Le riviste mediche sono un mezzo del marketing delle aziende?

Data 17 maggio 2005
Autore admin

La forma più immediata di conflitto di interesse tra le riviste mediche e l'industria può essere ravvisata nella pubblicità. Tuttavia questa è la foma meno pericolosa di condizionamento. La pubblicità frutta alle riviste mediche molte risorse, tuttavia tutti vedono che è un messaggio pubblicitario, tutti possono riconoscere chi è che lo promuove e dunque è possibile valutare criticamente il messaggio pubblicitario e non farsi influenzare. Ben più grave è il conflitto che sottende alla pubblicazione dei clinical trials sponsorizzati dalle aziende. La pubblicazione di un trial su una prestigiosa rivista viene vista dal lettore come un suggello di garanzia e di autorevolezza per il prestigio che viene tributato universalmente alla testata che pubblica l'articolo. Tale prestigio si riversa automaticamente sul messaggio dell'articolo. La pubblicazione di un lavoro clinico favorevole vale migliaia di pagine di pubblicità. Purtroppo la stragrande maggioranza degli studi pubblicati riporta risultati favorevoli per la ditta che ha sponsorizzato lo studio. La valutazione comparativa dei risultati degli studi sponsorizzati dalle aziende farmaceutiche e di quelli finanziati da altre fonti ha dimostrato che gli studi sponsorizzati dalle aziende hanno una probabilità 4 volte maggiore di riportare risultati favorevoli allo sponsor farmaceutico rispetto a quelli finanziati da altri enti. Si ha la sensazione che le aziende riescano ad ottenere ciò che desiderano da parte delle riviste mediche. La cosa è alquanto preoccupante se si considera che i 3/4 dei trials pubblicati sulle principali riviste mediche sono sponsorizzati dalle industrie farmaceutiche. In quale modo le industrie ottengono questi risultati ? Non certamente alterando i dati oppure disegnando studi in modo tecnicamente inadeguato, anzi gli studi sponsorizzati sono spesso disegnati e condotti meglio rispetto a quelli finanziati da altre fonti in quanto dispongono di fondi molto superiori. Ebbene l'abilità risiede nel formulare la giusta domanda in modo da superare indenni le forche caudine della revisione tra pari del lavoro. Ci sono varie tecniche che si possono riassumere, anche se non esaustivamente in :

1) condurre uno studio del farmaco dello sponsor vs un farmaco notoriamente inferiore;
2) comparare una dose del farmaco sponsorizzato vs una dose troppo bassa (maggior efficacia) o troppo alta (maggior tollerabilità) del competitore
3) condurre trials con campioni troppo piccoli per evidenziare differenze tra i farmaci esaminati
4) usare end points multipli nel trial e selezionare nella pubblicazione solo quelli favorevoli
5) eseguire un trials multicentrico e selezionare nella pubblicazione i centri con risultati favorevoli
6) eseguire analisi per sottogruppi e pubblicare quelle con risultati favorevoli
7) presentare i risultati in una forma maggiormente impattante ad esempio riduzione del rischio relativo invece che assoluto

Ulteriori strategie sono quelle di pubblicare risultati positivi più di una volta, spesso usando numeri speciali di una data rivista. L'operazione di dividere i dati per gruppi di centri e poi magari riassemblare i vari risultati di trials multicentrici, pubblicando più volte pezzi diversi dello stesso studio trova l'interesse degli autori, che aumentano il numero delle pubblicazioni, degli editori, che incassano somme ragguardevoli dalla pubblicazione di supplementi e degli sponsors, che fanno riecheggiare più volte il messaggio positivo. Gli editori delle riviste, pur in buona fede, chiedono agli autori tutti i dati in loro possesso per la revisione tra pari. E' impossibile per loro sapere se lo stesso paziente ha dato origine a dati pubblicati più volte e non possono avere nozione dei trials non pubblicati. I dati del lavoro inviato per la pubblicazione possono essere formalmente ineccepibili, originare risultati positivi, ma nel contesto di un puzzle più ampio che invece può generare nel complesso risultati diversi. I clinical trials inoltre danno origine ad uno dei massimi livelli di evidenza, hanno implicazioni cliniche dirette e fruttano enormi profitti con la pubblicazione dei reprints, operazione in cui il guadagno può arrivare al 70%. Vi sono società scientifiche che possiedono testate prestigiose ed i fondi necessari alla società medesima provengono in larga misura dai proventi della testata che possiedono. Come uscire da tale situazione ? L'unica soluzione è quella radicale. Le riviste mediche non dovrebbero più pubblicare i trials sponsorizzati, ma concentrarsi invece nell'analisi critica dei metodi e dei risultati dei trials medesimi.

Liberamente tradotto ed adattato da:
Smith R. : Medical Journals Are an Extension of the Marketing Arm of Pharmaceutical Companies; Plos Medicine, Volume 2 | Fascicolo 5 | MAGGIO 2005.

Luca Puccetti

© 2004 - 2026 Pillole - Registrazione T. di Roma n. 2/06 | stampato il 3/11/2026 alle ore 20:33 | Pagina 1 di 1