

## Editoria e formazione

# EDITORIA E SVILUPPO PROFESSIONALE CONTINUO: GUAI A FERMARSI!

Andrea Tognelli, Giuseppe Ventriglia\*, Alessandro Rossi\*\*

Medical Project, Marketing Director, Pacini Editore Medicina, Ospedaletto (Pisa); \* Direttore Scientifico, Rivista SIMG; \*\* Direttore Editoriale, Rivista SIMG

Un interessante articolo pubblicato sulla rivista SIMG e una sintetica analisi dell'editoria periodica per la Medicina Generale possono essere i blocchi di partenza per un "esame dall'interno" e dibattere il futuro contributo dell'editoria per la formazione dei Medici di Medicina Generale (MMG).

### BISOGNI FORMATIVI POCO SODDISFATTI

L'articolo *Richiesta e offerta formativa* di C. Di Gregori e P. Giorgianni (SIMG 2006, fascicolo 5) offre interessanti spunti di riflessione e dibattito. Nonostante l'indagine sia stata condotta in modo essenzialmente pratico e in un'area geografica limitata, come evidenziano gli stessi autori, emerge un evidente squilibrio tra offerta formativa e le effettive richieste provenienti dai MMG. Netta è la prevalenza di tematiche riguardanti l'apparato cardiovascolare, con un'offerta pari al doppio della richiesta, mentre modesta è l'offerta su temi relativi alle patologie reumo-articolari, uro-andrologiche, neuropsichiatriche. Assoluta è invece l'insufficienza in ambito immunologico, diagnostica di laboratorio e strumentale, etica professionale ecc.

Alcune domande:

- Quale può essere il contributo dell'editoria medica per fronteggiare questa ridotta offerta formativa su temi di specifico interesse per i MMG?
- Cosa offre oggi il settore dei periodici destinati ai MMG?
- Quali sviluppi si prevedono?

### LO SCENARIO DELLE RIVISTE PER LA MEDICINA GENERALE

A livello mondiale nell'area biomedica si pubblicano tra le 12.000 e le 15.000 riviste, nelle quali vengono riversati circa 6 milioni di articoli/anno.

In Italia le riviste indirizzate ai soli MMG sono almeno una decina (Tab. I), per citare solo quelle più consolidate e a distribuzione nazionale, poiché esiste una fiorente realtà editoriale anche a livello regionale e provinciale.

A queste si aggiungono altre pregevoli pubblicazioni, primo fra tutti il Bollettino d'Informazione sui Farmaci (bimestrale dell'AIFA, Agenzia Italiana del Farmaco) che raggiunge sistematicamente tutti gli iscritti agli Ordini dei Medici e dei Farmacisti.

La Società Italiana di Medicina Generale (SIMG), oltre a questa rivista di cui ha la completa titolarità, contribuisce alla redazione di altre due testate:

- *MeDia – Aggiornamento e formazione in diabetologia e malattie metaboliche*, in partnership con AMD (Associazione Medici Diabetologi); lanciata nel 2001; trimestrale; diffusione media 29.000 copie;

**TABELLA I**  
**Alcune riviste medico scientifiche italiane destinate ai Medici di Medicina Generale.**

RIVISTA	PERIODICITÀ	EDITORE	DIFFUSIONE MEDIA
<i>Aggiornamento Medico</i>	Mensile	Editrice Kurtis	40.240
<i>Corriere Medico</i>	Settimanale	Ariete Salute	37.653
<i>DOC Magazine</i>	Mensile	Ariete Salute	20.446
<i>DOCTOR</i>	Quindicinale	Ariete Salute	34.750
<i>Giornale del Medico</i>	Settimanale	Masson	34.789
<i>MD Medicinae Doctor</i>	Settimanale	Passoni Editore	40.088
<i>Medici Oggi</i>	Mensile	Springer Verlag Italia	40.785
<i>Medico e Paziente</i>	Mensile	Edifarm	39.930
<i>Occhio Clinico</i>	Mensile	Tecniche Nuove	10.302
<i>Tempo Medico</i>	Quindicinale	Masson	34.169

Fonte: A.N.E.S. 2005

#### COOSA OFFRE IL SETTORE DELLE RIVISTE?

- La pluralità d'informazione proveniente da case editrici, società scientifiche e istituzioni.
- Discreta diversificazione di format, periodicità, qualità e taglio dei contenuti medico-scientifici.
- La (quasi) totalità delle riviste è disponibile gratuitamente e raggiunge i MMG nei loro ambulatori o nelle loro abitazioni. Decideranno liberamente i medici se leggere o cestinare!

