

Wrocław, dn.27 września 2022 r.

Szanowni Państwo,

mamy zaszczyt ogłosić, że w dniu 29 września 2022 roku (w Światowy Dzień Serca) rozpoczynamy drugą edycję kampanii społecznej „SERCE KOBIETY”.

Zarówno przeprowadzona w ubiegłym roku pierwsza edycja jak i tegoroczna druga edycja KAMPANII „SERCE KOBIETY” są projektami Urzędu Marszałkowskiego, Dolnośląskiego Szpitala Specjalistycznego im. T. Marciniaka - Centrum Medycyny Ratunkowej oraz Dolnośląskiego Związku Lekarzy Rodzinnych – Pracodawców. Celem kampanii jest zwiększenie świadomości kobiet w okresie pomenopauzalnym o chorobach sercowo-naczyniowych jako „zabójcy” nr 1 wśród kobiet w tym okresie życia.

Kobiety chorują na serce zazwyczaj 10 lat później niż mężczyźni. Wynika to z faktu, że do menopauzy kobiety są chronione przez estrogeny. Ale po tym czasie to właśnie choroby serca i naczyń takie jak zawał serca i udar mózgu są najczęstszą przyczyną zgonów kobiet w Polsce i Europie, a nie rak piersi, jak obawiają się same pacjentki. Z danych Europejskiego Towarzystwa Kardiologicznego opublikowanych na łamach European Heart Journal w 2022 r. wynika, że choroby sercowo-naczyniowe są 1. przyczyną zgonów w Europie zarówno u kobiet, jak i mężczyzn, przy czym odpowiadają za 45% wszystkich zgonów u kobiet vs. 39% wszystkich zgonów u mężczyzn.

Kobiety w wieku okołomenopauzalnym zwykle za późno zgłaszają się do lekarza rodzinnego czy kardiologa zarówno w celu profilaktyki, jak i leczenia chorób serca i naczyń. Nie postrzegają siebie jako zagrożonych chorobami serca. Tymczasem właśnie w tym czasie, około 55 r. życia i później, dochodzi do rozwoju czynników ryzyka, które przyczynią się w kolejnych latach do powstawania i narastania miażdżycy. Kobiety nie mają świadomości, że po kolejnych kilku latach miażdżycy objawi się u nich klinicznie zawałem serca czy udarem mózgu i będzie głównym „zabójcą” kobiet w tej grupie wiekowej. Istnieje potrzeba uświadomienia kobietom, że czynnikami ryzyka miażdżycy, które trzeba zwalczać zanim dojdzie do manifestacji klinicznej tej choroby są: nadciśnienie tętnicze, podwyższony poziom cholesterolu i glukozy we krwi. Równoległe z edukacją i zaleceniami nefarmakologicznymi zmiany stylu życia takimi jak niepalenie papierosów i aktywność fizyczna (choćby regularne spacerowanie), często konieczne jest włączenie leczenia obniżającego ciśnienie krwi i podwyższonego poziomu cholesterolu oraz postępowanie przeciwcukrzycowe. Dodatkowymi, mniej typowymi czynnikami ryzyka, występującymi specyficznie u kobiet są m.in. choroby autoimmunologiczne (np. reumatoidalne zapalenie stawów), przebyte leczenie raka piersi (przyjmowanie leków antyestrogenowych), cukrzyca ciążowa, depresja.

Ważna jest edukacja kobiet o potrzebie wczesnego uchwycenia zarówno czynników ryzyka miażdżycy jak i pierwszych objawów chorób odmiażdżycowych takich jak choroba wieńcowa. Słabo rozpowszechniona jest również wiedza o tym, że objawy wieńcowe u kobiet mogą być nietypowe. Częściej niż bóle zamostkowe w klatce piersiowej występują u kobiet duszność, osłabienie czy dolegliwości sugerujące chorobę przewodu pokarmowego. Kobiety powinny zwrócić szczególną uwagę na nagle pojawiające się objawy takie jak: duszność, ogólne osłabienie, bóle brzucha, objawy ze strony przewodu pokarmowego gdyż one właśnie mogą być początkiem zawału

serca. W Polsce wciąż dominuje męski wzorzec zachorowania na chorobę wieńcową. Nawet jeśli kobiety zgłoszą się z jej objawami, typowymi lub nietypowymi, rzadziej wykonuje się u nich pogłębioną diagnostykę i rzadziej zaleca się odpowiednie leczenie.

Aby zmniejszyć ryzyko zachorowania na zawał serca czy udar mózgu oraz zgonu z tych przyczyn, kobiety w wieku 55 lat i późniejszym powinny zgłosić się na badanie do lekarza rodzinnego lub lekarza kardiologa celem oceny czynników ryzyka miażdżycy i rozważenia włączenia leczenia.

Druga edycja Kampanii „SERCE KOBIETY” prowadzona będzie w radio (emitowany będzie spot radiowy z udziałem ambasadorki Kampanii Pani Kingi Preis, przygotowano również szereg tematycznych audycji radiowych, które emitowane będą w Radiu Wrocław oraz Radiu Rodzina). Ponadto w Kolejach Dolnośląskich pojawi się animowany materiał informacyjny. Kampania będzie także prowadzona w kanałach komunikacyjnych takich jak: Facebook, YouTube czy LinkedIn. Planowane jest również rozesłanie do placówek medycznych plakatów i ulotek informacyjnych. Informacje w nich zawarte kierować będą pacjentki do Programu 40 Plus i do Praktyk Lekarzy Rodzinnych.


Jak zawsze, najważniejszy i nie do przecenienia będzie jednak kontakt pacjentek z Lekarzami Rodzinnymi, Państwa ocena lekarska i jakże ważna edukacja!


Ponownie zwracamy się z prośbą o partnerski udział Państwa, tym razem w 2. edycji Kampanii „SERCE KOBIETY” i zwrócenie uwagi na czynniki ryzyka sercowo-naczyniowego każdej pacjentce po 55 roku życia, która zgłosi się do Państwa z jakiegokolwiek przyczyny, w tym zainspirowana trwającą kampanią społeczną.

Z wyrazami szacunku


.....
Wicemarszałek Województwa Dolnośląskiego


.....
Dyrektor Dolnośląskiego Szpitala Specjalistycznego im. T. Marciniaka


.....
Lekarz Kierujący Oddziałem Kardiologii


.....
Wiceprezes Dolnośląskiego Związku Lekarzy Rodzinnych – Pracodawców