

*Al via lo spot "Battiti per il tuo cuore" per parlare ai giovani della salute del loro cuore (di [Anna Laudati](#))*



Droga, alcol, sigarette, obesità e mangiare disordinatamente provocano gravi ed irreversibili danni sul cuore di un ragazzo. A denunciarlo sono i cardiologi della Sic, la società italiana di cardiologia che oggi a Roma hanno presentato la campagna 'Battiti per il tuo cuore', un'iniziativa organizzata assieme alla fondazione italiana cuore e circolazione onlus, volta a sensibilizzare i più giovani sui rischi cardiovascolari.

Visita cardiologica obbligatoria, almeno per le scuole superiori, quasi fosse un bollino blu del cuore: questa è la loro proposta per tutelare i nostri figli. L'obiettivo dei cardiologi è quello di insegnare ad un giovane a non ignorare un sintomo, a parlarne in famiglia e quindi con il medico «Una volta c'era la visita per la leva militare - spiega il presidente Sic, Paolo Marino - ma ora che il servizio non è più obbligatorio si rischia di saltare un prezioso momento di screening. Auspichiamo un 'bollino blu per il cuore - prosegue Marino - e sarebbe bello se questo potesse essere introdotto già nelle scuole medie superiori, se non per legge almeno per prassi. Dovrebbe essere un esame clinico e strumentale pari a quello dell'idoneità sportiva per chi fa attività agonistiche». Molte malattie 'silenziose', infatti, sono alla base della morte improvvisa giovanile. E per questo motivo è fondamentale intervenire il prima possibile.

«Speriamo si possa partire magari con delle Regioni pilota - sottolinea Francesco Fedele, past president Sic - con alcuni screening di elettrocardiogramma nelle scuole, poi inviati in centri universitari specializzati. Per noi della Sic - conclude - sarebbe un bel traguardo raggiunto». Dal primo al 30 novembre in 27 multisale cinematografiche italiane sarà proiettato uno spot per parlare proprio ai giovani. Lo spot è composto da un breve videomessaggio in cui vengono promossi quattro consigli importanti su come 'difendere' il proprio cuore e il proprio stato di salute. La campagna che ha ottenuto il Patrocinio del Ministero della Gioventù ed è stata resa possibile grazie al contributo di Takeda Italia Farmaceutici, ideata e realizzata dall'Argon Media Editoriale.