

Il supporto dell'industria nella formazione medica

da Relman AS. Industry supporto of medical education. *JAMA* 2008; 300:1071-1073.

Le università e il loro personale dovrebbero accettare la sponsorizzazione da parte dell'industria per i loro programmi di formazione medica? Questo dibattito ormai di lunga durata ha subito un'accelerazione nel corso degli ultimi anni, specie nei confronti dell'Educazione Medica Continua (ECM). Con un budget di circa 3 miliardi di dollari, più della metà dell'ECM è attualmente finanziata dall'industria. La gran parte del supporto è fornito attraverso compagnie che lavorano per conto delle industrie, le cosiddette MECCs (medical education and communication companies). Un quantità ancora maggiore di miliardi viene spesa dall'industria del farmaco per regali, favori, pagamenti per il personale delle università. Il Consiglio per l'Accreditamento dell'ECM (ACCME) accredita le MECCs e le università per offrire corsi di formazione e ha promulgato delle linee guida tese a promuovere la qualità e l'indipendenza dei programmi. Tuttavia, visto che la gran parte dei contributi arrivano dall'industria, si discute molto sui media e nell'ambito professionale, dell'influenza dell'industria sulla formazione professionale e conseguentemente sui comportamenti dei medici. L'industria deve vendere per andare avanti, per cui è difficile credere che la sponsorizzazione di eventi formativi non spinga i medici verso l'uso dei loro farmaci. Queste preoccupazioni sono alla base di 2 recenti documenti sottoposti all'American Medical Association (AMA) e all'Association of American Medical Colleges (AAMC).

Il primo è un documento che il Council on Ethical and Judicial Affairs (CEJA) dell'AMA ha presentato nel corso del Congresso dell'AMA del 2008. Il CEJA scrive che "il supporto dell'industria nella formazione professionale ha sollevato preoccupazioni sull'integrità della formazione dei medici"; raccomanda che i singoli medici e le istituzioni non accettino sponsorizzazioni dall'industria per le attività formative e dichiara che dovrebbero ricevere più finanziamenti non commerciali. Il CEJA raccomanda inoltre che le università "limitino il più possibile il marketing e le attività promozionali dell'industria al loro interno". Il CEJA non offre idee su come questi fondi possano essere recuperati, ma afferma che "la formazione dei medici è un bene pubblico il cui peso non dovrebbe gravare solo sui professionisti". Questo documento è stato oggetto di un vivace dibattito ed è stato criticato da coloro che pensavano, così, di perdere i finanziamenti dell'industria; il comitato direttivo ha deciso, dunque, di riaffidare il documento al CEJA per apportare eventuali modifiche.

L'altro documento è stato stilato dalla task force dell'AAMC, l'associazione che rappresenta tutte le scuole di formazione medica accreditate che sono circa 400 e 94 associazioni scientifiche professionali; a differenza di quello del CEJA, questo documento è stato approvato all'unanimità dal consiglio esecutivo dell'AAMC nel giugno del 2008. A differenza del CEJA non viene escluso un supporto dell'industria nella formazione professionale, ma si prevede che il contributo venga centralizzato presso l'ufficio formazione di ogni singola istituzione; inoltre viene fortemente scoraggiata la partecipazione delle facoltà mediche agli speaker's bureau sponsorizzati dall'industria. In altre parole, come il CEJA, la task force dell'AAMC prende una netta posizione contro il marketing dei rappresentanti dell'industria nelle sedi universitarie. Si raccomanda che i centri accademici proibiscano qualsiasi regalo da parte dell'industria ai medici, alla facoltà, agli specializzandi e agli studenti. La task force dell'AAMC raccomanda anche alle istituzioni di non accettare campioni gratuiti di farmaci e di evitarne la loro diffusione attraverso l'ufficio centrale, e di ricevere i rappresentanti delle ditte farmaceutiche in luoghi non frequentati dai pazienti e solo su appuntamento.

