



Roma, 11 ottobre 2022 - È una doppia inaugurazione quella che vedrà coinvolta Venezia nei prossimi giorni: la Mostra sulla Storia della Pubblicità Farmaceutica per la Terapia del dolore e delle malattie reumatologiche e il Convegno dell'Istituto di Storia della Reumatologia prenderanno infatti il via in città il 14 ottobre, per proseguire fino al 28.

La sede è quell'Ospedale Civile di Venezia, che ospita l'Istituto di Storia della Reumatologia, fondato nel 2020 dalla Società Italiana di Reumatologia (SIR). Oggetto del convegno saranno la medicina di genere, declinata in particolare nella sfera femminile: saranno presentate ricerche storiche riguardanti le donne, le più colpite dalle malattie reumatologiche eppure quasi assenti nei documenti storici.

“Le malattie reumatologiche sono più di 150 e in Italia colpiscono più di 5 milioni e mezzo di persone. Agli inizi dell'800, invece, erano quasi sconosciute - commenta Roberto Gerli, Presidente Nazionale SIR

- con poche eccezioni come ad esempio la gotta, vista come una patologia 'aristocratica', in quanto correlata al consumo di carni rosse. Oggi, anche grazie al potente impatto della pubblicità, la conoscenza di queste malattie è molto più vasta. Basti pensare che il cortisone, uno dei farmaci che ha modificato gli esiti delle malattie reumatologiche, ha iniziato a essere usato nel 1948. Questo dimostra quanto la ricerca abbia permesso di cambiare notevolmente il panorama terapeutico, modificando in positivo le prognosi di milioni di persone. Quella dell'Istituto di Storia della Reumatologia è un'iniziativa innovativa, che permetterà di scoprire un secolo di manifesti e inserzioni pubblicitarie, dal 1850 al 1950".

“Siamo orgogliosi di promuovere un progetto così significativo - afferma Leonardo Punzi, Direttore dell'Istituto di Storia della Reumatologia - con l'obiettivo di promuovere l'importanza della pubblicità, nata a metà '800 e messa da subito al servizio della popolazione, bisognosa di numerosi farmaci, soprattutto antidolorifici. Le aziende produttrici, data la recente immissione dei prodotti sul mercato, hanno visto nella pubblicità un mezzo per la loro diffusione, con manifesti e inserzioni sulle testate più lette. A quei tempi gli analgesici erano derivati dell'oppio, tra cui morfina, eroina e cocaina, ma si ignoravano i loro effetti negativi e, anzi, si promuoveva il loro consumo anche tra i più giovani. Il primo antidolorifico 'moderno' fu l'aspirina, nata nel 1897, una vera e propria rivoluzione nel mercato farmaceutico, con un importante impatto anche sulle pubblicità dei medicinali”.

“Una delle armi più potenti contro le malattie reumatologiche è la diagnosi precoce - sottolinea Edgardo Contato, Direttore Generale Ulss3 - che può avvenire solo se si fa attenzione agli eventuali sintomi, ci si tiene sotto controllo e si conoscono le possibilità di contrarre queste patologie. Per questo la pubblicità è così importante: maggiore è l'informazione, maggiori sono i controlli e le opportunità di iniziare a curarsi prima che le malattie peggiorino. Oggi inaugurare queste iniziative significa mostrare ancora una volta l'efficienza della nostra struttura, da sempre impegnata per offrire a Venezia e ai suoi cittadini i servizi migliori, garantiti grazie alle competenze dei professionisti che vi operano, all'innovazione delle strumentazioni e alla grande disponibilità delle nostre persone, anche in un periodo complesso dal punto di vista sanitario come quello che stiamo vivendo nelle ultime settimane”.