



Umanità e Ragione

**STUDENTI
CONTRO IL
GREEN PASS
Salerno**

Salerno, lì 05/02/2022

AGCOM
agcom@cert.agcom.it

Consiglio Nazionale Utenti
Presidente Sig.ra Sandra Cioffi
agcom@cert.agcom.it

Codacons
ufficiolegale@codacons.org

Commissione Vigilanza RAI
Presidente Senatore
Alberto Barachini
alberto.barachini@senato.it

Ordine dei Giornalisti
consigliodisciplina@pec.cnog.it

Ministero della Salute
seggen@postacert.sanita.it

OGGETTO: sistematica violazione delle garanzie di informazione riconosciute all'utenza in materia di comunicazione pubblicitaria di farmaci in relazione alla campagna vaccinale "anti sars-Cov2" e ai programmi televisivi aventi ad oggetto la campagna vaccinale medesima.

Le nostre televisioni, e così gli altri mezzi di comunicazione, rigurgitano da mesi informazioni relative alla pandemia e al ruolo salvifico della campagna vaccinale.

I media traboccano altresì da tempo di **contenuti lesivi della dignità della persona**, nonché delle minoranze che dissentono dall'introduzione del green pass e dall'obbligo vaccinale per i vaccini antiCovid: si tratta, senza ombra di dubbio, di una **sistematica campagna di incitamento all'odio**, al punto che risultano presentate numerose querele presso le varie procure d'Italia nei confronti alcuni dei protagonisti di questa intensa e capillare diffusione di informazioni i quali non lesinano giudizi negativi e offensivi nei confronti dei propri contraddittori.



STUDENTI
CONTRO IL
GREEN PASS
Salerno

Umanità e Ragione

A questo proposito biasimiamo AGCOM che, a quanto ci risulta, è rimasta inerte sino ad oggi, colpevolmente osiamo dire, dal momento che l'Agenzia non necessita di una sollecitazione di parte e che i gravi fatti esposti sono sotto gli occhi di tutti.

Omessa dunque una sterile *captatio benevolentiae*, veniamo all'oggetto della presente istanza volta *in primis* a chiedere chiarimenti a tutti i soggetti in indirizzo e, se del caso, interventi immediati e risolutivi da parte di tutti i soggetti titolati a procedere.

La comunicazione pubblicitaria relativa alla campagna vaccinale viola il Dlgs. 219/2006 e così la Direttiva CE 2001/83, né risulta che tale disciplina sia stata derogata espressamente dalla spasmodica *hybris* normativa del Governo.

In base all'art. 115 commi 2 e 4 Dlgs. 219/2006 è ammessa la pubblicità in relazione a campagne di vaccinazione anche qualora i farmaci siano a carico del Servizio Sanitario Nazionale. A tale tipologia di "campagna pubblicitaria" si applica l'intero decreto, fatte salve le deroghe esplicitamente previste tra cui l'art. 117 comma 1 lett. d): in pratica, solo per i vaccini è lecito indurre il pubblico a ritenere che il mancato uso del medicinale possa avere effetti pregiudizievoli sul normale stato di buona salute del soggetto.

Sin qui *nulla questio*.

Alla campagna vaccinale si applicano le regole previste per tutti i farmaci da banco (in quanto per i farmaci soggetti a prescrizione la pubblicità è vietata *tout court* con l'eccezione, appunto, dei vaccini), e quindi la pubblicità di un medicinale: a) deve favorire l'uso razionale del medicinale, presentandolo in modo obiettivo e senza esagerarne le proprietà; b) non può essere ingannevole (art. 114 Dlgs. Cit.).

Più nello specifico l'art. 116 prescrive che la pubblicità di un medicinale presso il pubblico

a) è realizzata in modo che la natura pubblicitaria del messaggio è evidente e il prodotto è chiaramente identificato come medicinale;

b) comprende almeno: ... 3) un invito esplicito e chiaro a leggere attentamente le avvertenze figuranti, a seconda dei casi, nel foglio illustrativo o sull'imballaggio esterno; ...

L'art. 117 invece sancisce cosa il messaggio pubblicitario rivolto al pubblico NON deve contenere (La pubblicità presso il pubblico di un medicinale **non può contenere alcun elemento che**):

b) **induce a ritenere l'efficacia del medicinale priva di effetti indesiderati ...**

c) induce a ritenere che il medicinale possa migliorare il normale stato di buona salute del soggetto;

e) si rivolge esclusivamente o prevalentemente ai bambini;



**STUDENTI
CONTRO IL
GREEN PASS
Salerno**

Umanità e Ragione

f) comprende una **raccomandazione di scienziati**, di operatori sanitari o di **persone largamente note al pubblico**;

l) fa riferimento in modo improprio, impressionante o ingannevole a attestazioni di guarigione;

m) utilizza in modo improprio, *impressionante* o ingannevole rappresentazioni visive delle alterazioni del corpo umano *dovute a malattie* o a lesioni, oppure dell'azione di un medicinale sul corpo umano o su una sua parte.