Le implicazioni pratiche di questi due documenti sono chiare: nessuna delle due Società intende tranciare di netto i rapporti con l'industria nel supporto degli eventi formativi in quanto attualmente non ci sono fonti di finanziamento alternative. D'altra parte c'è un consenso sempre più crescente che sia poco professionale e sconveniente per uno studente, uno specializzando o un medico, continuare a ricevere regali, pasti o altro ancora dalle industrie per permettere ai rappresentanti di continuare a pubblicizzare i propri prodotti. Il rapporto dell'AAMC riflette questo spirito e tutti i medici che hanno a cuore l'etica del proprio lavoro dovrebbero essere d'accordo su questo principio.

Anche le industrie farmaceutiche sembrano essere d'accordo con questa posizione: nel luglio 2008 anche la loro associazione ha stilato le nuove linee guida che proibiscono i regali che non siano indirizzati alla formazione per i medici. Tuttavia queste raccomandazioni sono volontarie, non impediscono il pagamento di relatori e consulenti, così come l'offerta di pasti durante il lavoro per i medici. Per cui rimane ancora da verificare il reale impatto di queste nuove raccomandazioni nelle relazioni tra medici e industria.

Sebbene molte università non hanno ancora una politica definita per i regali delle industrie, vi è tuttavia un trend definito e sempre crescente di porre un freno a tali pratiche nelle sedi accademiche più autorevoli. Se i medici credono che valga la pena continuare a ricevere i rappresentanti delle ditte, almeno non accettino regali, pranzi o altri favori che potrebbero dare l'impressione che l'interesse dei medici e la lealtà al marchio possano essere comprati.

Come suggerisce l'AAMC, le istituzioni dovrebbero regolare i modi e i luoghi di incontro con i rappresentanti. Ma rispetto alla formazione? C'è un altro modo per sostenerla rispetto alla sponsorizzazione dell'industria? La formazione medica non necessita di essere così esosa come lo è stata finora, e i medici che vanno ai corsi dovrebbero in parte pagare di tasca loro. I medici a tempo pieno dovrebbero insegnare ai corsi ECM programmati dalle loro istituzioni come parte del loro lavoro, così come insegnano ai loro studenti. Questo dovrebbe ridurre i costi e migliorare la qualità. Si stanno pensando nuove forme di eventi ECM che possono essere non solo più efficaci, ma anche più economici.

Vi è poi l'exasperante aspetto di come le MECCs possono contribuire alla formazione. Ha senso che dipendenti delle ditte farmaceutiche possano essere accreditati dall'ACCME per formare i medici sull'utilizzo dei farmaci? Malgrado le linee guida dell'ACCME, non sarebbe un modo per continuare a fare influenzare la formazione medica dalle ditte di farmaci?

Il 2 luglio del 2008 la Pfizer, la più grande compagnia mondiale, ha annunciato che non avrebbe più supportato la ECM attraverso il finanziamento delle MECCs, ma direttamente fornendo fondi alle università, agli ospedali e alle associazioni professionali. Le MECCs potranno ancora ricevere fondi indirettamente dalla Pfizer se lavoreranno con provider che portano avanti progetti sponsorizzati dalla Pfizer. Sebbene il comunicato stampa della ditta afferma che tale nuova politica servirà a preservare l'indipendenza dell'ECM e evitare conflitti di interesse, non è chiaro come questi obiettivi possano essere raggiunti. Il finanziamento dell'ECM da parte delle ditte inevitabilmente solleva la questione dell'influenza dell'industria sulle priorità e sull'orientamento della formazione. Potrebbe essere utile discutere di tutto questo nel corso di un meeting congiunto tra l'AMA e l'AAMC; se fosse fatto, si dovrebbe limitare la partecipazione ai rappresentanti delle professioni mediche; non ci sarebbe ragione, infatti, che le industrie debbano decidere del futuro dell'ECM. È tempo che i rappresentanti delle organizzazioni mediche mostrino con chiarezza ad un pubblico sempre più scettico che sono i medici e non le industrie farmaceutiche che si occupano della formazione dei medici. Vi è una evidente e molto importante distinzione tra la formazione

