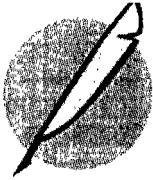


La fertilità si blocca col «chip»

Case farmaceutiche in lotta per allargare il mercato italiano dei contraccettivi. Ma le donne sembrano diffidenti su offerte pubblicitarie e luoghi comuni



In futuro, promettono le case farmaceutiche, le donne potranno finalmente smetterla di preoccuparsi per le gravidanze indesiderate e liberarsi dal peso (così antimoderno) della fertilità. In attesa di una soluzione per la sterilizzazione a tempo, un tasto che disattivi a comando la facoltà di rimanere incinte, ora anche in Italia è disponibile l'ultima novità in fatto di contraccezione. Si tratta di un bastoncino di qualche centimetro a rilascio ormonale, con tre mesi di efficacia, che il ginecologo impianterà sottopelle, sul braccio. Un po' come il chip utilizzato per rintracciare i cani, il frammento plastico delle meraviglie promette a tutte sonni tranquilli in cambio di un minimo disturbo: è possibile perfino chiederne la rimozione quando si cambia idea e si decide di avere figli, spiegano, e pare non lasci nemmeno cicatrici. Chissà che forse in questo modo, si augurano le aziende del settore, finalmente quelle indisciplinate delle italiane si decidano a cambiare: storicamente nel nostro Paese i contraccettivi proprio non attaccano.

Lungi dal pensare che si tratti di scelte personali consapevoli e legate a un'idea di affettività meno superficiale che altrove, la nostra Società di ginecologia e ostetricia, in sintonia con il marketing delle multinazionali, ripete da anni che siamo un esempio di arretratezza.

Per questo insieme con il contraccettivo a lungo termine sono stati presentati i dati di un sondaggio GfK Eurisko on-line su duemila donne fra i 18 e i 45 anni. Dalle cifre risulta che metà delle italiane non usa un contraccettivo, un terzo di loro perché vuole diventare mamma e due terzi perché «rischia». Poche usano sistemi ormonali (pasticche, cerotti e plastiche varie) ma non ne sono nemmeno troppo soddisfatte, tanto che in molte finiscono per abbandonarli. L'operazione di marketing è però compiuta soltanto

quando le cifre spiegano che le più felici sono quelle che hanno scelto la pillola, il confetto magico per sentirsi veramente libere (e a loro gli ormoni non hanno nemmeno fatto venire la cellulite).

Peggio, si fa per dire, andiamo sulla pillola del giorno dopo. Secondo i dati raccolti dall'associazione «Vita di donna» (che ha sede a Roma nella Casa internazionale delle donne, storica sede femminista dove ora si grida molto a favore del diritto all'aborto e alla Ru486) ad avere più dubbi sono le ragazze cattoliche del centro-sud Italia. O almeno questo è l'identikit dell'utente media di «Sos pillola del giorno dopo», il suo servizio di orientamento telefonico sulla contraccezione d'emergenza, emerso da un fiume di 8mila telefonate. In pratica, a sentire chi difende (e promuove) la pillola, le italiane sono ancora un po' retrograde e non sanno divertirsi, mentre dovrebbero aspirare a una vita senza ansie e pensieri, come quella delle modelle pubblicitarie. Perché in fondo la contraccezione chimica è soltanto un prodotto da piazzare sul mercato, da pubblicizzare con campagne di comunicazione massicce o subliminali, da inserire gradatamente nelle vite quotidiane. Un po' come le bibite dietetiche o il tonno in scatola.

di **Valentina Fizzotti**

