



VALUTAZIONE DEL RAPPORTO TRA TSRM E DONNA NELL'ADESIONE AL PROGRAMMA DI SCREENING IN UNA RADIOLOGIA NON DEDICATA ALLA SENOLOGIA

ULSS 6 VICENZA

Anna Decalli * - Silvana Bibbò* - Ramona Boni* - Alberto Bortolato* - Magda Zanarella* - Andrea Zocca* - Paola Maggian** - Valeria Borile** - Cecilia Mazza ** - Sergio Savastano***
(*TSRM **Dirigenti Medici*** Direttore U.O.C. di Radiologia)

OBIETTIVO

Lo scopo di questo lavoro è quello di analizzare vari aspetti legati al programma di Screening mammografico al fine di migliorare il rapporto tra TSRM e donna ponendo come obiettivo primo la comprensione delle difficoltà di comunicazione tra i due mondi al fine di aumentare l'adesione al programma.

METODI

Lo studio è stato reso possibile grazie a questionari anonimi rivolti sia al personale tecnico operante in mammografia, sia alla popolazione partecipante al programma di Screening.

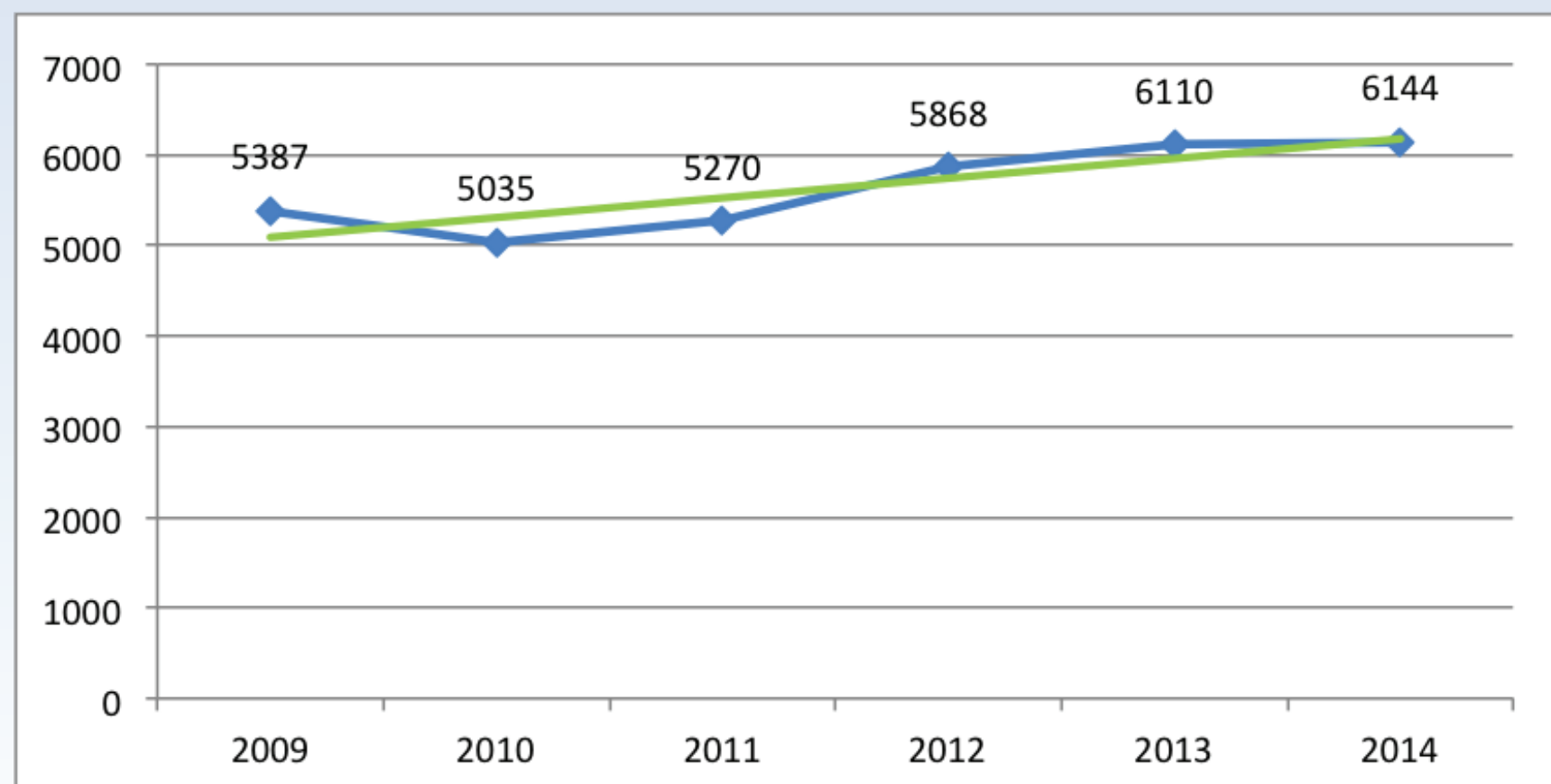
I dati che abbiamo acquisito e utilizzato per lo studio sono i seguenti:

150 questionari rivolti alle pazienti che hanno eseguito una mammografia in regime di Screening nel 2009,

1000 questionari rivolti alle pazienti che hanno eseguito una mammografia in regime di Screening nel periodo 2014-2015,

15 questionari rivolti al personale tecnico operante.

RISULTATI



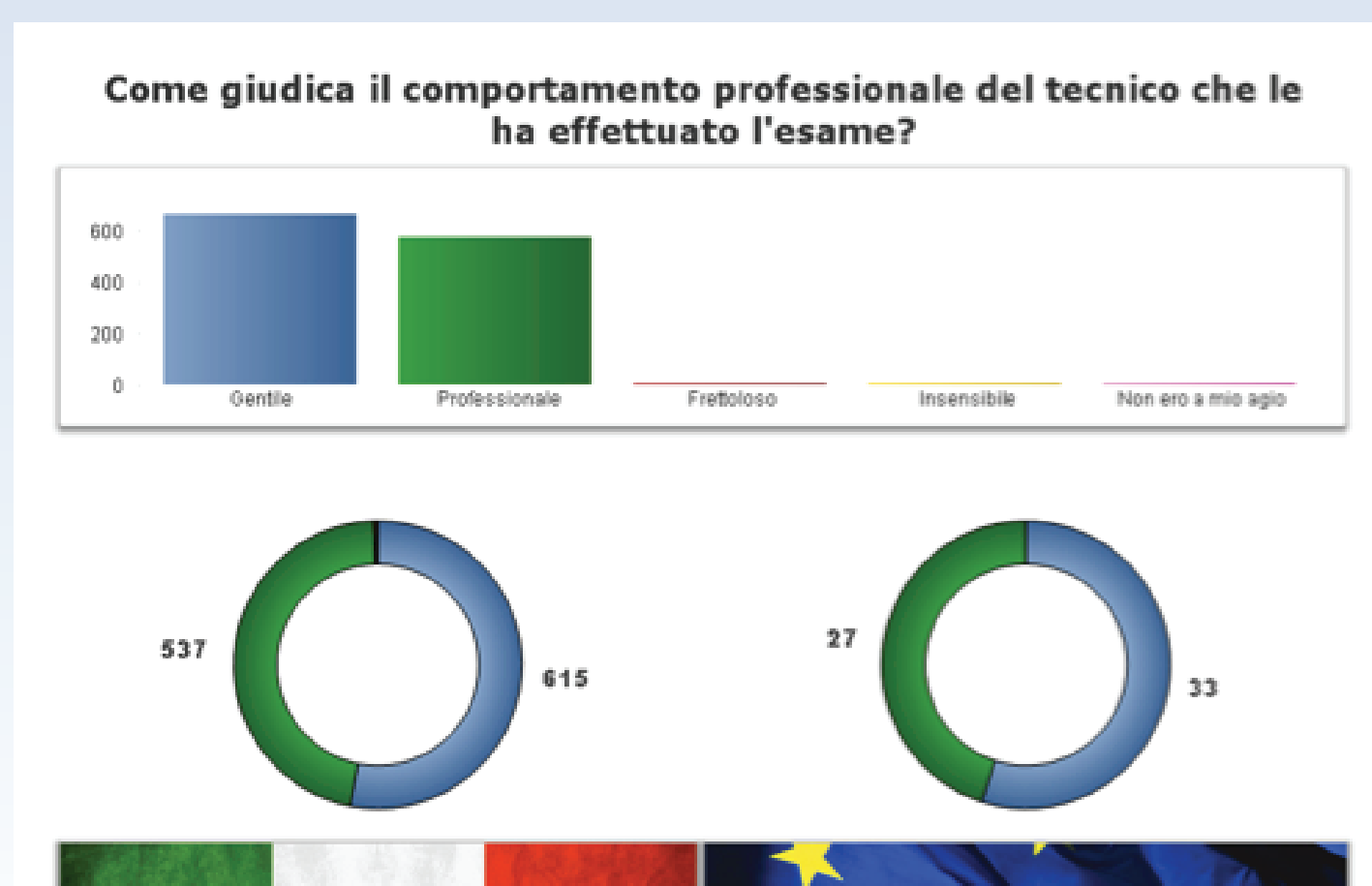
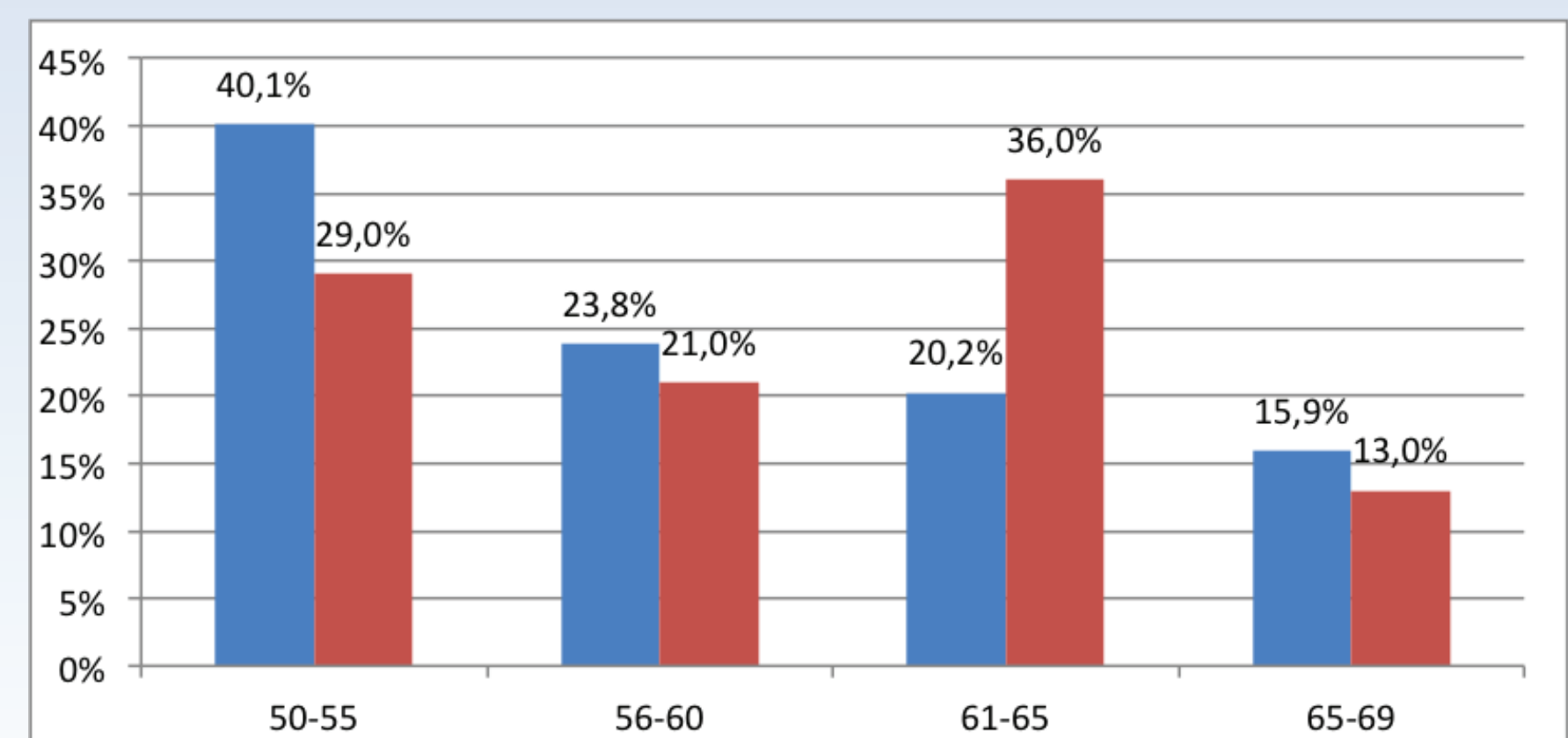
Il programma informativo rivolto alla popolazione femminile con fascia d'età compresa tra i 50 e i 69 anni ha portato ad un progressivo aumento della partecipazione al Programma di Screening mammografico.

