

A.Gaballo¹, M.Lasciarrea¹, Mg. Lorusso¹, L.Civita², V.Vitale³, R.Squicciarini³, D.Lagravinese³

(1) Servizio di Senologia –U.O.C. Radiologia P.O. San Paolo ASL BARI, (2) Scuola di Specializzazione in Igiene e Medicina Preventiva, Università degli Studi di Bari Aldo Moro, (3) Dipartimento di Prevenzione ASL BARI

Introduzione

Il nucleo tecnico del **Programma Screening Mammografico** della ASL BARI in collaborazione con il Dipartimento di Prevenzione ASL BARI ha sviluppato nel Gennaio 2016 un nuovo progetto di campagna informativa sullo screening mammografico caratterizzato da un nuovo logo identificativo, una nuova icona della campagna stessa e un filmato con brevi didascalie.

Obiettivi dello studio

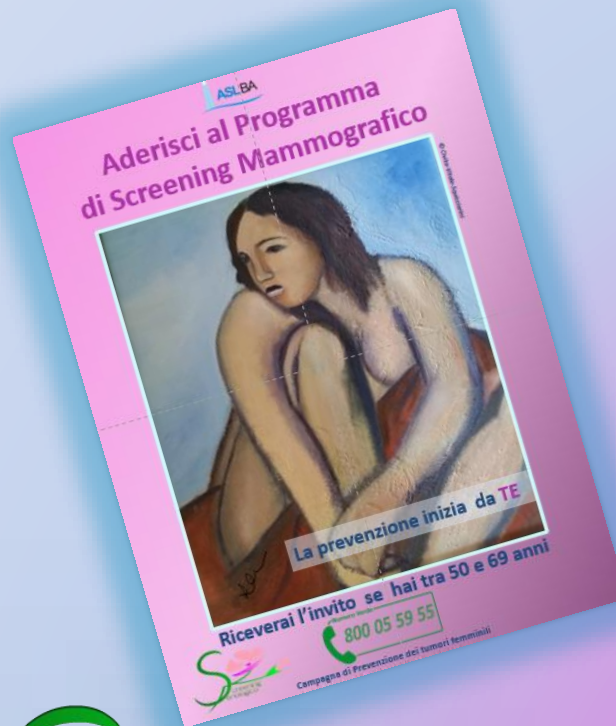
- Favorire la conoscenza del programma di screening alla popolazione target.
- Migliorare l’adesione al programma.
- Ridurre l’incidenza dello screening non organizzato.

Metodi

La segreteria organizzativa ha provveduto a distribuire locandine informative con riferimenti metodologici in tutti gli ambulatori pubblici della ASL BARI i e negli studi dei medici di medicina generale.

E’ stata creata una finestra informativa sul sito ASL BARI che riporta al sito GISMA.

Sarà distribuito in tutte le tv e radio locali e sui monitor degli ambulatori pubblici e dei medici di medicina generale un filmato con didascalie esplicative sul programma di screening.



Risultati

Saranno oggetto di rivalutazione dell’incremento dell’adesione e del feed-back ottenuto tramite le risposte ad un questionario apposito.

Conclusioni

Lo scopo del presente lavoro è quello di valutare l’efficacia della modalità di comunicazione adottata con la misurazione dell’effettivo aumento di adesione al programma nei singoli centri di senologia con l’adozione di un questionario che valuti l’efficacia di ogni singola azione comunicativa.

