

Via libera alla pubblicità dei medici sui giornali.

Aldo Pagni è contrario al provvedimento: «Il nostro settore dice è troppo anomalo rispetto alle altre professioni». Di parere opposto la Federazione degli Editori: «I messaggi potranno avere solo carattere informativo»

Il via libera per legge alla pubblicità dei medici su quotidiani e periodici laici ha sollevato non poche perplessità all'interno della categoria. Nettamente contrario alla novità si è detto il presidente della Federazione degli Ordini, Aldo Pagni, secondo cui questa normativa non solo non serve, ma è anche sbagliata e controproducente. Un pollice verso netto, anche se abbastanza prevedibile. È noto infatti l'Ordine nazionale è da sempre contrario alla pubblicità per i propri iscritti. Tanto che lo stesso codice deontologico, rinnovato lo scorso anno, lo vieta con forza. «Anche l'Antitrust ha ricordato Pagni aveva preso posizione a favore della pubblicità delle professioni mediche poggiando le sue considerazioni su presunti vantaggi innegabili per il consumatore che potrebbe, anche nel settore sanitario, valutare il rapporto fra costi e benefici. Secondo me, invece sottolinea Pagni questa norma non andava applicata alla categoria medica. Il nostro settore è troppo anomalo rispetto alle altre professioni». Il rischio, secondo Pagni, è che la pubblicità avvii un meccanismo perverso di informazioni miracolistiche sulla salute. Di parere diametralmente opposto la Federazione Italiana Editori Giornali che ha definito la reazione del presidente dell'Ordine dei medici assolutamente incomprensibile, anche perché ha sottolineato la Fieg «la pubblicità che potrà essere fatta è esclusivamente di tipo informativo e non assolutamente paragonabile a quella per la promozione e la vendita di prodotti o servizi». Per la Fieg, dunque «non sarà possibile dire venite in questa clinica e guarirete sicuramente, ma questa clinica si avvale di questi professionisti, ha tante sale operatorie, tanti letti ...». E poi, per usare le stesse parole dell'Autorità garante della concorrenza hanno aggiunto gli editori occorre considerare che gli standard previsti dalla legge, le disposizioni in materia di accesso alle professioni, nonché i controlli svolti sull'attività dei professionisti, rappresentano un insieme di misure idonee a garantire prestazioni di livello adeguato e a tutelare l'interesse della salute pubblica. «È veramente singolare che proprio il presidente dell'Ordine dei medici ha concluso la Federazione Italiana Editori Giornali neghi il valore di tutte queste considerazioni e, negandole, rischi di screditare la categoria che rappresenta».

La Simg: «È necessaria una nuova legge»

Gli obiettivi che la vigente legge sulla pubblicità si prefiggeva sono stati completamente disattesi. L'intento principale era quello di impedire ai medici disinvolti di pubblicare informazioni inesatte o di scarsa qualità con l'intento di accaparrarsi pazienti. Per fare questo la legge permetteva agli ordini professionali di intervenire con un margine così ampio da poter censurare qualsiasi tipo di informazione.

Gli ordini professionali che hanno applicato la legge in forma restrittiva hanno aperto una interminabile sequenza di procedimenti disciplinari nei confronti dei medici. Il confine tra informazione e pubblicità era diventato così sottile da impedire ai colleghi di esprimere un qualsiasi parere attraverso la stampa se non dopo previa autorizzazione dell'Ordine di appartenenza. Questa situazione di fatto ha generato un danno nei confronti del medico e del paziente che viene privato di una informazione molto spesso utile e necessaria. È necessario ridefinire senza equivoci ciò che è vero e che è utile per i pazienti da ciò che non lo è e quindi è passibile di sanzione. Questa rivista è disponibile ad aprire un confronto tra i medici su questo tema.



[top](#)