



‘Donna Informata’, il primo trial randomizzato, pragmatico, multicentrico, italiano, promosso dal GISMa, che ha misurato l’impatto di uno strumento dinamico, basato sul web, nel favorire la partecipazione informata delle donne allo screening mammografico.

Anna Roberto, Cinzia Colombo, Giulia Candiani, Roberto Satolli, Livia Giordano, Lina Jaramillo, Roberta Castagno, Paola Mantellini, Patrizia Falini, Eva Carnesciali, Mario Valenza, Liliana Costa, Cinzia Campari, Stefania Caroli, Roberto Cosimo Faggiano, Lorenzo Orione, Bruna Belmessieri, Vanda Marchiò, Silvia Deandrea, Anna Silvestri, Daniela Luciano, Eugenio Paci, Paola Mosconi

Migliorare la qualità della comunicazione e delle informazioni che vengono trasmesse alle donne invitate ad effettuare una mammografia di screening è sempre stato uno degli obiettivi principali dei programmi organizzati oltreché un loro preciso dovere etico. I programmi di screening mammografico devono offrire alle donne la possibilità di accedere ad un’informazione approfondita ed esaustiva per favorire una loro adesione consapevole. Lo studio **‘Donna Informata’** ha avuto come obiettivo principale la messa a punto di uno strumento dinamico, basato sul web, in grado di fornire alle donne un aiuto nel percorso decisionale (*decision aid*) dopo aver avuto l’invito ad effettuare una mammografia di screening.

Donna Informata è uno studio pragmatico randomizzato condotto in sei programmi di screening organizzati regionali (Torino, Firenze, Palermo, Milano, Cuneo, Reggio Emilia). Lo studio ha reclutato donne al loro primo invito di screening. Le donne aderenti sono state randomizzate in due bracci, a seconda del tipo di informazione ricevuta: 1) gruppo del *decision aid* 2) gruppo della brochure standard. Entrambi gli strumenti erano utilizzabili via web.

Uno degli obiettivi principali dello studio era quello di valutare quanto la decisione di effettuare la mammografia fosse basata su una scelta consapevole, misurata attraverso la valutazione delle conoscenze, degli atteggiamenti e delle intenzioni. Il periodo di follow-up è stato di 7-10 giorni. Obiettivi secondari dello studio erano rappresentati dalla valutazione del tasso di partecipazione allo screening mammografico, la soddisfazione ed il gradimento delle donne, la presenza o meno di un conflitto decisionale e il grado di accettabilità dello strumento.

Risultati: 2219 donne sono state randomizzate nei due bracci dello studio e 1001 hanno completato il percorso. Il 43,9% delle donne randomizzate a ricevere lo strumento decisionale hanno dichiarato di avere fatto una scelta informata contro il 36,9% di quelle che hanno ricevuto la brochure. Un 13% in più di donne del gruppo dello strumento decisionale hanno dichiarato di avere più consapevolezza sulla sovra-diagnosi rispetto al gruppo che ha ricevuto la brochure (38,3% contro 25,2%, $p < 0,0001$). La percentuale di donne che hanno partecipato allo screening è stata la stessa nei due gruppi: 84% contro 83%. Il

conflitto decisionale è stato significativamente più basso nel gruppo dello strumento decisionale(14,4%) rispetto al gruppo della brochure (19,3%).

Lo studio ha messo in evidenza come l'utilizzo di uno strumento che aiuti la donna a prendere la propria decisione in merito allo screening aumenta le sue conoscenze e la sua consapevolezza e favorisce quindi una partecipazione informata. Fornire alle donne informazioni complete e dettagliate sui pro e contro dello screening, sulle controversie scientifiche, sui rischi di sovra-diagnosi e sovra-trattamento aumenta la consapevolezza delle donne senza ridurre la partecipazione ai programmi di screening.

L'articolo è scaricabile presso: <https://www.nature.com/articles/s41416-020-0935-2>

Lo strumento decisionale è scaricabile presso: <https://www.donnainformata-mammografia.it/>