

La presentazione della campagna di informazione

Associazione “Cuore di donna”

La campagna Messaggi sui bus per combattere il tumore al seno

L’iniziativa di sensibilizzazione dell’associazione “Cuore di donna” per informare sull’importanza della diagnosi precoce

SASSARI

«Prevenire è volersi bene». Con questo slogan parte oggi e andrà avanti fino al 27 marzo prossimo la campagna di sensibilizzazione e informazione dell’associazione “Cuore di donna” sul tumore al seno. Il messaggio che sollecita la prevenzione indispensabile per arrivare a una diagnosi precoce della malattia viaggerà, è proprio il caso di dirlo, sugli autobus cittadini dell’Atp dove campeggeranno le foto di donne che hanno fatto da testimonial, raggiungendo così capillarmente tutta la città. Non solo. Le informazioni verranno diffuse anche tramite i social network, anche questa una strada che verrà battuta per coinvolgere al massimo sul tema la popolazione femminile.

«Il cancro alla mammella è il più frequente nelle donne, colpisce una donna su nove e rappresenta il 30 per cento dei tumori che colpiscono il sesso femminile – ha affermato Maria Giovanna Manunta, referente per la sezione di Sassari dell’associazione promotrice dell’iniziativa nel corso della presentazione della campagna, avvenuta nello spazio coworking Via Roma 105 –. In Sardegna si verificano ogni anno dai 1200 ai 1500 nuovi casi, sui 50mila registrati in Italia». Sono dati che non devono però scoraggiare perché il tumore alla mammella si può affrontare e sconfiggere con controlli costanti e con un’anticipazione della diagnosi. Le donne però, ha detto Maria Giovanna Manunta, non devono sottovalutare i segnali offerti dai cambiamenti improvvisi del seno, non devono aver paura di sottoporsi a una mammografia, anzi è necessario che si controllino e aderiscano alle campagne di screening del servizio sanitario che offrono esami gratuiti ogni due anni.

Rita Nonnis, medico, componente dell’associazione aBRCAdaBra, ha ricordato come in Sardegna ancora troppe poche donne facciano prevenzione.

«In Lombardia gli screening vedono una partecipazione del 90 per cento, contro la media nazionale del 50 per cento. E nell’isola, purtroppo, siamo al di sotto di questa media. Soprattutto le donne tra i 40 e 50 anni devono fare prevenzione, negli ultimi sei anni in questa fascia di età si è registrato un raddoppio di casi di tumore al seno». Fiammetta Querci, del settore prevenzione Ats, ha annunciato che si sta estendendo lo screening in tutti i centri della provincia .

La campagna è stata curata dalla Edigraph Comunicazione visiva e dal fotografo Marco Ceraglia che ha voluto ritrarre donne di quattro fasce d’età nella loro vita quotidiana, nella loro semplicità. A loro è indirizzato l’invito a non sottovalutare l’importanza di visite e esami periodici. E il direttore generale dell’Aou, Antonio D’Urso, ha a sua volta espresso l’apprezzamento per il lavoro svolto dalle

associazioni nel campo della prevenzione, e il ruolo dell'azienda nella cura della malattia..

Se il progetto ha avuto gambe è stato grazie al sostegno finanziario della Fondazione di Sardegna. La vicepresidente Angela Mameli ne ha ricordato il grande valore sociale e culturale dell'iniziativa.