



UNO SPOT CHE COLPISCE
Uscite di casa rallentate dal montascale (a fianco), parcheggio "rubato" dallo spazio riservato ai disabili... Checco Zalone, 39, mostra, senza buonismo, come un ragazzo malato di atrofia muscolare spinale gli ha cambiato la vita. Così (più a sinistra) via sms dona soldi per la ricerca sperando che guarisca. Così poi...

Sensibilizzare con la pubblicità aiuta la ricerca?

CHECCO ZALONE HA FATTO COMMUOVERE E RIDERE 5 MILIONI DI ITALIANI IN UN SOLO GIORNO ATTIRANDO L'ATTENZIONE SULL'ATROFIA MUSCOLARE SPINALE



RISPONDE Vincenzo Silani
direttore del Laboratorio di Neuroscienze dell'IRCCS Istituto Auxologico Italiano

Si, sicuramente. Viviamo in un mondo mediatico in cui i mezzi di informazione esercitano un ruolo molto importante per cui, se utilizzati in modo efficace, possono solo aiutare la ricerca scientifica.

Un esempio è quello di "Ice Bucket Challenge", cioè la campagna di secchiate di acqua gelata pro SLA (Sclerosi laterale amiotrofica), partita nel luglio del 2014 dagli Stati Uniti e diventata immediatamente virale. Ebbene, questa "virtuosa catena di Sant'Antonio" ha permesso di raccogliere oltre 100 milioni di dollari solo in America investiti per l'assistenza, ma anche e, soprattutto, per la ricerca utile a combattere la malattia. E proprio grazie a questi fondi sono stati possibili i nostri studi presso l'IRCCS Istituto Auxologico Italiano

e il Centro "Dino Ferrari" dell'Università degli Studi di Milano. I due lavori, riguardanti la SLA familiare e la SLA sporadica (non familiare) e recentemente pubblicati sulla prestigiosa rivista *Nature Genetics*, hanno costituito un importante successo a livello internazionale e un tassello fondamentale per la ricerca e la cura della SLA. Più precisamente, è stato identificato un gene, il gene NEK1, quale significativamente associato alla patologia nelle forme familiari. Di grande rilevanza anche il lavoro riguardante la genetica della SLA non familiare.

