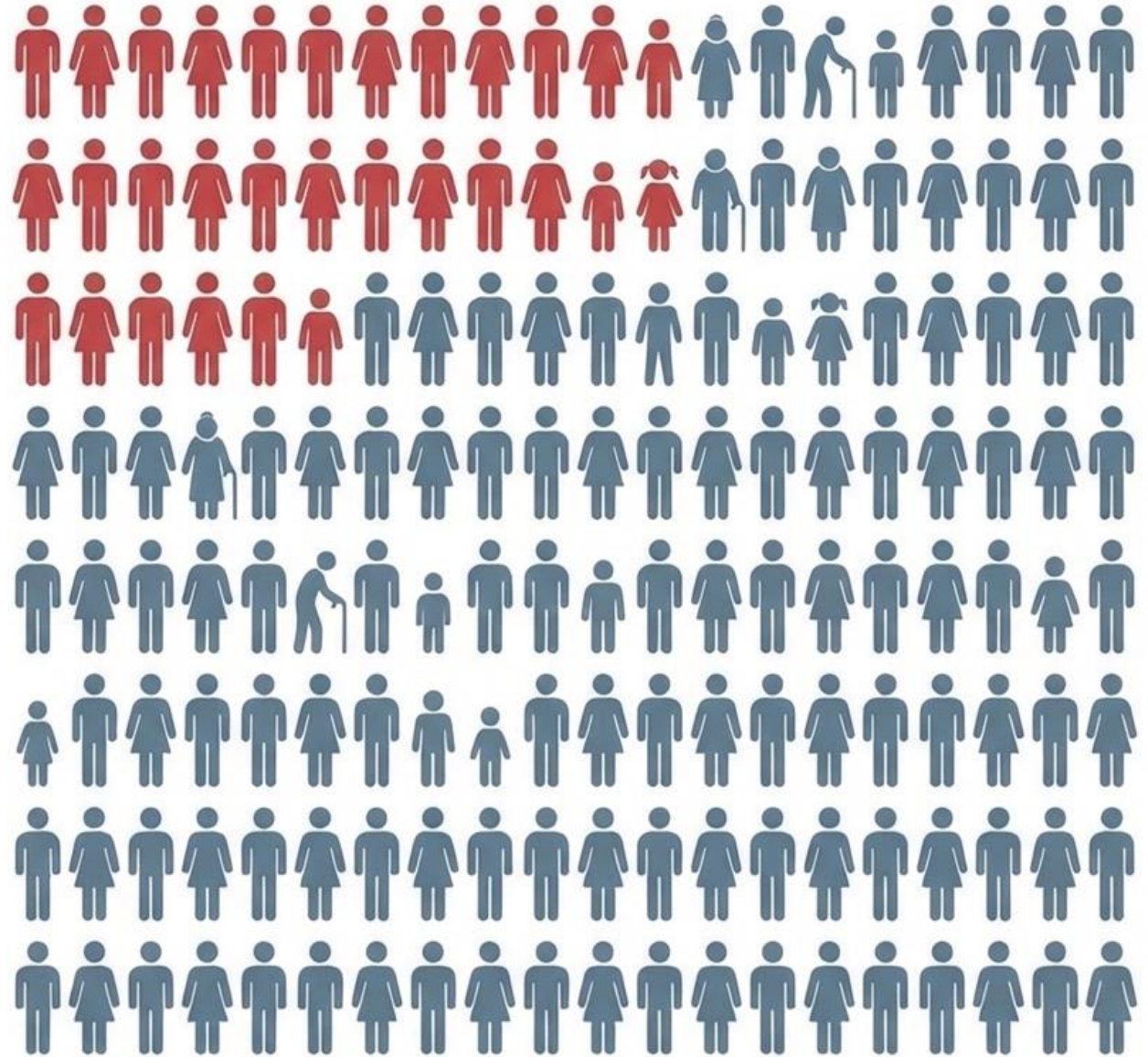
3000-350

Libri **italiani** individuati su IBS come correlati nella categoria “*Relazione medico-paziente*” su IBS (2013-2022)

Quante persone mettono in
pratica le misure
preventive **consigliate**
dai medici?

30 su 100

(dato **mooooolto** ottimistico)



5 su 100

(dato più realistico)



Quante persone assumono i
farmaci prescritti dai
medici **per il tempo
necessario?**



1 su 2

(dopo soli 6 mesi)

“

Se c'è un luogo in cui le parole devono rinunciare a essere armi contundenti e diventare veicolo di civiltà è proprio là dove la corporeità mostra la nostra fragilità.

