

Medyczne reklamy pod lupą NRL



Na ekranach telewizorów natrętna reklama suplementów diety wszelakiego rodzaju i przeznaczenia, środków na dolegliwości kardiologiczne, gastryczne, reumatologiczne, laryngologiczne, neurologiczne, stomatologiczne itp. W jej scenariusz wplecione są różne osoby. Czy mogą to być także lekarze?

Sprawę udziału lekarzy w reklamie jednoznacznie reguluje artykuł 63 Kodeksu etyki lekarskiej. Po pierwsze – lekarz tworzy swoją zawodową opinię jedynie na podstawie wyników swojej pracy, dlatego wszelkie reklamowanie się jest zabronione. Po drugie – lekarz nie powinien wyrażać zgody na używanie swego nazwiska i wizerunku do celów komercyjnych.

Nie ma wątpliwości: reklamy z udziałem lekarzy (także tych pozorowanych) są bardziej przekonujące, mają zdecydowanie większy wpływ na odbiorcę. Są też niebezpieczne. Indywidualna decyzja o zakupie produktu leczniczego z telewizji może skomplikować leczenie prowadzone przez profesjonalistę.

„Suplement diety pomaga kontrolować wytrysk i przedłużyć czas stosunku seksualnego. Prawdziwego mężczyznę poznać po tym, jak kończy. Polecam – Zbigniew Lew-Starowicz”. Tej treści ilustrowana reklama wzbudziła swego czasu sporo kontrowersji i sprowokowała dyskusję o przestrzeganiu ustawowych i kodeksowych zasad.

Także prawo farmaceutyczne nie pozostawia wątpliwości – adresowana do publicznej wiadomości reklama produktu leczniczego nie może prezentować go za pośrednictwem osób zna-

nych publicznie, mających wykształcenie medyczne lub farmaceutyczne, lub sugerujące, że takowe posiadają, a także naukowców. Z kolei ustawa o działalności leczniczej stanowi, że wykonujący ją podmiot może publicznie informować o zakresie i rodzajach udzielanych świadczeń zdrowotnych, ale zarówno forma, jak i treść nie mogą mieć cech reklamy.

Gdy idzie o suplementy diety, ich reklama nie powinna wprowadzać w błąd oraz w żadnej mierze nie może przypisywać im właściwości zapobiegania chorobom (także ich leczenia) i odwoływać się do tych właściwości.

– *Nasz mózg błyskawicznie czyta symbole i biały kitel, czyli stetoskop kojarzy z pozostałymi atrybutami zawodu lekarza, takimi jak wiedza, kompetencja, autorytet, bycie człowiekiem godnym zaufania* – tłumaczy na www.medonet.pl Katarzyna Kucewicz, psycholog z Centrum Psychoterapii Kucewicz & Piotrowicz. – *I choć po chwili dociera do nas, że mamy przed sobą nie lekarza, lecz aktora, który zachwala suplement za pieniądze, to i tak podprogowo, czyli bez udziału świadomości, nabieramy zaufania do tego medykamentu.*

Naczelna Izba Lekarska już od trzech lat zdecydowanie przeciwstawia się pozamedycznemu występowi lekarzy. W tym samym portalu informuje o tym dr Grzegorz Wrona, naczelny rzecznik odpowiedzialności zawodowej: „Wszczęto czterdzieści dwa postępowania w stosunku do konkretnych lekarzy, którzy naruszyli kodeks etyki. Dwadzieścia trzy przypadki zakończyły się orzeczeniem winy i kary. Zwykle były to kary upomnienia albo finansowe w wysokości od jednej do czterech średnich pensji krajowych. Przeznaczono je na cele charytatywne. Wszyscy wezwani do złożenia wyjaśnień lekarze byli pytani o to, czy wiedzą, co reklamują, czy znają badania dotyczące właściwości suplementu diety, który tak zachwalają. Niestety, w wielu przypadkach rozmowa ta obnażyła ich totalną niewiedzę. Odwołania od wspomnianych wyroków były nieliczne. Jeden z lekarzy zwrócił się do Sądu Najwyższego o kasację, ale sąd oddalił ten wniosek jako bezzasadny.”

Kilka tygodni temu Główny Inspektorat Farmaceutyczny nakazał firmie Aflofarm Farmacja Polska wstrzymanie emisji telewizyjnej reklamy syropu dla dzieci Neosine, bo wprowadzała ona odbiorcę w błąd. Zawarte w niej były między innymi informacje: „przyspiesza leczenie, zapobiega chorobie”, a hasło brzmiało: „Neosine – zwalczy wirusy, pokonaj infekcję”; GIF zakwestionował też wprowadzone modyfikacje.

Naczelna Rada Lekarska postanowiła o konieczności monitorowania mediów i ujawniania lekarzy, którzy uczestniczą w reklamach. To nie wszystko. Przekonuje ona, że Ministerstwo Zdrowia powinno ustanowić zakaz emisji takich spotów, podobnie jak i spotów, w których lekarzy odgrywają osoby trzecie. (AP)