

DS6061 DS6061

# Stammi Bene

*I consigli del medico*



## Devi scegliere chi ti cura? Fidati degli amici



di  
**Luca Dal Carlo,**  
dentista a Venezia

***Fidarsi di social e pubblicità? Come dire che chiunque, dotato di martello e scalpello, sia in grado di scolpire il David. Forse anche no***

Per molto tempo, le regole pubblicitarie in tema di sanità sono state molto vincolanti. Di fatto, impedivano che i medici si auto-incensassero o che si definissero specialisti di pratiche terapeutiche senza che vi fosse legittimazione da parte di un organismo ufficiale. La scelta del medico era, quindi, basata sul buon nome. Si consultavano i conoscenti per giungere alla decisione migliore in base alle proprie necessità. Anche nell'ambito della medesima specialità, esistevano ed esistono tuttora medici che sanno trattare meglio una patologia piuttosto che un'altra. Esiste l'ortopedico che sa fare tutto molto bene, ma, più spesso, c'è quello che sa eseguire nel modo più corretto la migliore diagnosi, quello che sa operare i menischi, lo specialista dei legamenti, della protesi all'anca, di quella al ginocchio, della chirurgia post-traumatica... Così come esiste il dentista eclettico, che ha una grande visione d'insieme, poi quello che sa trattare meglio i problemi estetici dei denti, quello noto per saper affrontare le difficoltà della funzione masticatoria, o per le devitalizzazioni, per la chirurgia, per l'ortodonzia.

E così via, per tutte le branche della medicina. Anche oggi come allora, quindi, per risolvere il dilemma della scelta, è consigliabile parlare con persone affidabili ed attendibili ed identificare con certezza il proprio problema e la possibile soluzione.

Nell'intento dichiarato di favorire i cit-

tadini – con un atteggiamento a dire il vero un po' populista – nel 2006 è stata promulgata una legge dello Stato che ha liberalizzato il commercio, consentendo di invadere il campo dei colleghi. Chi sopravviveva vendendo prodotti di nicchia, si è trovato a dover chiudere. Si sono persi gli esercizi di prossimità, i negozi di quartiere e, assieme a loro, l'umanità che portavano con sé.

La medesima legge ha liberalizzato anche la pubblicità. Da quel momento tutto è cambiato: la sanità ha assunto una veste per molti versi caratteristica del commercio, in cui le cure si vendono come i prodotti di mercato e i medici non sembrano più essere i protagonisti.

L'esplosione della comunicazione tramite "social", poi, ha amplificato esponenzialmente questo fenomeno, consentendo ai messaggi promozionali di invadere la vita privata. Immagini e frasi brevi, penetranti, convincenti. Attratti dagli strumenti pubblicizzati dalla struttura sanitaria, molti pazienti si dimenticano di verificare chi siano le persone che li utilizzano, convinti che uno valga l'altro, senza distinzioni.

Un concetto pseudo-sociale dell'"uno vale uno" che negli ultimi anni si è diffuso contro ogni logica. Come dire che chiunque, dotato di martello e scalpello, sia in grado di scolpire il David. Forse anche no. È meglio chiedere informazioni e fare qualche verifica, prima di mettersi nelle mani dello scultore sbagliato.

in collaborazione con