Sandro Spinsanti - La cura con parole oneste

Il trauma e la comunicazione



Cos'è il trauma (e perché tenerne conto)

Il trauma è una **risposta emotiva** a un evento terribile come un incidente, un crimine o una calamità naturale.

È qualsiasi esperienza angosciante che provoca **paura** significativa, **impotenza**, dissociazione, **confusione** o altri sentimenti intensi che interrompono il normale funzionamento della persona.

(Fonte: APA.org, Dictionary of Psychology)

Cos'è il trauma complesso

Il trauma complesso si verifica dopo **esposizione prolungata a eventi traumatici** ripetuti, spesso di natura interpersonale (abusi, trascuratezza, coercizione).

Una **diagnosi infausta** può attivare o costituire un'esperienza traumatica e in alcuni casi anche un trauma complesso, ma non sempre.

È associato a disregolazione emotiva, disturbi del sé e difficoltà relazionali.

(Fonte: APA.org, NCTSN.org, ICD-11)

“

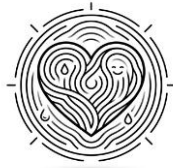
La diagnosi di una malattia grave non è automaticamente un trauma complesso, ma può diventarlo se l'esperienza è prolungata, frammentante, relazionalmente faticosa o sommata ad altri vissuti traumatici.

Gli effetti del trauma sulle persone



Effetti cognitivi:

difficoltà di concentrazione, ridotta memoria di lavoro, attenzione, capacità di presa di decisioni.



Effetti emotivi:

shock, negazione, paura, confusione, colpa, vergogna.



Effetti sul comportamento:

ipervigilanza, insonnia, tensione muscolare, evitamento.

(Fonte: APA.org, NCBI, Cleveland Clinic)

Gli effetti sul cervello

Regione del cervello

Cambiamenti strutturali

Cambiamenti funzionali

Ippocampo

Lo stress cronico legato al disturbo post-traumatico da stress (PTSD) può causare un'atrofia di questa area del cervello, portando a una riduzione del volume (dimensione) e della funzione.

La capacità dell'individuo di formare nuovi ricordi e distinguere tra eventi passati ed esperienze presenti risulta compromessa.

Corteccia prefrontale

Nei pazienti con PTSD, questa regione del cervello si riduce di volume (dimensione) e diventa ipoattiva.

La capacità dell'individuo di prendere decisioni, controllare gli impulsi e regolare le reazioni di paura è alterata negativamente.

Amigdala

Nei pazienti con PTSD, questa regione del cervello diventa iperattiva poiché i neuroni subiscono cambiamenti permanenti nella loro eccitabilità.

L'individuo sperimenta risposte di paura e ansia intensificate, che spesso portano a uno stato costante di ipervigilanza.

Trauma e comunicazione

Conseguenze pratiche:

- difficoltà a comprendere istruzioni scritte
- aumento dell'ansia
- calo della compliance

Importanza in sanità: contenuti tecnici o disorganizzati possono innescare ansia, confusione o crisi (re-traumatizzazione).

Una comunicazione chiara, empatica e **prevedibile** può ridurre l'impatto traumatico della malattia.

Il Content design trauma informed



La comunicazione che traumatizza

40 - 48%

degli italiani ha difficoltà
a comprendere
informazioni
sanitarie scritte

Health Literacy Survey 2021

30%

dei pazienti non segue
correttamente le terapie
per incomprensione

OMS, 2023

€125M

costo annuo in EU
per mancata aderenza
terapeutica

European Commission, 2022

La comunicazione che traumatizza

40 - 48%

30%

€125M

Conseguenze concrete

Riammissioni ospedaliere evitabili • Errori nell'assunzione farmaci • Aumento ansia e depressione • Peggioramento qualità di vita • Costi evitabili per il sistema sanitario

CONTENT DESIGN

aka
Concept Design

- User created stuff
- Images
- Video
- data

The Docs

It's more than writing docs!

