

L'AQUILA: DONAZIONE CORNEA, CAMPAGNA SENSIBILIZZAZIONE AL SAN SALVATORE

17 Dicembre 2018



L'AQUILA – Oltre cento targhe in plexiglass affisse in vari punti dell'ospedale San Salvatore dell'Aquila a supporto della campagna di sensibilizzazione per la donazione della cornea: è l'iniziativa promossa dalla Banca degli occhi del nosocomio.

Le targhe hanno come soggetto una pupilla con colori e modalità comunicative accattivanti, accompagnata da uno slogan che associa il buio della cecità alla luce che può ridare il trapianto di cornea.

Nel corso degli anni all'ospedale aquilano sono stati circa mille i consensi alla donazione della cornea che, però, solo in parte si sono tradotti in trapianti perché non tutti i tessuti donati superano gli esami di idoneità. I sì alla donazione sono sempre pochi, molto al di sotto delle esigenze, con un divario abissale tra centro nord (90% di donazioni) e il centro sud (solo il 10%).

Negli ultimi dieci anni la Banca degli occhi, nei cui laboratori si stabilisce se il tessuto donato è sano e valido per il trapianto, ne ha selezionati oltre duemila.

La campagna di sensibilizzazione promossa dalla Banca degli Occhi, diretta dal dottor Germano Genitti, ha l'intento di suscitare maggior interesse nella gente senza tralasciare la formazione degli operatori sanitari, chiamati a svolgere un ruolo importante e a curare, prima che si arrivi al trapianto, passaggi e adempimenti burocratici che richiedono adeguate conoscenze e continui aggiornamenti.

In questa ottica si inseriscono i corsi organizzati dal coordinamento regionale trapianti e dal coordinamento locale dell'ospedale aquilano a cui partecipano infermieri e altri operatori della regione. Da gennaio 2019 verrà avviata una collaborazione con l'hospice situato all'ex Onpi, con il sostegno del reparto di anestesia e rianimazione e servizio terapia del dolore.

La campagna sulla donazione della cornea promossa dall'ospedale verrà 'esportata' sul territorio tramite la Rete dei punti-vendita di negozi di ottica a cui verranno fornite brochure e altro materiale da utilizzare per diffondere informazioni.

Un sistema per veicolare in modo più efficace e capillare, tramite il contatto diretto con le persone, il messaggio dell'importanza della cultura della donazione.