

Il libro-ricerca del medico pinese Guido Giustetto racconta il mondo dei farmaci «Malattie inventate, bisogni creati» Ecco cosa c'è dietro le "pillole"

PINO TOR. Il settore farmaceutico scoppia di salute e il nuovo business è dare le medicine ai sani. Così racconta Guido Giustetto nel suo libro "Pillole" (Add Editore), scritto a quattro mani con la giornalista Sara Strippoli.

L'autore, 65 anni, medico di famiglia a Pino, ha realizzato un'inchiesta per dare una risposta ai suoi dubbi: «L'obiettivo è stato indagare e raccontare come il mondo dell'industria si sia evoluto negli ultimi decenni nei rapporti con i medici, con le istituzioni e con i pazienti - illustra Giustetto - L'impressione è che in qualche modo si sia rotto quel patto etico, implicito, tra industria del farmaco e società, grazie al quale si era mantenuto un equilibrio tra la necessità e il diritto di fare profitti da parte dell'industria e l'utilità sociale dei suoi prodotti».

Già nel 2001 era stato lanciato l'allarme da undici direttori fra le maggiori riviste mediche che sottolineavano l'intrusione degli interessi delle aziende del farmaco nella ricerca, con gravi problemi per la salute pubblica.

Da questo spunto ha preso forma la ricerca del medico pinese: «Ho cominciato circa 10 anni fa a osservare il fenomeno e a raccogliere materiale - racconta - L'idea di scrivere il libro è nata quasi due anni fa: insieme alla giornalista Strippoli ho pensato di realizzare un volume che potesse essere rivolto a tutti. E, grazie al suo supporto, abbiamo dato al lavoro un taglio d'inchiesta giornali-

stica».

Giustetto, che è anche presidente dell'ordine dei medici chirurghi e odontoiatri di Torino e autore di testi scientifici, ha svolto una ricerca rigorosa: «Abbiamo raccolto moltissimi articoli e documentazione scientifica, proveniente dagli Stati Uniti e da vari Paesi dell'Europa. In Italia però c'è poco materiale».

Ha mantenuto un punto di vista equilibrato e obiettivo: «Questo non è un libro contro i farmaci, ma spiega perché sia meglio mostrare un sano scetticismo di fronte a ciò che succede nel mondo dell'industria farmaceutica - precisa - Nessuna persona di buon senso può negare i benefici delle medicine su molte malattie e, in campo preventivo, sono innegabili. I progressi sono enormi e probabilmente una pillola, per ora costosissima, sta sconfiggendo per sempre l'epatite C. Altre stanno lottando con efficacia contro cancro e malattie cardiovascolari».

"Pillole" descrive quindi l'universo di Big Pharma, termine che indica le industrie farmaceutiche con miliardi di ri-

Il medico Guido Giustetto teme che si sia rotto il patto etico tra industria del farmaco e società civile



cavi, quanto costa un farmaco, perché conviene evitare la pubblicità al pubblico, chi sono e cosa fanno gli informatori medici, quali sono le informazioni che arrivano al medico. Per raccontare vizi, errori, tattiche

di marketing, dimenticanze fatali nella comunicazione degli effetti collaterali e politiche promozionali aggressive, gli autori hanno anche cercato storie e casi in giro per il mondo: «Siamo partiti dai costi dei far-

maci perché è recentissima la comparsa nella metropolitana londinese di un grande manifesto che prova a spiegare ai cittadini perché i farmaci sono così cari. I pazienti scoprono che per la terapia di cui hanno bisogno



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

si spendono migliaia di euro e i malati di epatite C, cui è stata data la grande speranza di un farmaco salvavita capace di eradicare il virus, lo sanno bene. A lungo hanno atteso di poter accedere alle cure e solo da poco anche chi non è in condizioni gravi può sperare di essere messo in lista di attesa. Ci sono soluzioni? Sì, e per questo si muove anche l'Agenzia italiana per il farmaco».

C'è una pillola per ogni cosa: «Pur di vendere, le malattie si inventano e si crea il bisogno. Attraverso articoli di giornali si comincia a parlare di un disturbo, intervengono gli esperti, c'è bisogno di un rimedio e piano piano viene creato il terreno fertile. In quest'ottica, anche la timidezza adesso è una fobia, e l'assenza di libido è intollerabile, ma non c'è da preoccuparsi: arriva il nuovo Viagra rosa».

Oltre alla pubblicità ingannevole, il marketing lancia promozioni e premi come al supermercato: «Pfizer ha inventato una carta fedeltà che offre sconti - esemplifica - In America hanno reclutato le ragazze pon pon per vendere di più e in tutto il mondo si distribuiscono piccoli regali e campioni». Come stare attenti agli inganni? «Le persone devono capire che il marketing astuto induce a coltivare la speranza che una pillola possa risolvere tutti i problemi. L'obiettivo è quindi informare, sapere come funzionano le cose vuol dire prendersi cura della propria salute».

Federica Costamagna