

NON SIAMO IN s... VENDITA!

di **Alessandro Fornaro**, giornalista



Impostosi negli anni ottanta e rafforzatosi nell'ultimo ventennio, il modello economico incentrato sul libero mercato ha preso ormai piede in ogni ambito della società.

Emergono tuttavia i lati critici e gli eccessi, in particolare nei settori a forte valenza sociale.

Da qualsiasi parte si guardi, questa campagna elettorale non ha certo degli orizzonti promettenti per la farmacia. Bersani, forte dal successo alle primarie, punta a ripartire dalle proprie lenzuolate non più da ministro, ma da capo del Governo. Il premier uscente Monti ha ammesso che alcuni settori hanno posto resistenza alle liberalizzazioni auspicate, primi tra tutti quello delle farmacie. Se guardiamo a destra, ricordiamo un Governo Berlusconi che, pur forte di una solida maggioranza, non è riuscito ad apportare modifiche alla struttura del sistema farmaceutico. Avremmo invece bisogno di revisione di ampio respiro: ovvero di una riforma che si ispiri ad una visione

alta, sociale; e non ad una visione di mercato, puramente economica.

Meglio allora smetterla di concentrarsi non sui nomi e sugli schieramenti politici, e riprendere un ragionamento basato sulle idee, sulla visione d'insieme, sull'approccio ideologico. Stiamo attraversando un momento storico delicatissimo. E' come se camminassimo a vista sulle macerie di uno scontro che ha visto perdere tutti: l'ideologia di mercato e il suo storico nemico, ovvero la gestione da parte dello stato dei bisogni del cittadino. In questo deserto ideologico, mentre risulta evidente che i beni di consumo debbano essere regolati da un mercato libero e concorrenziale, manca una visione su come debbano essere gestiti i servizi socialmente utili, ovvero tutti gli aspetti della società che abbiano una prevalente valenza sociale.

"Nelle società sviluppate ormai la logica di mercato non è applicata solo allo scambio dei beni materiali. Ma governa sempre più l'esistenza in ogni suo aspetto". Con queste parole si apre un articolo di Michael J. Sandel, docente di filosofia politica ad Harvard, pubblicato negli Stati Uniti da "The Atlantic" ripreso in Italia da "Internazionale" ed estratto da un libro che uscirà in aprile da Feltrinelli con un titolo eloquente: "Quello che i soldi non possono comprare". Questo è il tema cruciale per il futuro dell'economia del mondo sviluppato. E quale aspetto, più di quello della distribuzione dei farmaci, si trova in bilico tra una visione di mercato che tende ad interpretare anche i medicinali come merce e una visione sociale che vede nell'assistenza farmaceutica un tassello essenziale nel rapporto tra Stato e cittadino.

Noi parliamo di remunerazione alle farmacie litigando sui centesimi. Ma non abbiamo risposte rispetto alla domanda cruciale: quale farmacia vuole il nostro Stato?

Nell'attesa che qualcuno risponda, riprendiamo la discussione filosofico-sociale. Poniamoci una domanda: quali sono i settori che, lasciati alle leggi del libero mercato, ne traggono un beneficio in termini di offerta e di risparmio; e quali invece rischiano di perdere la loro valenza sociale e di divenire vittime

di un eccesso di mercificazione?

Chi scrive non ha dubbi su dove collocare i farmaci; e crediamo che molti lettori ne siano altrettanto consapevoli. Ma la farmacia non è fatta solo di farmaci. Stanno assumendo un ruolo sempre più essenziale i servizi e i singoli settori della farmacia, dagli integratori, alla cosmesi, all'alimentazione particolare. Per alcuni di questi, è altrettanto chiaro che si ricade invece in ambiti che sono e devono essere lasciati al mercato e all'imprenditoria individuale. Tuttavia occorre non fare confusione: la farmacia non ha un ruolo per quello che vende, ma per quello che è. Se è un presidio sanitario sul territorio, a detta di tutti il più vicino al cittadino in termini di accessibilità, di fruibilità e di fiducia, allora dobbiamo chiederci, riprendendo il ragionamento di Sandel, se un approccio di mercato non rischi di portare ad una mercificazione di questo servizio essenziale. Sandel, ragionando su come il mercato, quindi i soldi, possano portare ad un degrado di talune funzioni e servizi di alto profilo, introduce il tema essenziale della moralità.

