



Disease Mongering, conversazione con Luca Poma e Paolo Roberti di Sarsina

Fonte: Agenzia Radicale - di MAURIZIO MOTTOLA

Venerdì 9 ottobre 2009 si è svolto al Palazzo Tursi di Genova il convegno **Disease Mongering in età pediatrica: dai bambini "diversamente vivaci" al marketing del farmaco**, organizzato da *Giù le Mani dai Bambini*, in collaborazione con il Comune di Genova e con il patrocinio di Regione Liguria, Provincia e Comune di Genova, Federazione Nazionale Ordini dei Medici Chirurghi e Odontoiatri (FNOMCeO) ed Ordine dei Medici di Genova. Una tavola rotonda sull'invadenza degli interessi del comparto pharma, pur senza dimenticare che tali prodotti salvano vite ed hanno allungato le aspettative di esistenza dell'uomo nell'ultimo secolo, ha avuto qualificati interventi e relazioni.

Tra i relatori del convegno abbiamo posto alcune domande al giornalista **Luca Poma**, portavoce di *Giù le Mani dai Bambini*, ed allo psichiatra **Paolo Roberti di Sarsina**, esperto di bioetica e di Medicine Non Convenzionali del Consiglio Superiore di Sanità.

Che cosa è il Disease Mongering e quando e come è stato individuato ?

(**Luca Poma**) - E' una tecnica di marketing, viene utilizzata dalle multinazionali farmaceutiche: nei casi più estremi per inventare delle patologie per poi commercializzare dei farmaci, in quelli meno estremi per ampliare a dismisura i criteri diagnostici di una patologia che esiste realmente sempre per poter vendere più farmaci. Se ne è sempre avuta la percezione, ma da un paio d'anni il dibattito si è acceso anche sulla stampa scientifica internazionale. E' a rischio l'indipendenza dell'intera classe medica

(**Paolo Roberti di Sarsina**) - Tecnica di marketing utilizzata dalle multinazionali farmaceutiche nei casi più estremi per inventare delle patologie per poi commercializzare dei farmaci, in quelli meno estremi per ampliare a dismisura i criteri diagnostici di una patologia che esiste realmente sempre per poter vendere più farmaci. La leva principale sulla quale si agisce per fare affari quando si parla di salute è la paura ed il senso del rischio che spesso sono alimentati da una asimmetria delle informazioni: in sostanza i cittadini sanno poco o nulla e sono quindi vulnerabili alla quantità e qualità di informazioni che vengono fornite loro. La maggiore espressione di questo meccanismo è appunto il Disease Mongering ovvero il "commercio delle malattie": si tratta di creare paura diffusa amplificando dei disturbi che diventano vere e proprie malattie, inventando di sana pianta delle malattie inesistenti, creando campagne inutili di prevenzione, eccetera. Il tutto si conclude con un trattamento medico e farmacologico che alimenta enormi affari.

Quali sono attualmente i rapporti tra pazienti, medici ed industria farmaceutica?

(**Luca Poma**) - Molto stretti, a volte troppo stretti. L'abilità delle aziende più spregiudicate è proprio quella di influire sin dall'inizio del processo. Sono finiti i tempi dei viaggi gratis alle Bahamas, alle Hawaii, la tecnica è più sottile. Parlando di salute mentale, che è uno dei settori più a rischio perchè sono sempre labili i confini tra normalità e patologia, è facile che l'azienda intervenga già dalla compilazione del manuale diagnostico. Da una denuncia del British Medical Journal si rileva che il 74% degli esperti, che sarebbero dovuti essere indipendenti e che hanno compilato l'ultima edizione del DSM, il manuale diagnostico statistico per i disturbi mentali, erano in realtà sul libro paga o comunque avevano consulenze in corso con le multinazionali che producono psicofarmaci, i quali avrebbero dovuto curare quelle malattie. Magicamente, le malattie si sono moltiplicate, sono quasi raddoppiati i disagi psichici. Sempre più malattie da curare, ovviamente con farmaci. Poi vengono organizzati

Tratto dalla rassegna stampa di www.giulemanidaibambini.org

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



congressi scientifici, finanziati dalle industrie del pharma, direttamente o tramite associazioni di medici e pazienti, per legittimare l'esistenza di una malattia, o per ampliare i criteri diagnostici a creare più malati. Ci sono fior di uffici marketing che lavorano per questo. Oramai sono noti diversi case history eclatanti.

(Paolo Roberti di Sarsina) - Molto stretti, a volte troppo stretti. In Italia gli episodi più recenti riguardano l'Università e l'Azienda Ospedaliera di Bologna ove sono coinvolti la ex preside della Facoltà di Medicina, cattedratici, universitari, medici ospedalieri, case farmaceutiche, informatori, in una bolgia di concorsi truccati, viaggi all'estero e battute di caccia, ricette truccate. Una immagine devastante, che è solo la punta dell'iceberg...

Quali sono i principali interventi istituzionali e culturali a tutela dei bambini e degli adolescenti da indebite pressioni all'uso di farmaci?

(Luca Poma).- Innanzitutto un'informazione realmente indipendente dagli interessi industriali, come quella che sul caso specifico che lei cita fa il Comitato "Giù le Mani dai Bambini" (www.giulemanidaibambini.org), sostenuto da molte università ed ordini del medici, perchè un genitore realmente e completamente informato difficilmente poi accetta di somministrare una *metanfetamina* al proprio figlio di 6 anni. Poi servirebbero più fondi per la ricerca, per una ricerca davvero indipendente che pubblici anche i risultati negativi, senza badare troppo se nuocciono o meno al profilo commerciale del farmaco in esame, perchè al primo posto deve esserci l'interesse dei pazienti, tanto più se parliamo di bambini. Infine il coraggio di intraprendere strade scientifiche non "quick-fix": diffidiamo dalle soluzioni facili ai problemi complessi, c'è sempre una trappola nell'iper-semplicità della pillola che risolve ogni disagio, e la scienza non può e non deve esaurirsi in uno psicofarmaco per imbrigliare un sintomo; bisogna andare alla radice dei problemi e dei disagi, se li si vuole risolvere.

(Paolo Roberti di Sarsina) - Educazione alla salutogenesi, informazione indipendente, e lotta ai conflitti di interesse.