Sintesi liberamente tratta da:

S. Chapman, K. McLeod, M. Wakefield, S. Holding, "Impact of news of celebrity illness on breast cancer screening: Kylie Minogue's breast cancer diagnosis", *The Medical Journal of Australia*, 2005; 183: pp. 247-250.

Nel maggio 2005 alla nota pop star australiana Kylie Minogue, allora trentaseienne, è stato diagnosticato un tumore al seno. Attraverso il presente studio, gli autori si sono posti l'obiettivo di:

- descrivere le principali strategie informative adottate dai mass media per seguire la malattia della cantante. La ricerca è avvenuta attraverso il monitoraggio di notiziari e programmi informativi di cinque canali televisivi non a pagamento diffusi a livello nazionale;
- stimare l'impatto di tale copertura mediatica sulle prenotazioni per il programma nazionale di screening mammografico, visita gratuita che ha come target donne di età compresa tra i 50 e i 69 anni e che coinvolge su richiesta donne tra i 40 e i 49 anni. Tale analisi si è svolta in quattro stati australiani (Queensland, Victoria, Tasmania, Western Australia) e ha coinvolto donne di età uguale o superiore a 40 anni che hanno prenotato una mammografia nelle 19 settimane precedenti alla notizia, nelle 2 settimane durante la costante attenzione mediatica e nelle 6 settimane successive.

Copertura mediatica

News e/o programmi concernenti il tumore alla mammella

- nei 13 giorni prima della notizia: **6** per un totale di 13,27 minuti;
- nei 7 giorni in seguito all'annuncio: **74** per un totale di 147,40 minuti.

Esempi di tagli interpretativi dati alla notizia e riportati nello studio:

Nello specifico sulla Minogue	No. (%)
• dettagli sulla prognosi, sul trattamento e sul ricovero della cantante	70 (95%)
• beneficio dalla diagnosi precoce	21 (28%)
• è giovane per un tumore alla mammella	15 (20%)
Prospettive generali	
• il settore pubblico aiuta la prognosi dei tumori	38 (51%)
• critiche per la mancanza di mammografie gratuite per le donne giovani e barriere di età per lo screening	12 (16%)
• "Può capitare a tutti"	7 (9%)
• beneficio della diagnosi precoce per le donne in generale	6 (8%)

In uno degli Stati, lo schieramento di opposizione ha colto l'opportunità data dall'esposizione mediatica, attaccando la politica governativa sul tema della mancanza di screening gratuiti per le donne più giovani.

Prenotazioni per mammografia

La variazione percentuale nel numero di prenotazioni per lo screening è stata calcolata a partire dalla media settimanale di prenotazioni durante le 19 settimane che hanno preceduto l'evento.
I principali risultati:

- incremento del 40% nella media settimanale di prenotazioni durante le due settimane di forte esposizione del tema sui mass media, dato registrato per tutti e quattro gli Stati;
- aumento del 100.7% di prenotazioni da parte di donne nella fascia di età 40-69 anni che, pur essendo nel gruppo target della campagna nazionale di screening, mai si erano sottoposte a mammografia;
- nel Queensland: incremento di prenotazioni nella fascia di età 40-49 anni pari al 69%, più del doppio dell'aumento di prenotazioni registrate per la fascia di età 50-69 anni (+25%);
- nelle 6 settimane successive, le prenotazioni effettuate da donne che mai avevano aderito al programma hanno continuato il trend positivo (+ 39,3%).

Oltre il 90% delle prenotazioni sono state seguite da effettiva mammografia.
Non è stato possibile raccogliere dati sulle richieste di screening effettuate presso strutture private da donne di età inferiore a 40 anni, in quanto non comprese nel programma nazionale gratuito.