

Screening-uri in scoli si licee

Actiunile de screening reprezinta latura **educativa pentru sanatatea vederii** a campaniei “Spune din priviri”, desfășurată de compania CIBA Vision - divizia pentru îngrijirea vederii din cadrul concernului Novartis.

CIBA Vision este lider în alocarea de resurse studiilor și cercetarilor în domeniu - ale caror rezultate se regasesc in calitatea produselor, si este recunoscuta la nivel mondial pentru pasiunea profesionistilor sai de a asigura vedere sanatoasa, precum si prin dorinta de a imbunatati viata pacientilor cu probleme de vedere din intreaga lume.

In contextul studiilor derulate, unul dintre cele mai recente semnaleaza ca **in etapa de varsta 11-20 de ani se manifesta in cel mai mare procent primele probleme de vedere; cele mai multe situatii in care au fost depistate: la scoala (citit de pe tabla) si in cadrul unor screening-uri.**

Campania “Spune din priviri” urmareste informarea tinerilor si a parintilor acestora cu privire la alternativele de corectie a vederii, la utilizarea, portul corect si intretinerea lentilelor de contact – optiune care creste constant intre preferintele tinerilor. In adolescenta, pentru tineri conteaza foarte mult imaginea de sine, acceptarea socială, libertatea si confortul atunci cand desfasoara activitati sportive, cand ies cu prietenii sau in vacante. In acest sens, lentilele de contact sunt alternativa sigura, flexibila si discreta de corectie a vederii.

Actiunile de screening vizual vizeaza detectarea posibilelor deficiente de vedere ale tinerilor, constientizarea importantei efectuării de controale oftalmologice periodice, iar prin contactul direct cu ei, li se poate raspunde la intrebarile legate de sanatatea vederii de catre persoane avizate.

Campania “Spune din priviri” se adauga altor initiative CIBA Vision de repsonsabilitate sociala, intre care: Programul “*Special Eyes*” - furnizare de lentile speciale pentru “*mascarea*” anomaliiilor oculare cauzate de traumatisme/leziuni sau boli si campania “*Sansa la vedere*”, destinata persoanelor care nu vad sau au probleme de vedere din intreaga lume.

Campania se deruleaza la nivel national prin 87 optici medicale, a fost mediatizata pe topsanatate.ro si are parteneri media: sfatulmedicului.ro, clopotel.ro, studentie.ro si B24Fun.

Acțiunile de screening se vor derula în luna noiembrie in mai multe orase din tara si permit examinarea a aproximativ 120 tineri in fiecare institutie de invatamant.