

**ASSOCIAZIONE**

**MEDICI CATTOLICI**

**ITALIANI**

La Presidenza Nazionale AMCI

Ch.mo

Dott. Filippo Anelli

Presidente FNOMCeO

ROMA

In una situazione di assoluto disordine in campo di pubblicità sanitaria, per molti versi ormai assolutamente fuori controllo, desidero denunciare quanto derivato da un progetto di comunicazione portato avanti dalla Società Medica Italiana per la Contraccezione (SMIC) in collaborazione con l'Associazione Culturale "La Scelta".

La SMIC, che vede un lavoro comune di tre componenti mediche appartenenti a tre società differenti : AOGOI (Associazione Ostetrici e Ginecologi Ospedalieri Italiani) la SIMG (Società Italiana di Medicina Generale) e la AGITE (Associazione dei Ginecologi Territoriali), lancia un concorso per i licei artistici, affinché i giovani vadano ad individuare una pubblicità per la contraccezione. Il progetto concorso, chiamato #USALAFAMIRACOLI si conclude con l'elaborazione di spot da parte di giovani per i giovani e si riferiscono ad una preparazione farmacologica ormonale "EllaOne".

Gli spot, già apparsi sul web e sui mezzi di comunicazione di massa sono messaggi spot che intendono promuovere pubblicità sanitaria commerciale.

Gli spot violano a nostro parere l'art. 54 del nostro Codice Deontologico:

In realtà l'evento occorso tratta di informazione sanitaria, già ampiamente diffusa sul web, ingannevole, discrezionale, non certificabile, ideologica e di parte, che non tiene conto di tanti altri dati oggettivi e controllabili espressi da altre società scientifiche (tra le quali cito la SIPRe).

Denunciamo che trattasi di un'informazione sanitaria ingannevole che impedisce ai cittadini una scelta libera e consapevole: la pillola, oggetto della pubblicità non è solamente anticoncezionale ma nei casi in cui è avvenuta la fecondazione è chiaramente abortiva. Ricordo per maggiore chiarezza che all'inizio della vendita del prodotto lo stesso bugiardino contenuto nella scatola affermava che il farmaco "Ha lo scopo di prevenire la gravidanza, bloccando l'ovulazione o **impedendo l'impianto dell'ovulo** eventualmente fecondato..."

V'è un'ampia letteratura scientifica nella quale, come già rilevato dal Consiglio Superiore di Sanità (CSS), si certifica che l'effetto anti-ovulatorio del farmaco EllaOne (Mifepristone) è praticamente nullo nei giorni più fertili del

ciclo, mentre l'effetto di compromissione endometriale antinidatorio dell'endometrio è sempre presente, anche a dosi molto più basse del farmaco. In merito a ciò il Consiglio Superiore di Sanità evidenzia anche - fra l'altro - ingiustificabili "contraddizioni" di talune pubblicazioni presentate all'EMA e all'AIFA, soprattutto quando queste si sforzano di negare o di dimostrare l'inesistenza degli effetti endometriali provocati dall'EllaOne.

La Società Italiana di Procreazione Responsabile, tramite il suo Presidente Bruno Mozzanega, illustrando nel gennaio scorso il meccanismo d'azione al Comitato Tecnico Scientifico, aveva scientificamente meglio definito le tante "bugie", espresse in proposito.

Rimane il forte dubbio che il farmaco ormonale in oggetto sia davvero compatibile con le nostre leggi, che tutelano la vita "dal suo inizio" e specificano - nella procreazione responsabile - la necessità di "tutela del prodotto del concepimento".

V'è un secondo punto che mi preme sottolineare:

La pubblicità sponsorizzata da una causa farmaceutica, ideata dai giovani per i giovani viene premiata con un premio di 1000 euro ad ogni partecipante! La pubblicità elaborata è francamente blasfema.

Per comporre il progetto è *“stato usato il dipinto del Botticelli, l'Annunciazione di Cestello, ma l'angelo, invece di portare alla Vergine” l'Annuncio”, porta a Maria in dono una scatola di EllaOne, la pillola dei cinque giorni dopo: In basso si legge l'invito #Usalafamiracoli.*

*Quel progetto chiamato “Usalafamiracoli” è risultato il più votato dalla giuria e ha vinto il premio dell'edizione 2018-2019 di Informlamoci.*

*Lo spot è assolutamente blasfemo perchè usa immagini sacre per veicolare una pillola, considerata abortiva, sicchè va doppiamente a ferire profondamente quegli stessi principi religiosi fortemente richiamati dal l'immagine utilizzata per la pubblicità”.*

Ne deriva che il progetto pubblicitario così come si è evoluto offende la sensibilità di milioni di credenti, coltiva nelle scuole italiane sentimenti di apartheid della religione cattolica, comunque discriminanti per i credenti, spinge i giovani ad una deriva culturale, veicola messaggi fuori regola su farmaci “etici” ad alto contenuto ormonale.

E' su questo punto che noi facciamo appello alla FNOMCeO: Siamo convinti che viene infranta la normativa prevista dall' art 54 del nostro codice deontologico, riguardante la pubblicità sanitaria su farmaci con particolari azioni abortive/contraccettive, non alieni dalla possibilità di creare problematiche che possono anche violare ogni tipo di progetto etico della persona.

Una pubblicità sanitaria di questo tipo viene elaborata da giovani minori, senza particolari consensi da parte dei genitori: Essa diventa davvero cruciale perché, prodotta da giovani, potrà colpire proprio quelle fasce deboli, ossia altri giovani, che dovrebbero essere maggiormente tutelati da una corretta informazione.

E' stato prodotto un messaggio altamente strumentale, lontano mille miglia dal vero sentire etico delle persone cui è rivolto.

Troviamo in questa iniziativa anche vilipendio alla religione cattolica, nonché oltraggio alle immagini di altissimo valore artistico e religioso.

In un momento di totale deriva etica segnalo un ulteriore dato importante: le società citate sono composte da medici e quindi sono rappresentative di medici che forse involontariamente, ma sicuramente e indirettamente, partecipano ad iniziative di educazione alla salute: Questa è un'iniziativa imprudente che certamente ha il compito commerciale di produrre spinte illusorie o consumistiche e bisogni sanitari che potranno indurre al consumo di farmaci in persone che non avranno garanzia di completa, esauriente informazione scientifica.

Auspico l'immediato intervento della FNOMCeO ad ogni livello, nonché l'assunzione, ove ritenuto giusto, di eventuali provvedimenti deontologici e/o disciplinari.

Bari, 18.6.2019



Prof. Filippo M. Boscia  
Presidente Nazionale AMCI