Narrative PRD
product requirements doc



other products
Brand
Support
Connections
marketing



surveys and customer interviews

User needs



Words used by customer

Priority frameworks

mental models



technical distillation

Competitor and market investigation

Conversational Prototyping

Analysis & measurement

create Glossaries

UX writing

Surface

Visual design



QA + review

Content audits

Accessibility review

Information architecture

Journey mapping

Skeleton

Surface & mapping Information design

Structure

Information Architecture
UX design

SCOPE

Content requirement
Feature requirements

Strategy

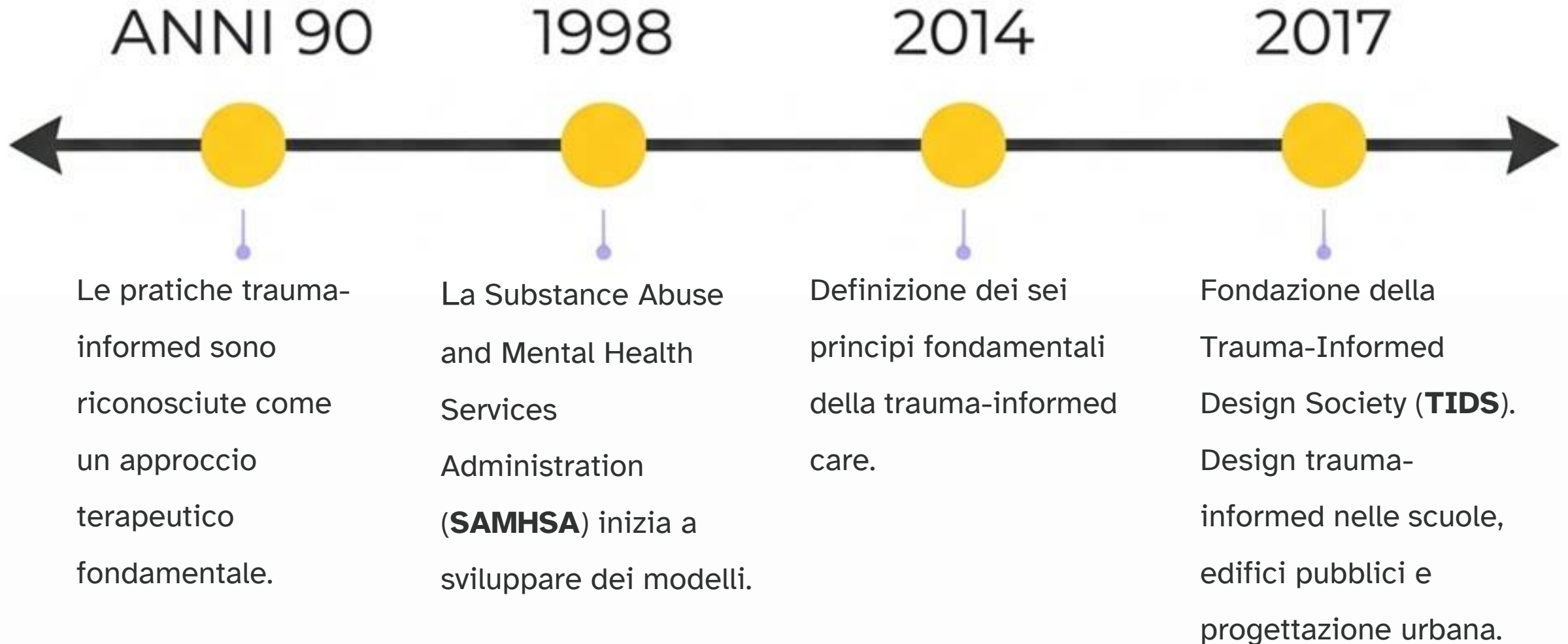
Brennans objective
User mosaic

the elements of user experience
by Jesse James Garrett

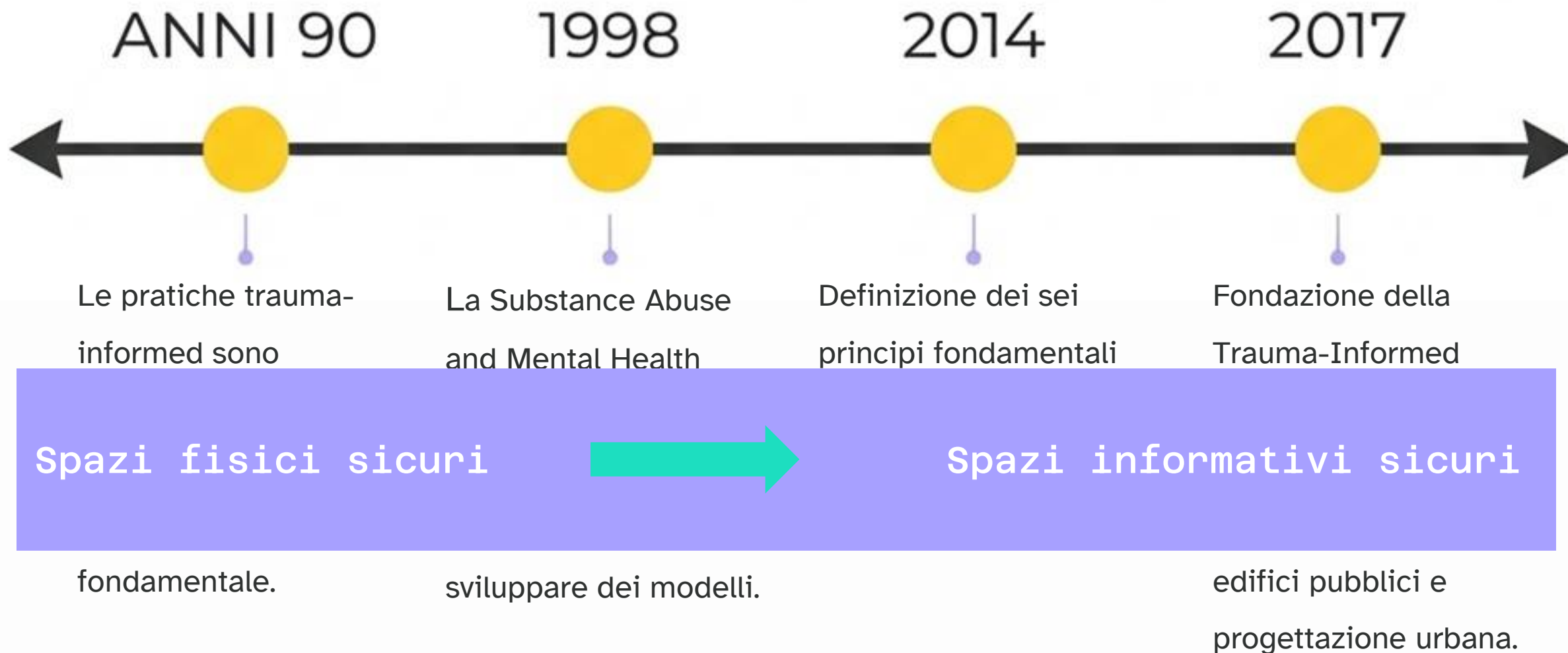
Summary of Previous Discussions & Decisions



Le tappe principali



Le tappe principali



Principi SAMHSA

Sicurezza e prevedibilità

Favorire un senso di sicurezza eliminando linguaggi aggressivi e interruzioni impreviste, garantendo un'esperienza coerente.

Fiducia e trasparenza

Costruire la fiducia dell'utente attraverso una comunicazione chiara su politiche, uso dei dati e aspettative.

Scelta e controllo

