



UN GRUPPO UN PERCHÈ? TUTTO QUELLO CHE BISOGNA SAPERE

Cos'è: è una campagna culturale e sociale che ha lo scopo di fornire informazioni sul tema ADHD* e tematiche affini. È una campagna culturale di dimensioni nazionali.

E' UNA CAMPAGNA: NON È UN'ASSOCIAZIONE O COMITATO !

***ADHD** = Attention Deficit Hyperactivity Disorder, che in italiano è "Disturbo da deficit di Attenzione e Iperattività".

Come si è formata: la campagna nasce dalla collaborazione tra varie Onlus, ha preso ufficialmente avvio nel Giugno 2006, con la stampa e la spedizione di centinaia di migliaia di copie di un opuscolo specifico intitolato « *Perché non accada anche in Italia* ». L'opuscolo è il **manifesto** della campagna ed è visibile online al sito della campagna stessa: www.perchenonaccada.org

Attualmente la Campagna è promossa da cinque differenti Associazioni Onlus: (**CCDU, CROCE GIALLO AZZURRA, GESEF, IL TEMPO DELLA PAROLA, PRIMUM NON NOCERE**).

Ogni decisione operativa è assunta dal Comitato Promotore, composto dai presidenti di ognuna delle cinque associazioni o più associazioni che via via entrano a far parte del Comitato promotore. Nessuna delle associazioni ha peso o potere maggiore delle altre nelle decisioni che esse prendono in merito alla campagna.

Chi siamo: La Campagna non è soggetta a direttive strategiche o ideologiche d'appartenenza alcuna, non è strumentalizzata, utilizzata come iniziativa di copertura o manifesto di qualsivoglia entità che sia politica, religiosa o altro.

Tra le Associazioni che promuovono la Campagna, è stato siglato un accordo molto preciso e dettagliato, che impedisce ogni possibile tentativo o abuso in questo senso, sia all'interno che all'esterno.

Al punto 9 comma a) del citato accordo tra le associazioni promotrici, è scritto: "*La campagna, in quanto promossa da varie associazioni umanitarie e di varia estrazione, non è associabile unicamente ad uno specifico gruppo, parte politica, religiosa o altro. Pertanto è da considerarsi Apartitica, Apolitica e non Confessionale*".

Per quanto ci risulta attualmente concorrono alla creazione della campagna "perché NoN accada" persone di destra, di centro e di sinistra, così come persone che non hanno nessun orientamento politico; cattolici, buddisti, scientologist, ebrei, atei e agnostici, ma l'elenco potrebbe essere assolutamente incompleto poiché non chiediamo a ciascuno a quale partito o religione eventualmente appartiene, non ritenendolo affatto fondamentale e non avendo pregiudizi in merito. Ogni associazione promotrice promuove e diffonde il messaggio della campagna attraverso copie dell'opuscolo "Perché non accada anche in Italia" che si distribuisce al pubblico gratuitamente, anche durante le iniziative autonome di ogni associazione.

Lo Scopo: fornire informazioni e formazione culturale sul tema ADHD e su tematiche affini, affinché i cittadini possano attuare scelte consapevoli. **CHI E' INFORMATO PUO' SCEGLIERE.**

Cosa chiediamo:

- Un fermo NO all'introduzione ed effettuazione nelle scuole italiane di test di domandine per effettuare screening di massa sull'ADHD o altre presunte malattie mentali.

- Il consenso informato per la somministrazione ai minori di farmaci che presentano gravi rischi per la salute di chi li assume, nonché di essere utilizzati come droghe e conseguentemente spacciati.

La campagna non è incentrata sull'abuso di psicofarmaci, di questo o quel genere, nei confronti dei bambini: sarebbe sufficiente leggere per capire... L'aspetto relativo a tale utilizzo è, a parere della direzione scientifico culturale della campagna: " *secondario*". La campagna non ha affatto un taglio "massimalista"; semplicemente la sua direzione scientifico culturale ha le idee molto chiare in merito all'oggetto ed alle questioni relative: le manifestazioni del comportamento umano non sono specifiche malattie; le ipotesi scientifiche non sono verità sino a quando non vengono provate; l'evidenza che qualcosa esiste non è contemporaneamente la spiegazione del fenomeno, ecc.

La Direzione scientifica:

Il taglio scientifico e culturale della campagna e quindi il messaggio, è affidato unicamente alla sua direzione scientifico – culturale, che è composta attualmente da 5 membri:

Dr. Elia Roberto Cestari - direttore scientifico – medico.

Prof. Thomas Szasz – Professore Emerito di Psichiatria; New York State University – Syracuse – USA.

Dr. Giorgio Antonucci – medico e psicanalista.

Dr. Regina Biondetti – medico e psicanalista.

Dr. Gianni Tagliapietra - psicanalista.

La trasparenza finanziaria:

La gestione economica della Campagna, sempre secondo l'accordo siglato tra le associazioni promotrici, è stata affidata sino al Giugno del 2007 all'Associazione "CESVIC Onlus"; da quella data e sino ad oggi è affidata **ALL'ASSOCIAZIONE "PRIMUM NON NOCERE ONLUS"**. Nessuna altra associazione o ente ha mai avuto gestione di fondi relativi alla campagna stessa. I bilanci vengono messi periodicamente on-line sul sito web della campagna: www.perchenonaccada.org

Le iniziative della campagna: la campagna prosegue con ulteriori stampe del medesimo opuscolo, di nuove versioni (più semplici o più complesse, al fine di poter informare a vari livelli culturali) e con ulteriori iniziative sempre di grande impatto e visibilità che sono già state programmate.

E' attivo il sito web: www.perchenonaccada.org

Il 27 Ottobre, 2006 è stato tenuto un evento di gala al Teatro alla Scala di Milano, dedicato alla campagna;

Il 12 Novembre, 2007 abbiamo tenuto un altro evento di gala, al Teatro dell'Opera di Roma.

Il 16 ottobre 2008 Pubblicazione del primo Libro a Fumetti di Lupo Alberto, dedicato da Silver alla campagna.

I risultati ottenuti:

- La Regione Piemonte e la Provincia autonoma di Trento hanno già approvato un testo di legge che, oltre ad un esplicito consenso informato, vieta la somministrazione di test psicopatologici nelle scuole d'ogni ordine e grado.

- Identica proposta di legge è stata avanzata in altre 9 Regioni italiane, alla Camera e al Senato della Repubblica.

- Molti grandi artisti e sportivi italiani hanno aderito alla campagna, così come molte associazioni ed enti.

- Milioni di cittadini italiani sono informati e in grado di fare scelte consapevoli su un tema così delicato.

Per ogni ulteriore questione consigliamo di leggere con attenzione l'opuscolo della campagna e di visitare il nostro sito web.