- *Reumatologia Pratica – Problematiche cliniche osteo-articolari*, in partnership con CROI (Collegio Reumatologi Ospedalieri Italiani), LIMAR (Lega Italiana delle Malattie Reumatiche e Autoimmuni) e il patrocinio del FADOI (Federazione Dirigenti Ospedalieri Italiani); lanciata a fine 2006; trimestrale; diffusione media 33.000 copie.

Oltre ai periodici, SIMG pubblica dal 2001 anche la serie di guide pratiche "Disease Management", che conta 43 titoli su temi di specifico interesse per la Medicina Generale.

## LE RIVISTE MEDICHE: FENOMENI CICLICI E PARALLELISMI

Se restiamo nell'ambito delle riviste italiane rivolte ai MMG, il fenomeno si è praticamente sviluppato in parallelo all'evoluzione del mercato farmaceutico degli ultimi trent'anni. In termini pratici, queste riviste contribuiscono nel bene e nel male a veicolare informazione, aggiornamento e servizi destinati alla numerosa categoria dei MMG.

Non scopriamo niente di nuovo nell'affermare che senza il sostegno delle aziende farmaceutiche e di altri comparti della salute queste riviste scomparirebbero, o dovrebbero rivedere drasticamente i loro piani industriali.

Le vicende dell'editoria periodica italiana sono infatti molto correlate ai *trend* del mondo farmaceutico, caratterizzato, a cavallo degli anni '70 e '80, dalla nascita dei primi farmaci *blockbuster* (primi fra tutti gli antiulcera H2 antagonisti), nel corso degli anni '90 dall'espandersi dei mercati degli antipertensivi, delle statine, degli antinfettivi, degli inibitori della pompa protonica e broncodilatatori, e negli anni 2000 dall'espansione di antidepressivi, vaccini, sartani, statine di ultima generazione, ma anche *nutriceutical* e OTC (farmaci da banco).

In questo periodo il flusso d'informazione editoriale ha assunto dimensioni sicuramente imponenti, anche se negli ultimi anni si nota spesso un "assottigliamento" del numero di pagine, un livellamento/abbassamento dei contenuti, se non addirittura la scomparsa di alcune riviste. Inutile dire che i ridotti investimenti del mondo farmaceutico possono incidere pesantemente sulla vita dei periodici.

## LE CAMPAGNE INFORMATIVE DELLE AZIENDE FARMACEUTICHE

In questo scenario le aziende che programmano campagne pubblicitarie verso i MMG possono usufruire di un ampio numero di “canali di trasmissione” caratterizzati ciascuno da un peculiare profilo.

In questa sede non occorre effettuare una classificazione delle varie tipologie di riviste per affermare che la scelta delle aziende e delle agenzie di comunicazione che curano i loro interessi può basarsi su un altrettanto vasto numero di criteri, senza citarli tutti: periodicità, tiratura e distribuzione, costi, tematiche di settore, esperienza formativa e prestigio degli autori, taglio e qualità dei contenuti, egida di società scientifiche ecc.

L'offerta può essere aggettivata secondo i vari punti di vista, ma senza lasciarsi andare a facili e scontate analisi ci pare corretto affermare che ci sono riviste per tutti i gusti e per tutte le necessità, e in caso di eventuali “assenze” basta attendere! Prima o poi qualcuno ci penserà a far uscire un nuovo “prodotto editoriale” *ad hoc* o quasi.

Come nel caso dei medici, le aziende possono quindi scegliere la o le riviste più adatte alle loro necessità, al loro stile e livello di comunicazione, per raggiungere in modo sistematico e gratuitamente i MMG destinatari.

## CHI PENSA AL FUTURO

Negli ultimi anni qualificate riviste internazionali (ad es. il *British Medical Journal*) hanno pubblicato articoli sulle “previsioni” del futuro dell'editoria medico-scientifica. Nell'ambito di tutte le esternazioni divulgate su carta e in conferenze, alcune di esse possono essere trasferite nella realtà delle riviste italiane destinate ai MMG:

- le riviste dovranno concentrarsi sui bisogni dei lettori e non su quelli degli autori;
- dal punto di vista grafico-editoriale le riviste dovranno migliorare per facilitare la lettura;
- vi sarà la necessità di aumentare la disponibilità di sintesi (distillati) delle informazioni clinico-mediche che affollano lo scenario globale;
- i medici non pagheranno per ottenere le informazioni di cui hanno bisogno per la loro attività;
- si assisterà a una diminuzione del numero delle riviste;
- si renderà necessario il contributo mirato dei servizi web in parallelo o in alternativa alle pubblicazioni cartacee.