Dare potere agli utenti permettendo loro di personalizzare le interazioni e gestire le proprie preferenze.

Principi SAMHSA

Empowerment e agency

Sostenere l'autonomia degli utenti e fornire percorsi chiari per correggere errori.

Collaborazione e comunità

Offrire spazi e strumenti sicuri e inclusivi che incoraggino l'interazione tra utenti.

Sensibilità culturale e storica

Assicurare che i contenuti rispettino le identità diverse e tengano conto delle esperienze differenti.

Sicurezza e prevedibilità

PRINCIPIO

Sicurezza e prevedibilità

DESCRIZIONE

Favorire un senso di sicurezza eliminando linguaggi aggressivi e interruzioni impreviste, garantendo un'esperienza coerente.

CARATTERISTICHE

Layout coerenti: Mantieni schemi di content design uniformi tra le diverse sezioni per ridurre il carico cognitivo.

Navigazione chiara: Assicurati che gli utenti possano trovare facilmente le informazioni senza deviazioni inaspettate.

Avvisi sui contenuti: Fornisci segnalazioni prima di mostrare materiali potenzialmente disturbanti.

Fiducia e trasparenza

PRINCIPIO

DESCRIZIONE

CARATTERISTICHE

Fiducia e trasparenza

Costruire la fiducia dell'utente attraverso una comunicazione chiara su politiche, uso dei dati e aspettative.

