

İlaçta Reklam Savaşı*

✱

"Toplumumuz insanının kültür ve bu konudaki bilinç düzeyi ortada iken, reklamlarla yönlendirilmiş kişilerin kendi kendilerini tedavi etmek üzere ilaçlarını tezgah üzerinden seçip almalarının neler getireceğini, ben bu işin kararını veren kişilerin vicdani sorumluluğuna bırakıyorum..."

✱

Son günlerde kamuoyunda sıkça tartışılan konu: İlaçta Reklam. Sağlık Bakanlığının bu konudaki açıklamasını takiben eczacılar, hekimler, hekim ve eczacı meslek odaları İlaçta Reklam'ı yoğun bir biçimde tartışır oldular.

Aynı konuyu güncelliği nedeniyle Eczacılık Fakültesi öğretim üyelerinden ve 1985-1991 yılları arasında Türk Eczacıları Birliği II. Başkanlığı yapan ve halen de FIP (Uluslararası Eczacılık Federasyonu) Konsey Üyesi Doç. Dr. Doğu Nebioğlu ile tartıştık:

● **Siz öğretim üyeliğinin yanısıra 3. dönemde Türk Eczacıları Birliği II. Başkanlığı yaptınız. İlaçta reklam olayını mesleki açıdan, kamuoyunu ilgilendiren yönleriyle ve yasalar açısından nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Röportajı yapan: Doç.Dr. Sevgi ŞAR

*"Ankara Üniversitesinden Haberler Dergisi"nin Eylül-Ekim 93 sayısından aynen alınmıştır.

○ Sizin de belirttiğiniz gibi, hem sağlık mesleklerini, hem de kamuoyunu çok yakından ilgilendiren önemli ve güncel bir konu.

İlaçta reklam konusunun gerek dünyada, gerekse Türkiye'de çok yeni olmamakla birlikte, yeniden ve ısrarla gündeme getirilmesi düşündürücüdür. Yürürlükteki mevcut yasalara baktığımızda ilacın reklamının kesinlikle yasak olduğunu görürüz. İlaç ve eczacılıkla ilgili uygulamaları düzenleyen sözünü ettiğimiz o yasalar çıkarılırken, getirilen bu yasak rastlantı eseri değildir. Çok doğru, yerinde kararlardır ve ayrıca gerekçeleri bugün de aynen geçerliliğini korumaktadır.

● **Peki reklamın bugün yeniden gündeme gelmesi sizce nasıl yorumlanabilir?**

○ Esas düşündürücü olan da budur. Şimdi, ilaçta reklam olayını tek başına ele alır, yorumlamaya çalışırsak yanlış olur. Çünkü, ilacın reklamlarla satışı üçlü bir paketin sadece bir parçasıdır.

● **Nedir diğer parçalar?**

○ Üçlü paket reklamın yanında, OTC ve ilaçta patenti de içermektedir. Yani paketi oluşturan üçlü birbirinin ayrılmaz parçalarıdır ve hep birlikte uygulamaya konulmazsa bir anlam ifade etmez. Dolayısıyla ilaçta reklamı gündeme getiren çevreler, diğer taraftan da patent ve OTC'yi (Over The Counter/Tezgah üzerinden reçetesiz satılacak ilaçlar) uygulamaya sokmak için direteceklerdir.

● **Bu söyledikleriniz birçok ülkede zaten uygulanmıyor mu?**

○ Bunların uygulandığı ülkeler var. Ancak, bu ülkelerin genel koşullarını, insanların kültür ve eğitim düzeylerini bizim ülkemiz insanı ve koşullarıyla karşılaştırdığımızda çok büyük farklılıklar olduğunu görürüz.

Bundan da önemlisi, ilacın evrensel tanım ve nitelikleri itibarıyla de bu üçlü paketin ülkemizde uygulamaya konulmasının büyük

sakıncalar yaratacağını düşünüyordum. Dünyada yaşanan globalleşme süreci ile birlikte, Avrupa Topluluğu'na giriş hazırlıklarını yoğunlaştıran ülkemiz için, ilaçta patentin kabul edilmesi ve biran önce uygulamaya konulması vazgeçilmez koşullardan biri olarak önümüze konulmak isteniyor. Oysa, 1960'larda eski adıyla İhtira Berat-ı kanununu yeniden ele alan Kurucu Meclis, o tarihte ilacı patent kapsamı dışında bırakmakla yine çok yerinde ve doğru bir karar almıştır. Bu arada izin verirseniz hemen belirtiyim: bilime, bilimsel emeğe ve doğal olarak bunun koruma altına alınmasına saygımız büyük. Ancak, kendisi henüz ilaç etken maddesi geliştiremeyen, bunu ilaç haline getirip, diğer ülkelerde pazarlama şansı olmayan bir ülke için, ilaçta patenti kabul etmek, kendisi için son derece lüks olan bir adım atması demektir.