## IL LAVORO DI OGGI E DI DOMANI

Mettiamo sotto la lente l'attività editoriale della SIMG in rapporto alle citate “previsioni” dell'editoria periodica.

### Come fronteggiare la ridotta offerta formativa su temi di effettivo interesse per i MMG?

Un piccolo ma significativo contributo può provenire dal programmare percorsi di aggiornamento su tematiche selezionate e sugli aspetti di effettivo interesse per i MMG (ad es. *critical appraisal*, percorsi diagnostico-terapeutici, normative, *clinical governance*, gestione-educazione dei pazienti). È la missione che si sono prefissate fin da subito riviste come *MeDia* e *Reumatologia Pratica*, che si avvalgono di una stretta collaborazione tra la Medicina Generale e quella specialistica dei rispettivi settori. Ulteriore sviluppo dei servizi di aggiornamento potrà derivare da una sempre più intensa attenzione verso le necessità formative che emergono all'interno della Medicina Generale da parte dei medici stessi!

### La difficile opera di distillare, in continuo sviluppo!

La grande mole di articoli scientifici, trial clinici, *highlight* congressuali deve necessariamente essere selezionata e metabolizzata per essere resa disponibile al più alto numero di MMG. La cronica mancanza di tempo e la routine professionale sempre più ritmata non concedono molto spazio a un'estesa visione di tutto quanto può interessare la professione dei MMG. Per questo si affinano le metodologie di ricerca e commento, si lavora sulla base della realtà operativa dei MMG (analisi e commenti scritti da medici per i medici, da esperti MMG per i relativi colleghi!) e si avviano sinergie tra le riviste e altre forme editoriali, come il web. Il Progetto ASCO è solo un primo esempio (di successo) per erogare servizi di qualità e iniziare, speriamo, un dialogo con la carta stampata.

### Web ... siamo solo all'inizio!

Le nuove tecnologie applicate alla comunicazione permettono già una miriade di funzioni che solo in minima parte sono sfruttate nella direzione dell'informazione medico-scientifica. È probabile che nel giro di pochi anni i servizi *on-line* e la carta stampata definiscano sempre meglio i rispettivi ruoli e trovino la possibilità di integrarsi, senza sentirsi l'uno antagonista dell'altro. In effetti il Web (caratterizzato tra l'altro da costi contenuti) appare particolarmente adatto ad una comunicazione agile e sintetica, veloce, di immediata fruibilità, come è tipico della fase "informativa" di ogni percorso di formazione e di sviluppo professionale continuo, laddove le nozioni da acquisire siano semplici e non richiedano trattazioni particolarmente lunghe o complesse. La carta stampata ci pare invece ancora molto utile per approfondimenti, analisi, trattazioni che non perdano di valore anche nel caso di una più lunga gestione legata alla preparazione dei contributi da parte degli Autori e alla "lavorazione" dei fascicoli.

Si aprono, in sostanza, nuove opportunità per diversificare i servizi, raggiungere e stimolare nuovi segmenti di utenza. Il Progetto ASCO e la Rivista "organo ufficiale SIMG" sono già un esempio di sinergia finalizzata a "coprire" altri bisogni dell'informazione e dell'aggiornamento.

### L'impatto visivo: solo grafica?

Come molti altri prodotti, anche i prodotti editoriali scientifici possono essere meglio accettati se gradevoli dal punto di vista visivo e tattile, oltre che maneggevoli. Debbono inoltre essere di rapida e facile consultazione, vale per la carta e per il web. Può sembrare strano, ma salvo rare eccezioni l'editoria medica è ancora in una fase di "lunga marcia" alla ricerca dell'eccellenza, forse per timori ancestrali di dimostrarsi troppo "leggera".

## CONCLUSIONI

È probabile che siano ancora molte le risposte che il settore dell'editoria è in grado di fornire alla classe medica per contribuire al suo sviluppo professionale. Le pubblicazioni che vedono impegnate le società scientifiche devono sfruttare una sorta di "vantaggio competitivo" legato alle finalità stesse di queste importanti istituzioni votate all'aggiornamento e alla formazione in medicina. Per questo saranno essenziali programmi di lavoro annuali e pluriennali, sempre più orientati a soddisfare la vera e articolata richiesta formativa, indicata dai medici che lavorano in prima linea.

Per le aziende farmaceutiche e di altri settori della salute, cosa dire? Hanno strumenti, criteri e risorse per conoscere e comprendere lo scenario globale. Siamo per questo fiduciosi che riconoscano il valore e la qualità del lavoro nei vari settori dell'editoria e dirigano gli investimenti di conseguenza.