



## L'influenza invisibile

Tutti noi conosciamo i segnali visibili della sponsorizzazione dei seminari, congressi e conferenze scientifiche generosamente finanziate dalle grandi compagnie del farmaco: i rappresentanti sorridenti, i loghi colorati delle compagnie, gli stand promozionali nelle sale espositive.

Ma è difficile rendersi conto della possibile influenza invisibile, che sembrerebbe invece spingersi molto più in là di quanto si possa immaginare. Le informazioni diffuse dal programma Background Briefing organizzato dalla Australian Broadcasting Corporation ([www.abc.net.au/rn/backgroundbriefing/](http://www.abc.net.au/rn/backgroundbriefing/)), riprese e commentate da Ray Moynihan in un recente articolo sul *BMJ* (1), offrono un raro sguardo dietro le quinte della formazione medica sponsorizzata.

I documenti e le e-mail trapelati da svariate fonti riguardo HealthEd, un famoso fornitore di educazione medica in Australia, dimostrano che non è insolito che le compagnie del farmaco suggeriscano gli oratori degli eventi formativi, anche se questi ultimi vengono proposti ai medici assicurandoli che i contenuti sono indipendenti dall'influenza delle industrie.

Gli organizzatori della HealthEd, difendono strenuamente la loro totale indipendenza, argomentando che i suggerimenti delle industrie vengono "filtrati" da gruppi di lavoro della compagnia o da commissioni scientifiche, che normalmente includono due o tre medici che prendono decisioni in modo completamente indipendente dagli sponsor.

Il gruppo Medicines Australia, che rappresenta le industrie del farmaco, ha confermato l'abitudine di accogliere consigli da parte degli sponsor per la selezione degli oratori. Abitudine ribadita da Richard Tiner, direttore medico dell'Associazione delle Industrie Farmaceutiche Britanniche che, durante un'intervista rilasciata al *BMJ*, ha affermato che gli organizzatori della formazione possono chiedere ai loro sponsor "Chi suggerireste che invitassimo per parlare di questo argomento?".

L'industria del farmaco ritiene che la possibilità di suggerire gli oratori non comprometta l'indipendenza della formazione medica, poiché i fornitori della formazione hanno l'ultima parola su chi potrà effettivamente parlare. Tuttavia ammettono che, per trasparenza, i medici dovrebbero essere completamente ed esplicitamente informati quando un oratore è suggerito dallo sponsor.

Des Spence, del gruppo *No Free Lunch* del Regno Unito, ha accolto con favore il richiamo a una maggiore trasparenza ma pensa che, in pratica, questo tipo di chiarezza non ci sarà mai. Secondo Spence gli eventi sponsorizzati sono "marketing mascherato da formazione" e "non è accettabile che l'industria possa sponsorizzare la formazione". Le evidenze disponibili suggeriscono che la sponsorizzazione di eventi formativi possa determinare un aumento di vendite dei prodotti dello sponsor (2).

David Blumenthal, dell'Università di Harvard, fa presente che l'industria investe nella formazione medica per avere un ritorno. "Per quale motivo una compagnia che si basa sul profitto, almeno in questo paese (gli Stati Uniti), dovrebbe investire più di un miliardo di dollari all'anno nella formazione medica senza guadagnarci niente in cambio?".

Il suggerimento dello sponsor, tenderà a selezionare persone che, dal punto di vista della compagnia, favoriscono i loro farmaci o, quantomeno, non sono in chiara contraddizione con i messaggi di marketing. Il problema non è che l'oratore possa modificare la propria presentazione a seconda del parere dello sponsor, ma che i medici non abbiano una visione completa del prodotto, in un contesto formativo che credono indipendente dall'influenza dell'industria.

Tratto dalla rassegna stampa di [www.giulemanidaibambini.org](http://www.giulemanidaibambini.org)

Campagna sociale nazionale  
contro gli abusi nella prescrizione  
di psicofarmaci a bambini ed adolescenti



In un articolo del 2006 Blumenthal e colleghi chiesero alle Università di medicina degli Stati Uniti di porre fine alle sponsorizzazioni delle attività di aggiornamento da parte delle case farmaceutiche e suggerirono la creazione di un "blind trust" per finanziare la formazione a livello istituzionale (3). Altri, come Peter Mansfield di HealtySkepticism, un gruppo critico sul marketing dei farmaci, hanno proposto che la formazione medica venga finanziata attraverso la tassazione pubblica, istituendo una selezione competitiva delle proposte formative in base alla loro qualità.

La supervisione degli eventi formativi è attualmente auto-regolata e le istituzioni sembrano disinteressate a garantirne l'indipendenza. Forse le recenti rivelazioni arrivate dall'Australia, e la conferma da parte della stessa industria che il suggerimento degli oratori da parte degli sponsor non sia "insolito", renderanno più stringente la necessità di ottenere maggiore indipendenza per la formazione, o quantomeno maggiore trasparenza.

da Moynihan R. *The invisible influence*. *BMJ* 2008; 336:416-417.  
accessibile online <http://www.bmj.com/cgi/reprint/336/7641/416>

*Traduzione e sintesi a cura di:*  
**Luisella Grandori - Pediatra, Modena**  
**Coordinatrice de gruppo No grazie, pago io!**  
[www.nograziepagoio.it](http://www.nograziepagoio.it)

#### **Riferimenti:**

- 1) Moynihan R. *The invisible influence*. *BMJ* 2008; 336:416-417.
- 2) Lexchin J. Interactions between physicians and the pharmaceutical industry: what does the literature say? *CMAJ* 1993;149:1401-7.
- 3) Brennan TA, Rothman DJ, Blank L, Blumenthal D et al. Health industry practices that create conflicts of interest: a policy proposal for academic medical centers. *JAMA* 2006;295:429-33.