

PRESS CLIPPING SHEET

PUBLICATION:	Al Shorouq
DATE:	22-June-2015
COUNTRY:	Egypt
CIRCULATION:	280,000
TITLE :	Promotion for the Disease to Sell Drugs
PAGE:	11
ARTICLE TYPE:	Drug- Related News
REPORTER:	Staff Report

« من الصحافة العالمية

الترويج للمرض من أجل بيع الدواء

هو الحال مع «انخفاض التستوستيرون» هنا، فالمعاج هو هرمون تستوستيرون. وقد ذكرت الحملة على وجه التحديد اسم الهرمون في جميع أشكاله المتاحة (قرص، شريط لاصق، كرة دواء، جيل، إلخ)، باعتباره علاجاً يوصى به.

وحشي لو كانت وكالة الأغذية والمقايير عاجزة، يعتقد المقال أنه لا يزال هناك حل وهو إحالة الأمر إلى لجنة التجارة الاتحادية بالولايات المتحدة. ولكن أيا من الوكالة أو لجنة التجارة الاتحادية لم تتخذ موقفاً للحد أو القضاء على حملة «انخفاض التستوستيرون». وقد تعرض المستهلكون لسنوات إلى ما يسمى إعلانات التوعية بالمرض والتسويق التي عبرت بوضوح الخط الفاصل إلى ترويج المقار بدون تسمية.

ويبين المقال أسفاً أن حملة «هل هو انخفاض في التستوستيرون؟» لا تعتبر حملة فريدة من نوعها. فهي مجرد مثال لما صار عادياً بالتسوية لشركات الأدوية. ويجب على الجهات التنظيمية البقطة إزاء مثل هذه الحملات والعمل على الغور عند عبورهم الخط الفاصل بين التوعية والإعلان. والأمريكية أخيراً في الحد من الوصفات غير اللازمة لانخفاض الهرمون المتعلق بالشيخوخة - وهذا شيء جيد. ولكن هذا لا يكفي، حيث تحتاج الوكالة لاستعراض المضلات التنظيمية، والقضاء على ما يسمى حملات «التوعية بمرض» التي تروج لاستخدامات المقايير من دون التسمية.

The Washington Post

تعرض المستهلكون لسنوات إلى ما يسمى إعلانات التوعية بالمرض والتسويق التي عبرت بوضوح الخط الفاصل إلى ترويج المقار بدون تسمية.

أولئك الذين يعانون انخفاض هذا الهرمون بسبب الصددمات النفسية، والعلاج الكيماوي، والتشوهات الوراثية، أو بعض المشكلات الأساسية الخطيرة الأخرى. هؤلاء المرضى بحاجة إلى التستوستيرون لممارسة حياتهم الطبيعية أو لاستعادة الوظيفة الجنسية. وهم لا يحتاجون إلى حملة توعية. وكما ترى وكالة الأغذية والمقايير الآن، فإن فوائد واضرار علاج انخفاض التستوستيرون للرجال المتعلق قد لا تكون الأعراض التي ظهرت في الإعلانات ذات صلة بمستوى هرمون تستوستيرون. ولهذا تشكك لجنة استشارات القيد الصماء التابعة لوكالة الأغذية والمقايير فيما إذا كان انخفاض الهرمون المصاحب للشيخوخة، مرض أصلاً، أم أن الأمر كما جاء على لسان الممثل الكوميدي ستيفن كولبير هو مجرد «حالة

تتمتعها شركات الأدوية للتأثير على الملايين من الرجال الذين يعانون من انخفاض التستوستيرون، فيما كان يعرف من قبل باسم التقدم في السن». ووفقاً لوكالة الأغذية والمقايير، يعتبر الارتفاع الكبير في استخدام التستوستيرون ساحق بين الرجال الذين يعانون من الشيخوخة. ولذا يتسائل المقال أنه في حالة عدم وجود استناد من وصف هرمون التستوستيرون لهؤلاء الرجال - المستهدفين بحملة «هل هو انخفاض التستوستيرون؟» - لماذا لم ترفض الوكالة الحملة منذ سنوات؟

وتعترف استشارات القيد الصماء قالت إنها لا تستطيع التصرف، حيث يمكن التدخل في حملة توعية المرض فقط في حالة أن تذكر الحملة دواء معيناً بالاسم، ولكن لا شك أنه يمكنها التدخل في الحملات عندما يكون المقار الذي لم يكشف عن اسمه فريداً، كما