Il suo ragionamento è tanto semplice, quanto centrale. Una società regolata dal solo mercato porta ad un duplice problema: una questione di ordine sociale legata alla disuguaglianza tra chi ha e chi non può; l'altra di ordine morale legata alla corruzione. In effetti, tutto ciò che è soggetto al mercato ha un prezzo; e tutto ciò che ha un prezzo è mercificabile, quindi soggetto alla corruzione. Fino a trenta anni fa, vi erano ambiti nei quali non era pensabile che i soldi potessero fare la differenza. Pensiamo alle scuole, agli ospedali, alla pubblica sicurezza, agli eserciti. Oggi non è più così e si pagano le persone anche per fare la guerra. Nei giornali, il confine tra informazione e pubblicità non è più riconoscibile. Allo stesso modo, i soldi comprano spazi pubblicitari per promuovere l'uso di farmaci da prescrizione (accade solo negli Stati Uniti, per ora). Il marketing entra dappertutto, i soldi muovono ogni settore. Sandel, nel suo pezzo, è eloquente nell'evidenziare come "se vi capita di vedere le pubblicità televisive durante i telegiornali della sera negli Stati Uniti, siete autorizzati a pensare che la prima emergenza sanitaria nel mondo non sia la malaria, la cecità fluviale o la malattia del sonno, ma un'epidemia di disfunzioni erettili".

La mentalità di mercato porta a mercificare tutto. Ragionando esclusivamente in termini di libero mercato,

si tende a pensare alla farmacia non tanto come un servizio da regolare in base alla sua utilità sociale; bensì un privilegio, un settore economico chiuso, una casta, una fonte di reddito per i titolari, un mercato da liberalizzare a favore dei giovani, un lavoro al quale accedere con maggiore facilità.

Giusta o non giusta che sia questa visione, si tratta di una discussione semplicemente fuorviante dal reale tema di pubblica utilità: quale farmacia serve al cittadino? Quale preparazione professionale devono avere i farmacisti per rispondere a tali esigenze? Quali strumenti per la sostenibilità economica e il migliore funzionamento del servizio debbono essere garantiti?

Dal filosofo Sandel al collega Maurizio Guerra, che su Facebook ha posto una questione apparentemente provocatoria, ma in linea con una visione che tende ad escludere il mercato e le sue distorsioni dal mondo dell'assistenza farmaceutica. Guerra chiede: "Quanto vale l'atto professionale? Non si può renderlo proporzionale al prezzo perché se un farmacista sbaglia la lettura della ricetta, la conservazione del prodotto, la consegna del farmaco, sbaglia sia che costi 1 euro sia che costi 100 euro. La remunerazione va slegata dal valore e legata all'insieme di attività professionali garantite dal corso di studi, dalla legge e dalle regole, che il farmacista svolge per ogni singolo farmaco consegnato al paziente. Ora ragionare come fanno il Governo e il sindacato sul valore di quanto resta al farmacista è sbagliato per principio. Pertanto le strade sono solo due: o uno stipendio per il ruolo svolto dal titolare direttore, paragonabile a quello di un direttore sanitario, e stipendi per i farmacisti dipendenti omologati a quelli pubblici (diventando dipendenti dello stato per quanto riguarda il SSN) oppure un fisso che garantisca alla farmacia stipendi adeguati ai dipendenti e al titolare e il mantenimento di un servizio di alta qualità".

E' uno spunto, quello di Maurizio Guerra, che merita una riflessione e una risposta. Non tanto politica,

quanto ideologica. Quale farmacia vogliamo per un domani nel quale il mercato non porti ad un degrado del suo ruolo sociale e della professione?

Prevarrà un mondo occidentale regolato da un'economia illuminata o resisterà il modello bocconiano, molto più attento ai grafici che ai bisogni delle persone?

ESEMPI DI ECCESSO DI MERCATO

(fonte: Internazionale)

SCUOLA:

a Dallas, alunni di seconda elementare vengono pagati due dollari per ogni libro letto.

CACCIA:

in Sudafrica i proprietari terrieri possono vendere il diritto di sparare ad animali in via di estinzione

SALUTE:

Negli Usa alcuni medici offrono agli assistiti il proprio numero di cellulare per cifre che vanno dai 1500 ai 25mila dollari