

Una rete di persone normali che insieme fanno cose straordinarie

Il Centro Nazionale Trapianti a Lucca *Comics&Games*

Massimo Cardillo

Direttore del Centro Nazionale Trapianti, Roma.

Pervenuto il 18 ottobre 2019.

La presenza del Centro Nazionale Trapianti (CNT) a Lucca *Comics&Games* 2019 è il frutto, come tante volte ho visto accadere nel mio lavoro, dell'incontro e della collaborazione tra persone e professionalità diverse. Gli effetti di questo incontro sono l'esempio migliore di quello che è la Rete nazionale trapianti, di come agisca e di come funzioni. Per questo lo voglio raccontare.

In occasione della Giornata Nazionale della donazione di organi, tessuti e cellule 2019, Cristina, una ragazza due volte trapiantata di cuore, ha accettato di raccontare la sua storia al grande pubblico e di essere una testimonial dell'efficacia del trapianto. Cristina è una bella persona, giovane, entusiasta e combattiva e la sua storia è una testimonianza potente.

Dal nostro incontro è nata una collaborazione tra il CNT, Lucca Crea e Ristogest, e dopo qualche settimana avevamo già un progetto concreto su cui lavorare e da proporre a Lucca *Comics&Games* 2019: realizzare un'esposizione delle Campagne di comunicazione su tema di donazione e trapianto che avessero come testimoni dei personaggi dei fumetti o dei supereroi.

Salvare la vita degli altri è una prerogativa dei supereroi con i loro superpoteri, si sa. Quello che molti non sanno è che tutti abbiamo il potere di diventare il supereroe di qualcuno dicendo sì alla donazione di organi, tessuti e cellule, per esempio dichiarando la propria volontà positiva al momento del rinnovo della carta d'identità o firmando una dichiarazione. È una scelta che hanno già compiuto oltre sei milioni di cittadini italiani e che ogni anno permette di salvare quasi 3500 vite grazie ai trapianti.

Con questa consapevolezza nell'arco di pochi mesi si è generato un circolo virtuoso di collaborazioni che ha portato alla realizzazione della mostra "Becoming Human: be a hero. Donatori: straordinariamente umani, semplicemente eroi".

La mostra è stata inaugurata il 30 ottobre da uno dei più importanti fumettisti italiani, l'autore Disney Giorgio Cavazzano. Tra le campagne esposte ci sono quella realizzata da Pubblicità Progresso per Aido con alcuni dei personaggi più celebri di Bonelli come Dylan Dog, Martin Mystère, Nathan Never e Tex; quella che quest'anno ha visto i Transformers scendere

in campo con Admo per la donazione di midollo; la campagna del Ministero della Salute "Per salvare una vita non servono superpoteri. Basta una firma".

La mostra include anche alcune campagne internazionali che richiamano tutte alla possibilità per ciascuno di noi di diventare il supereroe di qualcun altro. Accanto a Superman, Wonder Woman, Capitan America ci sono anche Emma, Giorgio, Paola, Alessandro, Gaia, Mario e tutti quelli che con il loro sì alla donazione di organi, tessuti e cellule potrebbero salvare la vita di Giovanni, Enrica, Lucio, Monica, Giulio, Luisa... Straordinariamente umani, semplicemente eroi.

L'impegno del CNT, l'entusiasmo di Lucca Crea e Ristogest, da quest'anno partner di "Diamo il meglio di noi", la collaborazione di istituzioni e associazioni nazionali e internazionali, il coinvolgimento dell'Organizzazione toscana trapianti, dei coordinatori locali e delle associazioni di settore sul territorio ci hanno permesso di essere all'interno di una manifestazione importante, rivolta ad un pubblico di giovani, e di poter avere uno spazio di riflessione sull'importanza della comunicazione sociale e del tema della donazione con modalità meno convenzionali.

La nostra presenza a Lucca *Comics&Games* 2019 è stata possibile grazie alla costruzione di un network che si è impegnato, a vario titolo, nella promozione della cultura della donazione di organi, tessuti e cellule, con lo scopo ultimo di aumentare il numero delle donazioni e dei trapianti nel nostro Paese. Questo approccio ricalca l'impegno e lo spirito di collaborazione che muove il CNT e la Rete trapiantologica da venti anni, dal 1 aprile 1999. L'augurio è di continuare a fare rete e di migliorarci.

Questa esperienza, che ci ha visti protagonisti dal 30 ottobre al 3 novembre nella città delle 100 chiese, ci ha permesso di aprire con entusiasmo le celebrazioni per i 20 anni della rete che si sono conclusi a Roma nel mezzo degli Stati Generali della Rete trapiantologica che hanno avuto inizio il 6 di novembre scorso con una cerimonia dedicata al Ventennale.

Ai lettori della rivista *Trapianti* offriamo un assaggio della mostra pubblicando le immagini delle campagne selezionate.