● Lüks olan yönünü biraz daha açabilir misiniz?

○ Biraz önce de belirtmeye çalıştığım gibi, bir ülkenin kendisinin ilaç geliştirip, başka ülkelere bunları pazarlayamadığı, yani uluslararası pazara bu anlamda açılmadığı bir ortamda, patenti kabul etmesi demek, kendisinin hiç kullanamayacağı bir hakkı kendisine karşı kullansınlar diye başkalarına vermek olur ki, bu da hiç hak etmediği ağır bir bedeli zamanından önce ödemesi olur.

Bu konuda ortaya konulmuş kesin hesaplar var. Patent gelmesiyle belirli fakat çok kullanılan ilaçların fiyatları % 200, 300, 400 kat artacaktır. Bu hem ülkenin insanları, hem de sağlık harcamalarını üstlenen devlet bütçesi için ağır ve lüks olan bir bedel olacaktır.

Ayrıca, gelişimini yeni yeni tamamlayan yerli ilaç sanayiinin de tümünden yok olmasına neden olacaktır ki, bu da ülkemiz için çok ağır, çok lüks bir bedel olacaktır. Bugün için, Avrupa Topluluğuna kabul edilmelerine rağmen, İtalya gibi, Portekiz gibi ülkeler, patent uygulamasını yıllar sonra kabul ederek, ulusal ilaç sanayilerini ayakta tutmayı başarmışlardır.

● Peki hocam reklamla olan ilişki ve bu konudaki görüşünüz nedir?

○ İlaç sosyo-ekonomik açıdan ele alındığında; değişim değeri ile kullanım değeri birbirinden çok farklı bir ürün olarak karşımıza çıkar. Örneğin diyabet hastası için insülin vazgeçilmezdir. Yani, diyabet hastası için insülinin kullanım değeri, değişim değeri ile karşılaştırılmayacak oranda çok yüksektir. İşte bu nedenle de ilaca olan tüketici talebinin esnekliği sıfırdır.

Eğer bütün bu niteliklerini gözardı etmezsek, ilacı herhangi bir ticari meta gibi görmek ve onu ticaretin genel kurallarıyla değerlendirmek, son derece yanlış ve sakıncalı olur.

Ben bu bakımdan, Sağlık Bakanlığının da "İlaç rekabete açmak bu anlamda reklamına müsaade etmek" şeklindeki yaklaşımlarını bir kez daha gözden geçireceğini ve gerekli düzenlemeleri buna göre yapacağını umut ediyorum.

● Halkımız ve mesleki açıdan durumu nasıl değerlendiriyorsunuz?

- Baştan beri açıklamaya çalıştığım gibi, reklam; patent ve OTC olmaksızın tek başına uygulaması mümkün olmayan bir konu. Bu bakımdan reklam, kişilerin kendi başlarına gidip tezgah üzerinde alacakları OTC ilaçları için yapılacak. Yani sistem, hekimi, eczacıyı ve eczaneyi devre dışı bırakmaya ve OTC olarak adlandırılan bu ilaçları marketlerden doğrudan kişilere pazarlamayı hedefleyen bir sistem... Son günlerde basına intikal eden ve Bakkallar Federasyonunun ilaç satmaya yönelik olarak Sağlık Bakanlığına yapmış olduğu talep de bunun en güzel işaretidir... Sonuç olarak şöyle toparlamak istiyorum; Toplumumuz insanının kültür ve bu konudaki bilinç düzeyi ortada iken, reklamla yönlendirilmiş kişilerin kendilerini tedavi etmek üzere seçip almalarının neler getireceğini, ben bu işin kararını veren kişilerin vicdani sorumluluğuna bırakıyorum.