

Limiti alla pubblicità di farmaci negli Usa? Congresso al bivio

La notizia. Una proposta di legge presentata al Congresso degli Stati Uniti intende dare alla Food and Drug Administration (FDA) la facoltà di bloccare le campagne pubblicitarie dirette al pubblico riguardanti farmaci di nuova produzione. Sta per tramontare un'era negli Stati Uniti? Se lo domanda il *New England Journal of Medicine*. Ma le numerose eccezioni di costituzionalità avanzate al riguardo fanno pensare di no.

Il dibattito. La messa al bando delle pubblicità direct-to-consumer dei farmaci è tra l'altro una misura popolare: un recente sondaggio di Consumer Reports ha stimato che il 59 per cento della popolazione statunitense 'approverebbe fortemente' il divieto di pubblicità per farmaci con problemi accertati nel profilo di sicurezza. Ma non sono poche le perplessità sulla costituzionalità di un provvedimento legislativo simile in un sistema così fortemente caratterizzato in senso liberale come quello degli Stati Uniti. "Se il Congresso davvero ha intenzione di varare una legge del genere", suggerisce Robert Post, giurista della Yale Law School, "deve trovare un modo differente di approcciarsi al problema". La discussa norma è contenuta in due proposte di legge sulla sicurezza dei farmaci redatte dai senatori Robert Kennedy, Henry Waxman e Edward Markey (Partito Democratico) e Michael Enzi (Partito Repubblicano). Si prevede l'apposizione sulle confezioni di farmaci in commercio da meno di 2 anni di un simbolo che avverta che la pubblicità al pubblico è vietata fino allo scadere di questo 'periodo di sicurezza'. Lo scopo? Proteggere il più possibile il pubblico dall'esposizione a farmaci sulla sicurezza dei quali "la documentazione non è ancora completa". Gli esperti di Diritto giurano che una limitazione di questo genere non ha alcuna speranza di superare il giudizio di una Corte Usa, come numerose sentenze passate dimostrerebbero. "Se ho il diritto costituzionale di sapere dove si vende tabacco e di sapere il prezzo dell'alcol, non vedo perché non devo avere il diritto costituzionale di ricevere informazioni commerciali su un prodotto che la FDA ha certificato come sicuro", spiega Daniel Troy, un celebre avvocato di Washington, consulente legale dell'FDA dal 2001 al 2004. Scott Lassman della PhRMA (Pharmaceutical Research and Manufactures of America) ha già bollato pubblicamente il progetto di legge come incostituzionale, e ha ricordato che le linee-guida PhRMA prevedono che le aziende farmaceutiche informino accuratamente i medici prima di proporre loro nuovi farmaci. "Peccato che queste linee-guida", chiosa Miriam Schuchman del *New England Journal of Medicine*, "non dicano nulla su quanto tempo occorre attendere prima di avviare campagne pubblicitarie direct-to-consumer riguardanti un farmaco appena messo sul mercato".

Bibliografia. Shuchman M. Drug risks and free speech – Can Congress ban consumer drug ads? *N Engl J Med* 2007; 356(22):2236-39.

A cura de Il Pensiero Scientifico Editore 31/05/2007 13.24.00