

Fertility day: la nuova campagna del Ministero della Salute

Il **"Fertility Day"** è stato istituito a partire da un documento del Ministero della Salute intitolato *"Piano nazionale per la fertilità"* (pubblicato nel maggio 2015). L'obiettivo del piano è *«informare i cittadini sul ruolo della Fertilità nella loro vita, sulla sua durata e su come proteggerla evitando comportamenti che possono metterla a rischio»*. Istituito il **22 settembre il "Fertility Day", Giornata Nazionale di informazione e formazione sulla Fertilità**, per la prima volta in Italia, si vuole sensibilizzare sul tema della fertilità e sul rischio della diminuzione delle nascite.

Secondo i dati (ISTAT, 2014) in Italia, infatti, il **tasso di fecondità** è piuttosto basso: è identico a quello di dieci anni fa e l'Istituto Superiore di Sanità ricorda che un calo "significativo ma graduale della fertilità" si verifica, in media, dopo i 32° anno di età.

Il polverone che nelle settimane precedenti si è alzato su più fronti non riguarda pertanto il tema ma la modalità con cui si è scelto di affrontare tali questioni. C'è chi ha parlato di un ritorno alle politiche dei regimi autoritari del '900 in cui si invitava la popolazione a fare figli per poter meglio servire lo Stato e chi ha storto il naso perché la campagna suscita indignazione su diversi fronti, proprio perché affronta un tema molto delicato e personale.

In primis non è stata gradita alle donne disoccupate (o ai loro compagni) che vorrebbero un figlio. Non è stata gradita alle donne (o agli uomini) sterili che non possono avere figli. E, a dirla tutta, sembra quasi volere discriminare le famiglie che hanno espressamente deciso di non avere figli o di averne uno soltanto o gli stessi figli unici, quasi fossero 'marchiati di una colpa' per non avere avuto un fratellino o una sorellina. Insomma, su diversi fronti si ritiene che questa campagna sia stata un clamoroso flop.

Altre sono le iniziative che ci saremmo aspettati dal Ministero della Salute in temi di forte attualità: ad esempio, **come sottoporsi alle forme di fecondazione assistita, obiettori e aborto, gravidanza precoce e maternità surrogata** giusto per citarne qualcuno. Senza dimenticare quanto sia ancora difficile, in Italia, per una donna decidere di diventare madre temendo di poter perdere il posto di lavoro.

Magari la maggior parte degli italiani aveva sperato che sarebbe stato un giorno in cui le coppie avrebbero fare (gratuitamente) degli **screening sulla fertilità**, proprio perché con dati alla mano, una coppia su cinque non riesce ad avere figli.



Ma ciò che ha fatto indignare il web è stato il messaggio lanciato attraverso una serie di cartoline-slogan, molto criticate sui social network e, ammettiamolo, di dubbio gusto.

Dunque, ricapitolando: è **giusto e nobile sensibilizzare, informare, prevenire. Quello che andrebbe rivisto sono i contenuti della campagna** (si dice costata ben 113mila euro) con una maggiore attenzione per il tema e ai destinatari, dato che le frasi di accompagnamento alle immagini come *“La bellezza non ha età, la fertilità sì”*, o *“Genitori giovani. Il modo migliore per essere creativi”* vanno a colpire soprattutto le donne single, le coppie in cerca di stabilità economica, le coppie omosessuali o i lavoratori e le lavoratrici che, semplicemente, non vogliono avere figli e non per questo devono sentirsi il dito puntato contro per scelte che attengono alla sfera intima della persona e che non possono ammettere alcuna ingerenza da parte dello Stato.



[F4CR network website](#) | [facebook](#) | [twitter](#) | [youtube](#)
f4crnetwork@gmail.com | [Skype: f4crnetwork](#)

ARCHIVIO F4CR Netletter