2. Parimenti, in coerenza con quanto previsto dall'articolo 116, comma 1, lettera a), **non è consentita la divulgazione di messaggi e di testi il cui intento pubblicitario è occultato** dalla ridondanza di altre informazioni.

Prima di procedere, qualora ve ne fosse la necessità, a suggerire qualche fulgido esempio di informazione pubblicitaria ingannevole e/o illegittima a norma della disciplina di riferimento, precisiamo che la censura non riguarda unicamente gli spot della campagna vaccinale, ma l'informazione tutta, dai telegiornali, ai salotti televisivi, dalla radio alla carta stampata.

Infatti dal tenore letterale dell'art. 113 Dlgs.219/2006 si evince che “Ai fini del presente titolo si intende per «pubblicità dei medicinali» **qualsiasi azione d'informazione**, di ricerca della clientela o **di esortazione, intesa a promuovere la prescrizione**, la fornitura, la vendita o il **consumo di medicinali**...” Va detto che “non forma oggetto del presente titolo ... d) le informazioni relative alla salute umana o alle malattie umane, **purché non contengano alcun riferimento**, neppure indiretto, **a un medicinale**.”

Lapalissiana la violazione dell'art. 117 lett. e) della campagna pubblicitaria relativa alla somministrazione dei vaccini nella fascia di età 5-11 anni, già oggetto di una nostra segnalazione all'Autorità garante per l'infanzia e l'adolescenza.

Ciò che più colpisce è la costante esclusione dai palinsesti dell'argomento riguardante gli effetti collaterali dei vaccini anti-Covid: gli studi relativi agli effetti collaterali sono innumerevoli, e l'enumerazione degli stessi non fa che aumentare all'interno dei “bugiardini”. Ciò non toglie che l'informazione al pubblico sia trasparente e completa, e riguardi anche, ma non solo, gli effetti collaterali.

Un altro aspetto davvero preoccupante è l'utilizzo sistematico da parte delle trasmissioni televisive, ma anche dai semplici Tiggì, delle parole “immunizzazione” e “immunizzati”: nell'accezione comune immunizzare significa “Rendere immune da una malattia”.

E' di palmare evidenza che la scelta comunicativa induce falsamente le persone a ritenere di essere protette da qualsiasi rischio di contrarre la malattia, e quindi di diffonderla: non solo una simile comunicazione viola l'art. 114 lett. b) e l'art. 117 lett. m) ma ha determinato un falso senso di sicurezza alla base, noi crediamo, del dilagare del contagio soprattutto tra persone vaccinate (vedasi Report Estesio ISS - del 19 gennaio 2022).



**STUDENTI
CONTRO IL
GREEN PASS
Salerno**

Umanità e Ragione

Parimenti le esortazioni delle “virostar” a “vaccinarci tutti” viola l’art. 117 lett. f) dal momento che il messaggio per come veicolato integra il vero e proprio marketing, per non dire la Propaganda di Stato, peraltro dallo stesso finanziato con centinaia di migliaia di euro.

Parimenti non sono conformi ai canoni di correttezza nei confronti del pubblico i messaggi pubblicitari realizzati reclutando (e presumibilmente pagando) personaggi popolari come Amadeus, Mara Venier, Paolo Bonolis, Federica Pellegrini, Roberto Mancini, Francesco Pannofino, Marcell Jacobs, Ambra Angiolini, J-Ax.

<https://www.informazioneeditoria.gov.it/it/attivita/comunicazione-e-informazione-istituzionale/le-campagne-di-comunicazione-del-governo/campagne-xviii-legislatura/vaccinazione-anti-covid-19-con-il-vaccino-vinciamo-insieme/>

Riteniamo che questi messaggi siano a una distanza siderale dall’Informazione (con la “I” maiuscola) che dovrebbe appunto rispettare i canoni sopra citati di verità, trasparenza, completezza.

Visto l’onere dell’AGCOM di vigilare con diligenza sui contenuti lesivi della dignità umana e delle minoranze, che contengano incitamento all’odio, nonché sulle violazioni di legge in danno dei consumatori e degli utenti, ci attendiamo una immediata pubblica stigmatizzazione del far west che imperversa oggi nei media italiani.

Con i migliori saluti.

Associazione Umanità e Ragione

Studenti contro il Green Pass Salerno

Il Presidente