Linguaggio semplice: Evita il gergo tecnico e usa parole dirette e comprensibili.

Politiche accessibili: Presenta termini di servizio e privacy policy in modo chiaro e comprensibile.

Canali di feedback: Offri agli utenti la possibilità di fare domande o esprimere dubbi.

Scelta e controllo

PRINCIPIO

DESCRIZIONE

CARATTERISTICHE

Scelta e controllo

Dare potere agli utenti permettendo loro di personalizzare le interazioni e gestire le proprie preferenze.

Opzioni di personalizzazione: Consenti agli utenti di modificare impostazioni come notifiche e modalità di visualizzazione.

Funzionalità opt-in: Fai scegliere agli utenti quali comunicazioni ricevere.

Uscite facili: Offri modalità semplici per interrompere o mettere in pausa l'interazione.

Empowerment e agency

PRINCIPIO

DESCRIZIONE

CARATTERISTICHE

Empowerment e agency

Sostenere l'autonomia degli utenti e fornire percorsi chiari per correggere errori.

Opzioni di annullamento: Permetti agli utenti di annullare facilmente un'azione.

Messaggi d'errore non punitivi: Usa un linguaggio di supporto che guidi l'utente alla soluzione, senza colpevolizzarlo.

Risorse disponibili: Offri accesso a tutorial o aiuti per imparare in autonomia.

Collaborazione e comunità

PRINCIPIO

DESCRIZIONE

CARATTERISTICHE

Collaborazione e comunità

Offrire spazi e strumenti sicuri e inclusivi che incoraggino l'interazione tra utenti.

Regole di comunità chiare: Stabilisci linee guida per interazioni rispettose e assicurati che gli utenti conoscano comportamenti e conseguenze attese.

Strumenti di sicurezza e segnalazione: Permetti agli utenti di segnalare contenuti o comportamenti dannosi e di gestire le proprie interazioni (es. bloccare o silenziare).

Contenuti ponte tra digitale e reale: Offri risorse che facilitano anche l'esperienza offline, come istruzioni per prenotazioni, ordini da mobile o accesso riservato al supporto di persona.

Sensibilità culturale e storica

PRINCIPIO

DESCRIZIONE

CARATTERISTICHE

Sensibilità culturale e storica

Assicurare che i contenuti rispettino le identità diverse e tengano conto delle esperienze differenti.

Immagini inclusive: Usa visual che rappresentino una varietà di culture e background.

Contenuti localizzati: Adatta il linguaggio e gli esempi per essere rilevanti nei diversi contesti regionali o comunitari.

Evitare stereotipi: Non usare cliché o supposizioni su alcun gruppo.

Il progetto ComunicARE



Momento critico: il post-operatorio oncologico

Dopo intervento per tumore al seno, la paziente:

- È spaesata, spaventata, vulnerabile
- Deve gestire ferita, drenaggio, dolore, esercizi
- Riceve un foglio di dimissione spesso incomprensibile
- Ha paura di sbagliare, di 'fare danni'
- Non sa distinguere cosa è normale da cosa è allarmante

Momento critico: il post-operatorio oncologico

Dopo intervento per tumore al seno, la paziente:

- È spaesata, spaventata, vulnerabile
- Deve gestire ferita, drenaggio, dolore, esercizi
- Riceve un foglio di dimissione spesso incomprensibile
- Ha paura di sbagliare, di 'fare danni'
- Non sa distinguere cosa è normale da cosa è allarmante

EVIDENZE SCIENTIFICHE

-15,3% depressione a 6 mesi con comunicazione strutturata + supporto psico-educativo (*Frontiers, 2023*)

-41,4% riammissioni entro 30gg con educazione del paziente intensificata (*HANCARRE, 2022*)

86,1% aderenza terapeutica con comunicazione chiara alla dimissione (*PubMed, 2021*)

ComuniCare

La comunicazione come cura.

Focus sul post-operatorio
nel paziente oncologico.



ComuniCare

La comunicazione come cura.

Focus sul post-operatorio
nel paziente oncologico.



Progetto di ricerca per migliorare il dialogo tra professionisti sanitari, pazienti oncologici e caregiver **nella fase post-operatoria.**

Obiettivo: aumentare compliance terapeutica tramite **comunicazione chiara, empatica e continuativa**, riducendo ansia e riammissioni.