Dal 2009 è stato registrato un aumento del 15% sul totale delle adesioni al programma di Screening mammografico. Questo dato ci rivela un buon gradimento e soddisfazione espresso dalle donne (il 95% riferirà l'esame), una stabilità di presenza delle straniere (1% circa), un'aumento del numero di donne che hanno già aderito in passato al programma di Screening, un miglioramento della comunicazione tra TSRM e donne ed un complessivo miglioramento della compliance.

Lo studio ha evidenziato un aumento della fascia di popolazione compresa tra i 50 e i 55 anni: nel 2009 (colonne rosse) le pazienti sono state complessivamente il 29% mentre nel 2014 (colonne blu) hanno superato di poco il 40%.

Si nota invece una diminuzione della fascia di popolazione compresa tra i 61 e i 65 anni.

Il canale di comunicazione che maggiormente ha raggiunto la popolazione è stato la tradizionale chiamata telefonica o lettera d'invito informativa spedita a casa. A nostro avviso è doveroso soffermarsi su questo dato in quanto le donne che in futuro parteciperanno al programma di Screening, derivando da un mondo più Social, necessiteranno di un tipo di comunicazione più informatizzata.



Dai risultati si evince che le donne percepiscono gentilezza e professionalità durante l'esame, dato stabile rispetto allo studio del 2009, questo è confermato dal buon rapporto con i tecnici sia durante il colloquio che precede l'esame che per la comprensione dell'esame stesso (l'86,5% ha dichiarato di aver recepito correttamente tutte le informazioni necessarie riguardanti l'esame). Il sentirsi a proprio agio durante l'esame è un segno distintivo del rapporto tra TSRM e paziente (più dell'88% non ha imbarazzo a doversi spogliare a seno nudo, del rimanente solo il 7% prova imbarazzo ed il 4% preferirebbe un tecnico donna).

CONCLUSIONI

Lo studio ha evidenziato un miglioramento nel numero di adesioni al programma di Screening mammografico grazie alla buona organizzazione del programma stesso e ad un miglioramento della comunicazione e del rapporto tra TSRM e donne.

Durante tutto il processo, dalla lettera di invito al risultato dell'esame, le donne percepiscono oltre che una buona organizzazione anche competenza e professionalità da parte degli operatori coinvolti; fattori determinanti per far tornare le donne a sottoporsi nuovamente all'esame di Screening mammografico e a consigliarlo anche alle loro conoscenti.