

Informacja prasowa,
Warszawa, 26.08.2015 r.

463 mieszkańców Zgierza poznało wiek swojego serca dzięki badaniom kampanii „Ciśnienie na Życie”

W mobilnym centrum badań kampanii „Ciśnienie na Życie”, które w ostatnich dniach odwiedziło Zgierz, przebadano się 463 osób. Każdy, kto odwiedził bus kampanii, mógł bezpłatnie zmierzyć ciśnienie tętnicze krwi, poziom cholesterolu oraz zbadać wiek swojego serca za pomocą innowacyjnej aplikacji. Okazuje się, że wiek serca 69% przebadanych osób jest średnio wyższy aż o 19 lat od wieku metrykalnego!

24 i 25 sierpnia mieszkańcy Zgierza mieli okazję sprawdzić, czy problem nadciśnienia dotyczy także ich. Na wszystkich chętnych w specjalnie przystosowanym mobilnym centrum badań kampanii „Ciśnienie na Życie” czekał wykwalifikowany personel medyczny, który przeprowadzał badania oraz udzielał fachowych porad z zakresu profilaktyki schorzeń układu krążenia. Dodatkowo pacjenci z nieprawidłowymi wynikami zostali zaproszeni na wizytę lekarską, która ma być początkiem pracy nad poprawą stanu ich zdrowia. U osób zdrowych prawidłowa wartość ciśnienia tętniczego powinna mieścić się w przedziale pomiędzy 120/80 – 139/89 milimetrów słupa rtęci (mm/Hg), natomiast stężenie cholesterolu całkowitego we krwi nie powinno przekraczać 190 mg/dl.

Dzięki specjalnie przygotowanej aplikacji¹ mieszkańcy mogli sprawdzić również, ile lat mają ich serca. Okazało się, że wiek serca u przebadanych mieszkańców Zgierza jest średnio, o 19 lat wyższy od wieku metrykalnego.

„Istotnym czynnikiem warunkującym skuteczną prewencję i dobrą kontrolę nadciśnienia tętniczego w populacji pozostaje wiedza na temat zagrożeń związanych z chorobą, a podstawowym elementem jest znajomość własnego ciśnienia tętniczego. Wczesne rozpoznanie podwyższonej wartości ciśnienia tętniczego umożliwia modyfikację stylu życia, która może opóźnić lub zapobiec wystąpieniu nadciśnienia oraz pozwolić na opóźnienie lub nawet uniknięcie farmakoterapii” – mówi prof. Tomasz Zdrojewski z katedry Nadciśnienia Tętniczego i Diabetologii Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego, członek Rady Ekspertów kampanii „Ciśnienie na Życie”.

¹ Aplikacja powstała w oparciu o wyniki *Impact of atrial fibrillation on the risk of death: The Framingham Heart Study* i publikację R. D'Agostino i wsp. *Circulation* oraz prace badawcze zespołu prof. T. Zdrojewskiego z Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego. W badaniu wyliczono wiek serca dla osób w wieku od 20 do 74 lat, które dotąd nie przebyły ani zawału serca, ani udaru mózgu. Dlatego miarodajne wyniki uzyskamy w tej grupie wiekowej.

Na szczęście wiek serca można obniżyć – systematyczne badania profilaktyczne oraz zdrowy, aktywny tryb życia, to najskuteczniejsze formy walki ze schorzeniami układu krążenia. Chcąc upowszechnić i utrwalić ten trend wśród populacji, w ramach kampanii „Ciśnienie na Życie” powstają Centra Obniżania Wieków Serca, w których będzie można uzyskać porady na temat poprawy kondycji swojego serca oraz otrzymać materiały informacyjne przygotowane przez ekspertów kampanii. Dodatkowo każda osoba, która skorzysta z porad lekarzy Centrum Obniżania Wieków Serca może wziąć udział w konkursie „Najmłodsze Serce”. Wystarczy przesłać kupon konkursowy dostępny w busie „Ciśnienia na Życie” uzupełniony pieczętkami od lekarza potwierdzającymi regularne wizyty kontrolne oraz odpowiedzieć na pytanie „W jaki sposób staram się obniżyć wiek mojego serca?”. Na uczestników konkursu czekają atrakcyjne nagrody.

Więcej informacji na temat kampanii „Ciśnienie na Życie” znajduje się na stronie www.cisnienienazycie.pl.

Informacje o ogólnopolskiej Kampanii Społecznej „Ciśnienie na Życie”

Akcja ma uświadomić Polakom, jakie ryzyko niesie ze sobą brak profilaktyki schorzeń układu krążenia. Jak wynika z 300 000 badań przeprowadzonych w ramach Kampanii, wiek serca Polaków jest dużo wyższy w stosunku do metrykalnego. Dlatego w tym roku działania Kampanii będą popularyzowały działania pomagające obniżyć wiek serca. Działania Kampanii merytorycznie wspiera Rada Ekspertów w składzie: prof. Krzysztof Narkiewicz, prof. Stefan Grajek oraz prof. Tomasz Zdrojewski. Sponsorem kampanii „Ciśnienie na Życie” jest Polfa Warszawa Grupa Polpharma.

Biuro prasowe kampanii:

Emilia Sawińska
e-mail: emilia.sawinska@procontent.pl
tel. 531 844 325