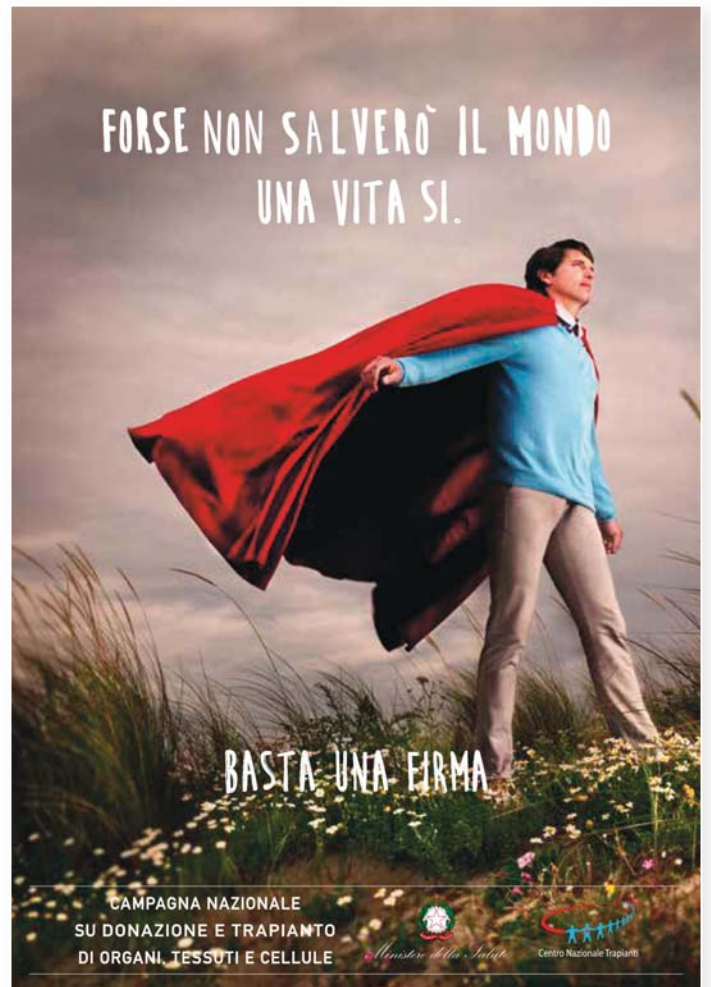
Tu puoi dare la vita

Dal 1971 la Fondazione Pubblicità Progresso contribuisce a progetti di comunicazione sociale per sensibilizzare l'opinione pubblica su temi civili, culturali ed educativi. Per "Tu puoi dare la vita", campagna realizzata per AIDO, sono stati scelti dei testimonial d'eccezione con l'obiettivo di "far diventare cool" donare gli organi. Anche Tex, Zagor, Martin Mystère, Dylan Dog e Nathan Never hanno la carta del Donatore AIDO e, oltre alla loro volontà, dichiarano anche che "per iscriversi al club più prestigioso d'Italia non bisogna essere eroi".

Anno: 2012

Credits: Campagna Nazionale di Pubblicità Progresso per Associazione Italiana Donatori di Organi (AIDO).





Per salvare una vita non servono i superpoteri. Basta una firma

Nel 2013 il concorso "Socially Correct" per studenti delle scuole di arte e comunicazione doveva ideare una campagna sociale per il Ministero della Salute per sensibilizzare sul tema della donazione di organi, tessuti e cellule e informare i cittadini sulle modalità di dichiarazione della volontà. "Donare gli organi – una scelta ti rende speciale" è il concetto chiave della campagna vincitrice che dice: "Per salvare una vita non occorre essere super eroi, basta scegliere di donare gli organi".

Anno: 2014

Credits: Campagna Nazionale su Donazione e Trapianto di Organi, tessuti e cellule promossa dal Ministero della Salute e dal Centro Nazionale Trapianti in collaborazione con le associazioni nazionali di settore.



C'è un eroe in ognuno di noi

I Transformers, i robot umanoidi alieni che prendono le sembianze di automobili, sono i testimonial della campagna di sensibilizzazione "C'è un eroe in ognuno di noi - More Than Meets the Eye" per sostenere la mission di ADMO, l'Associazione Donatori Midollo Osseo. Quello che vediamo, in realtà, non è mai come sembra. Come Optimus Prime, Bumblebee e tutti gli altri Transformers, tutti in fondo siamo degli eroi nascosti e possiamo salvare una vita.

Anno: 2019

Credits: Campagna Sociale Hasbro per Associazione Donatori di Midollo Osseo (ADMO).



