

Pismo

MAGAZYN OPINII

KWIECIEŃ 2020 | NR 4 (28)

REPORTAŻ

Dlaczego terapie onkologiczne są niedostępne?

STUDIUM

Suplementy diety: czy wiesz, co łykasz?

HISTORIA OSOBISTA

Ostatnia wolna gazeta pod rządami Orbána

PORTRET

David Attenborough: dyżurny obrońca środowiska

CENA: 14,99 zł (w tym 8% VAT)

ISSN 2544-5022 INDEKS 422258
04>



9 772544 502005

MAGAZYN OPINII

Pismo

KWIECIEŃ 2020 | NR 4 (28)



MAGAZYN OPINII Pismo.

KWIECIEŃ 2020

OPOWIADANIE

Ostatnia stacja | 6
JAROSŁAW WESTERMARK

Milego dnia | 82
JAN MAZUREK

Sadzonki Margaret | 92
AOKO MATSUDA

RZECZ GUSTU

Redakcja poleca | 3
komu przekazać 1 procent podatku

APTECZKA

Co w niej trzyma... | 95
MAGDA HUECKEL

POEZJA

Duch lasu | 27
KRYSTYNA DĄBROWSKA

[...] | 55
RUKHL FISHMAN

Piękny dzień | 63
TADEUSZ DĄBROWSKI

OBRAZ

CYKL DOBRO WSPÓLNE **Dwie Pauliny** | 4
MARTA RYBICKA

FOTOREPORTAŻ **Threshold** | 40
KAROL GRYGORUK

KOMIKS **Bohater** | 70
MAŁGORZATA HALBER

ŻARTY RYSUNKOWE **życie-na-kreskę**
MARTA ZABŁOCKA

OKŁADKA **Powrót do zdrowia**
MARIANNA SZTYMA

FELIETON

2 | TYMCZASEM **Nagłówki**
MARCIN WICHA

96 | PRZYPISY **O zdrowiu**
ZUZANNA KOWALCZYK

REPORTAŻ

18 | **Mój kraj utrudnia mi życie**
ALEKSANDRA WARECKA pokazuje, jak wygląda dostęp do terapii onkologicznych

34 | **Lola idzie w świat**
AGATA ROMANIUK o odnalezionej po latach dziewczynce, która wciąż się boi

56 | **Facebookville**
MAGDALENA DZIAŁOSZYŃSKA-KOSSOW o pracy w samym sercu Doliny Krzemowej

ROZMOWA

28 | **Zamykamy obieg**
MAREK SZYMANIAK pyta MARTYNĘ SZTABĘ o to, co można zrobić z zużytych opon

STUDIUM

10 | **Kasza przebrana za antybiotyki**
ŁUKASZ ŁAMŻA bada skład suplementów diety, które łykamy na potęgę

PORTRET

48 | **David Attenborough. Ciekawski obserwator**
PATRICK BARKHAM o najsłynniejszym opowiadaczu przyrody

HISTORIA OSOBISTA

64 | **Ocalić przed Viktorem Orbánem**
CSABA LUKÁCS opisuje, jak partyzancko wydawać gazetę w autorytarnym kraju

76 | **SORry**
JULIUSZ CWIELUCH udowadnia, jak w Polsce (nie) leczymy dzieci

ESEJ KULTURA

84 | **Heroina**
MIKE URBANIAK o malarce Artemizji Gentileschi, która wyprzedziła swoją epokę

MAGAZYN OPINII
Pismo.

Pismo. Magazyn opinii
www.magazynpismo.pl

Wydawca: Fundacja Pismo
ul. Wojciecha Górskiego 1/66,
00-033 Warszawa
KRS: 0000689263, NIP: 1182150957

Prezes Zarządu: Piotr Nesterowicz
Członkowie Zarządu:
Magdalena Kicińska, Piotr Stasiak

Redakcja: Pismo. Magazyn opinii, ul. Wojciecha Górskiego 1/66, 00-033 Warszawa,
Redaktorka Naczelna: Magdalena Kicińska, **Szefowa Działu Idee:** Karolina Lewestam,
Sekretarz Redakcji: Katarzyna Kazimierowska, **Redakcja:** Marcin Czajkowski, Zuzanna Kowalczyk, Zofia Sawicka,
Felieton: Marcin Wicha, **Korekta:** Monika Marczyk, Dorota Śrutowska,
Szefowa Projektów Cyfrowych: Barbara Sowa, **Wydanie Cyfrowe:** Mateusz Roesler,
Projekt makiety: Jacek Utko, **Redaktorka Artystyczna:** Karolina Mazurkiewicz,
Szefowa marketingu i sprzedaży: Kalina Wyszyńska, **Promocja:** Ewa Salamon, **Fundraising:** Anna Linowska,
Reklama: reklama@magazynpismo.pl, **Prenumerata:** www.magazynpismo.pl/prenumerata

Redakcja nie zwraca tekstów niezamówionych oraz zastrzega sobie prawo do redagowania i skracania. Redakcja nie odpowiada za treść ogłoszeń i ma prawo do odmowy publikacji.