professionale accreditata e l'informazione rispetto ai nuovi farmaci che l'industria offre ai medici nelle campagne di marketing. La responsabilità della formazione medica dovrebbe essere interamente nelle mani dei medici e la provenienza dei fondi dovrebbe non compromettere l'integrità e l'indipendenza di ciò che si insegna e dei medici che insegnano. La pubblicità dei farmaci è, in altre parole, il lavoro delle industrie; le industrie amano chiamarla informazione, ma non lo è. È pubblicità.

Alcune ditte possono volere contribuire a programmi di formazione non direttamente correlati a farmaci. Sebbene ben intenzionato, questo potrebbe essere imprudente. La gente si fida dei medici per valutare i prodotti che le industrie vogliono vendere, per cui i professionisti non dovrebbero sentirsi obbligati verso le industrie per alcun motivo. Per essere degna di fiducia la medicina deve essere libera da qualsiasi tipo di dipendenza; dovrebbe rendere conto solo alla società che serve e ai suoi standards professionali.

L'industria e le istituzioni mediche dovrebbero riconoscere le loro responsabilità e non dovrebbero invadere le sfere dell'altro. Una corretta cooperazione nella ricerca a volte promuove l'interesse pubblico con l'avanzamento del progresso scientifico, ma l'accademia medica e i suoi stipendiati non appartengono al marketing farmaceutico come l'industria farmaceutica non appartiene alla formazione medica. Un maggiore rispetto per questa distinzione da parte di entrambi potrebbe portare a più oneste e salutari relazioni tra loro e potrebbero esserci meno imbarazzanti problemi etici e problemi di violazioni che stanno minando la fiducia del pubblico e abbassando la reputazione sia dell'industria del farmaco che della classe medica.

Commento: Il dibattito sulle fonti di finanziamento dell'ECM e sul forte rischio del conflitto di interesse con le industrie farmaceutiche è sempre più presente nelle riviste scientifiche anglosassoni, dove ormai l'argomento non è più tabù; in Italia, viceversa, il dibattito è poco vivace e resta ancora "ai margini".

Come sottolineato nell'Editoriale di Jama le resistenze dei medici sono tante, probabilmente legate al timore di perdere le fonti di finanziamento per portare avanti iniziative di formazione che spesso giovano più ai docenti (in termini di aumento del loro stipendio) e alle aziende che le sostengono (in termini di ritorno d'immagine e di aumento dei profitti) che ai discenti. Lo stesso Editoriale si pone, appunto, il problema ancora più a monte: se non è il caso di ripensare agli eventi formativi. Sappiamo ormai che quanto più la scelta dei temi di formazione avviene in base alle esigenze dei discenti, quanto più l'evento è organizzato in piccoli gruppi, quanto più consente un simmetrico dialogo docente-discente, tanto più sarà efficace; e, nel contempo, consentirà un notevole risparmio economico. Se i medici avessero il coraggio di dare un taglio netto alla sponsorizzazione degli eventi formativi da parte dell'industria, dovrebbero avere la forza di fare utilizzare i fondi pubblici destinati alla formazione che in Italia sono gestiti dagli Uffici Formazione delle Asl e probabilmente aggiungere anche qualcosa (poco) di tasca loro; ma certamente migliorerebbe la credibilità del medico nei confronti dell'opinione pubblica e, probabilmente, la qualità della formazione. Chi dovrebbe temere di più le conseguenze di un eventuale taglio netto è l'industria; ma questo ancora solo in pochi lo hanno capito.

Traduzione, sintesi e commento di
Sergio Conti Nibali
Pediatra di famiglia, Messina