ComuniCare: la comunicazione come cura

Chi siamo

Associazione Linguaggi Chiari ETS (plain language, accessibilità)

Team multidisciplinare: **Content design, psicologia, neuroscienze, oncologia**

ComuniCare: la comunicazione come cura

Chi siamo

Associazione Linguaggi Chiari ETS (plain language, accessibilità)

Team multidisciplinare: **Content design, psicologia, neuroscienze, oncologia**

Perché il post-operatorio oncologico?

Momento di massima vulnerabilità: ansia, dolore, paura di sbagliare.

Le prescrizioni comportamentali sono spesso comunicate male e peggiorano outcome.

Il Protocollo AHCP (After Hospital Care Plan)

Caratteristiche trauma-informed:

- Scritto in plain language (basso livello scolarità)
- Personalizzato per la singola paziente
- Visivamente chiaro (icone, grassetto, colori)
- Co-costruito con teach-back (verifica comprensione)
- Condiviso con personale sanitario e caregiver
- Include: farmaci, medicazioni, esercizi, red flags, contatti

ComuniCare: protocollo integrato

PRE - DIMISSIONE

1

- Colloquio strutturato (30 min)
- Consegna AHCP personalizzato
- Teach-back (verifica)
- Coinvolgimento caregiver

ComuniCare: protocollo integrato

PRE - DIMISSIONE

1

- Colloquio strutturato (30 min)
- Consegna AHCP personalizzato
- Teach-back (verifica)
- Coinvolgimento caregiver

DIMISSIONE

2

- Materiali multimodali
- Kit completo documenti
- Numero dedicato
- Firma checklist

ComuniCare: protocollo integrato

PRE - DIMISSIONE

1

- Colloquio strutturato (30 min)
- Consegna AHCP personalizzato
- Teach-back (verifica)
- Coinvolgimento caregiver

DIMISSIONE

2

- Materiali multimodali
- Kit completo documenti
- Numero dedicato
- Firma checklist

3

- 3 telefonate (gg 3, 7, 30)
- Diario recupero condiviso
- Triage sintomi
- Preparazione controlli

ComuniCare: protocollo integrato

PRE - DIMISSIONE

1

- Colloquio strutturato (30 min)
- Consegna AHCP personalizzato
- Teach-back (verifica)
- Coinvolgimento caregiver

DIMISSIONE

2

- Materiali multimodali
- Kit completo documenti
- Numero dedicato
- Firma checklist

3

- 3 telefonate (gg 3, 7, 30)
- Diario recupero condiviso
- Triage sintomi
- Preparazione controlli

Outcome attesi

- 20% riammissioni
- 15% depressione
- +80% aderenza

Il Protocollo AHCP (After Hospital Care Plan)

Caratteristiche trauma-informed:

- Scritto in plain language (6-8° livello scolarità)
- Personalizzato per la singola paziente
- Visivamente chiaro (icone, grassetto, colori)
- Co-costruito con teach-back (verifica comprensione)
- Condiviso con MMG e caregiver
- Include: farmaci, medicazioni, esercizi, red flags, contatti

Documento personalizzato in linguaggio chiaro che la paziente riceve prima della dimissione.

Contiene TUTTE le informazioni per gestire la transizione ospedale-casa: farmaci, medicazioni, esercizi, quando preoccuparsi, chi chiamare.

Evidenza: RCT su 749 pazienti → riduzione significativa utilizzo ospedaliero a 30 giorni (Project RED, Boston University)

Trauma-informed in ogni touchpoint

PRINCIPIO

COME LO APPLICHIAMO IN COMUNICARE

Sicurezza e prevedibilità

Codici colore per urgenze • Tono rassicurante • Normalizzare paure comuni

Fiducia e trasparenza

Plain language • Glossario termini • Video dimostrativi • Icone visive

Scelta e controllo

Formati multipli (carta/video/audio) • 'Puoi leggere ora o dopo' • Diario opzionale

Empowerment e agency

Checklist “azionabili” • 'Ecco cosa puoi fare' • Numero diretto sempre disponibile

Sensibilità culturale e storica

Linguaggio inclusivo • Sensibilità età/cultura • Coinvolgimento caregiver

Grazie



info@officinamicrotesti.it
www.officinamicrotesti.it

Instagram: @officina.microtesti
Linkedin: /officinamicrotesti