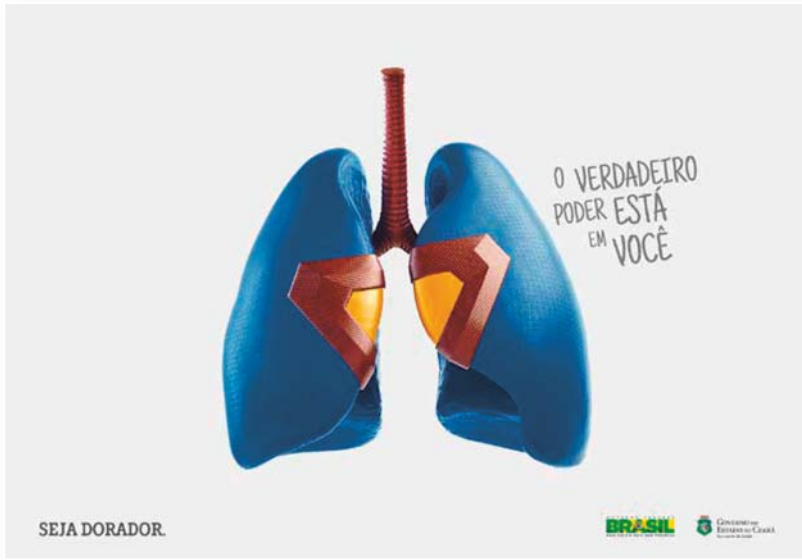
Heroes aren't born. They are registered

Mettere al centro chi registra la propria volontà alla donazione di organi, tessuti e cellule e farne i testimonial. Questa è stata la scelta fatta dalla Kidney Foundation of Canada per ringraziare e indicare come esempio di ordinario eroismo tutti i cittadini che hanno registrato la loro volontà. L'iniziativa è inclusa sotto il cappello della più ampia campagna "Saving Lives Through Organ Donation" che ha previsto la nascita dalla League of Super Heroes!

Anno: 2015

Credits: Campagna della Kidney Foundation of Canada.





O verdadeiro poder está en você

Per celebrare la Settimana nazionale delle donazioni di organi, l'agenzia Propeg ha creato una campagna per il governo dello Stato di Ceará con la suggestiva rappresentazione di organi-supereroi con lo slogan "Il vero potere è in te". La donazione di organi è un atto nobile che può salvare vite umane. Spesso, il trapianto di organi può essere l'unica possibilità terapeutica per una paziente ed è sicuramente l'opportunità di un nuovo inizio.

Anno: 2013

Credits: Campagna del Governo do Estado da Ceará (Brazil).

BECOME A SUPERHERO! DONATE YOUR TISSUES AND CELLS

MANY TYPES OF TISSUES AND CELLS CAN BE DONATED

www.coe.int/organ-donation
#BecomeASuperhero #OrganDonation #EODD2018

13 October 2018
SUPPORT THE EUROPEAN DAY FOR ORGAN DONATION AND TRANSPLANTATION (EODD)

edqm
European Directorate for the Quality of Medicines & HealthCare
Direction européenne de la qualité des médicaments & de la santé

COUNCIL OF EUROPE
CONSEIL DE L'EUROPE

BE READY TO SAVE LIVES, BECOME A SUPERHERO!

IN EUROPE 5 PATIENTS DIE EVERY DAY WAITING FOR A LIVER

22 491 PATIENTS AWAITING LIVER TRANSPLANT IN 2016

9 839 LIVES WERE SAVED THANKS TO LIVER DONATION

www.coe.int/organ-donation
#BecomeASuperhero #OrganDonation #EODD2018

13 October 2018
SUPPORT THE EUROPEAN DAY FOR ORGAN DONATION AND TRANSPLANTATION (EODD)

edqm
European Directorate for the Quality of Medicines & HealthCare
Direction européenne de la qualité des médicaments & de la santé

COUNCIL OF EUROPE
CONSEIL DE L'EUROPE

BE READY TO SAVE LIVES, BECOME A SUPERHERO!

IN EUROPE 10 PATIENTS DIE EVERY DAY WAITING FOR A KIDNEY

103 798 PATIENTS AWAITING KIDNEY TRANSPLANT IN 2016

26 153 LIVES WERE SAVED THANKS TO KIDNEY DONATION

www.coe.int/organ-donation
#BecomeASuperhero #OrganDonation #EODD2018

13 October 2018
SUPPORT THE EUROPEAN DAY FOR ORGAN DONATION AND TRANSPLANTATION (EODD)

edqm
European Directorate for the Quality of Medicines & HealthCare
Direction européenne de la qualité des médicaments & de la santé

COUNCIL OF EUROPE
CONSEIL DE L'EUROPE

Be Ready to Save Life

La campagna per la Giornata Europea della Donazione degli Organi (EODD) è incentrata sull'idea che ognuno di noi è un potenziale donatore e che la donazione è un atto di generosità che offre ad un'altra persona una seconda chance di vita. Il richiamo ai supereroi, che di norma dedicano il loro tempo e la loro forza a chi ne ha più bisogno, sottolinea come ognuno di noi può essere pronto a salvare la vita di chi ne ha bisogno.

Anno: 2018

Credits: Campagna per la Giornata europea della Donazione di Organi del Consiglio d'Europa - European Directorate for the Quality of Medicines (EDQM).