الوصفات الطبية، عندما أطلقت مختبرات «أبو» حملة التوعية بمرض انخفاض الهرمون. وحث الحملة عدداً لا يحصى من الرجال في منتصف العمر الذين يرغبون أن يصبحوا أكثر نشاطاً، مع المزيد المضلات، وأكثر نشاطاً وأكثر ارتباطاً جنسياً على أن يسألوا أطباهم عما إذا كان انخفاض هرمون التستوستيرون يمكن أن يكون السبب في اكتسابهم الوزن، والشعور أحياناً بالحزن أو الغضب، أو التعلس بعد وجبات الطعام.

ويبين المقال أن موقع الحملة قد طرح على الانترنت اختصاراً بعنوان يتسائل فيه «هل هو انخفاض تستوستيرون؟» كان يلبه الرجال حول ما إذا كان ينبغي التحقق من مستوى الهرمون لديهم. وربما كانت علامة إيجابية أن الاختبار قد فقد مصداقيته الشهر الماضي، وذلك بسبب إعطائه نتائج غير دقيقة. بل أن الموقع كان يقدم توجيهات للزوار عن كيفية طرح الأسئلة. ولضمنت الأسئلة المقترحة «بناء على الأعراض التي أشعر بها، هل ينبغي أن أجري اختباراً لفحص انخفاض التستوستيرون؟».

ويؤكد المقال أنه غالباً ما تلمس الحملات - التي تمولها شركات - للتوعية بالأمراض، الخط الفاصل بين الرسائل الصحية العامة التي تزيد من الوعي حول الأمراض المهمة، وبرنامج اقتصادي يهدف للترويج لمرض من أجل بيع عقار. وهي معادلة بسيطة: كلما زاد الفحص الطبي، زادت كتابة الوصفات. وعلى ما يبدو، كانت حملة «هل هو انخفاض في التستوستيرون؟» تهدف لدفع أكبر عدد ممكن من الرجال لطلب التشخيص.

ويرى المقال أن المشكلة ليست في دفع نوعية الرجال (والفتيات) الذين يحتاجون التشخيص بالفعل، مثل

نشرت صحيفة واشنطن بوست الأمريكية مقالاً كتبه كل من ستيفن فولوش ونيلا شوارتز حول قيام بعض الحملات بالترويج للأمراض بدلاً من التوعية بها وبالوقاية منها، مستشهدين بما قامت به إحدى الحملات من ترويج لأدوية التستوستيرون بدلاً من التوعية بأضرار هذا المرض، ويشير المقال في افتتاحيته إلى أن إدارة الأغذية والمقايير الأمريكية بدأت أخيراً في الضغط ضد الإضراف في وصف العلاج بأدوية هرمون التستوستيرون. بعد مرور سبع سنوات وكتابة ٢٥ مليون روثنة طبية على الأقل ٩.٧ مليار دولار من مبيعات علاج ذلك الهرمون.

ويوضح المقال أنه في الشهر الماضي، وفي استجابة للقواعد الجديدة طرحتها وكالة الأغذية والمقايير، نشرت شركات صناعة التستوستيرون تعليمات جديدة للأطباء تبين أنه غير مصرح ببيع المقار للرجال الذين يعانون من انخفاض مستويات هرمون تستوستيرون الناجمة عن الشيخوخة. ويجب على الشركات الآن تحذير الأطباء بشأن احتمال زيادة خطر الإصابة بالتلويث القلبية والسكتة الدماغية لدى الرجال الذين يتناولون هذه الأدوية.

وصدورت القواعد بعد أن أعلنت الوكالة في مارس أنها «وجدت أن هرمون تستوستيرون يستخدم على نطاق واسع في محاولة لتخفيف الأعراض لدى الرجال الذين يعانون انخفاض هذا الهرمون من دون سبب واضح سوى الشيخوخة، ولم تثبت فوائد وسلامة هذا الاستخدام».

وقد أثار المقال في هذه القضية تساؤلاً حول سبب تعامل هذا العدد الكبير من الرجال هرمونا غير مصرح باستخدامه، حيث بدأت في عام ٢٠٠٧، زيادة عشرات الأضعاف في كتابة التستوستيرون في