Nagłówki

MARCIN WICHA

(ur. 1972), grafik, projektuje okładki, plakaty, znaki graficzne. Pisarz. Nagrodzony Paszportem „Polityki” 2017 w kategorii literatura. Laureat Nagrody Literackiej Nike 2018 za *Rzeczy, których nie wyrzuciłem*.

Z nad Adriatyku przyleciały mewy – mówię. – Podobno teraz zimą w Polsce – Dlaczego? – Z powodu ocieplenia. – Przecież nad Adriatykiem jest cieplej – mówisz i nie mam

Ktoś udostępnił, nie chciało mi się klikać. Może zresztą kliknąłem. Pamiętam tytuł i podpis. Mewa (zdjęcie ilustracyjne). Wybrzeże Adriatyku (źródło: Wiki Commons)

Czytam już tylko nagłówki. Czasem jeszcze pierwszy akapit, do słów: „Pozostało jeszcze 93% tekstu”. Pierwszy kwartał GRATIS. Zniżka z Kartą Dużej

Wy tłumacz upadek cywilizacji w jednym zdaniu. „Cywilizacja upadła przez wyjaśnianie wszystkiego w jednym zdaniu”. Potrzebujesz POMOCY? W celu natychmiastowej interwencji – zadzwoń na policję lub

My też czytamy już tylko swoje nagłówki.

Ty moje pierwsze AKAPITY. Ja twoje pierwsze ZDANIA. Do kłódki. I tak się domyślamy dalszych

Co w pracy? Dobrze. Mieli zrobić masę solną, wyraźnie napisałam, żeby przynieśli mąkę, sól i metalowe miski. Mogły być PLASTIKOWE, to jeden przyniósł SZKLANĄ. Na szczęście rozbiła się od razu, więc nikomu nic się nie stało. Potem rozsypali mąkę i wylali

Co w pracy? Dzień jak co dzień. Dłubaliśmy coś w pracowni. Znow nie poszedłem na POCZTĘ. Siedem procent tekstu. Pierwszy AKAPIT góry lodowej. Wieczorem przekartkujemy dzieci

Ciekawe, co u Zuzi? W sobotę byli w IKEI i kupowali poduszkę. Widziałam na instastory. Zrobili sobie zdjęcie z pluszowym ORANGUTANEM

Podobno ta kelnerka z kawiarni obok chce otworzyć własny LOKAL. Kupiła już profesjonalny EKSPRES do kawy. Ma upatrzone świetne miejsce, potrzebuje tylko zgromadzić

Premier Babisz przywiózł na szczyt pięć KOSZUL, jednak spotkanie europejskich przywódców zakończyło się niepowodzeniem. Nie ustalono nowego

„Cieszył się, dzwonił do wszystkich znajomych”: 106-letni WETERAN przyjęty do grupy rekonstrukcyjnej, przez dwa dni wierzył, że został generałem Wojska Polskiego. „Rozpłakał się, gdy mu

– Naukowcy ustalili, że wirus przeskoczył z NIETOPERZA na łuskowca – Jak przeskoczył? – Na TARGU. – Ale nietoperz ugryzł łuskowca? Łuskowiec nasikał na nietoperza? Nie wiem, ja tylko

Eksperci przestrzegają. Grożą nam niedobory CZOSNKU. Chiny są globalną potęgą w produkcji tego PRZYSMAKU. Cztery na pięć główek pochodzi z Państwa

„W poniedziałek rano było bardzo mi źle cały dzień”: PIERWSZY pacjent czuje się lepiej. Ucieczka z kwarantanny będzie karana więzieniem. Sprzedawczyni kichnęła na ROSZPONKĘ. Włochy ogłosiły

Szanowni Państwo, w duchu troski o bezpieczeństwo uczestników zdecydowaliśmy odwołać KOKTAJL. Jest nam ogromnie

Najlepiej, kiedy CZASY są niewyraźne. Pozbawione KOLORU i KSZTAŁTU. Pozbawione punktów charakterystycznych. Czasy powinny wyglądać jak pejzaż północnego Mazowsza. Powinny się dłużyć jak ośmioletnia podstawówka, a nie

– Szanowna Pani! Rodzice zdecydowali, że JUTRO zostają w domu. Kartkówkę z WOS napiszę w pierwszą środę po zarazie. – Szanowni Państwo, informujemy, że decyzja PREMIERA szkoła została

Zawiesili połączenia. Zamknęli KINA. Odwołali Katyński Marsz Cieni. Podobno w centrum jest mnóstwo MIEJSC parkingowych

– Słyszysz? To mewa znad Adriatyku

Rzecz gustu,

CZYLI REDAKCJA „PISMA”
PODPOWIADA W KWIETNIU:

podaruj 1%

...leży Ci na sercu los dzieci, które doznają przemocy, przypominamy tekst Patrycji Bukalskiej *To nie jest kraj dla małych ludzi* (z numeru 3/2019 „Pisma”) oraz proponujemy wesprzeć **Telefon Zaufania dla Dzieci i Młodzieży** (KRS: 0000204426) działający przy Fundacji Dajemy Dzieciom Siłę. W ciągu jedenastu lat swojego działania Telefon Zaufania odebrał 1,3 miliona połączeń od młodych osób, które pilnie potrzebują wsparcia, najczęściej od młodzieży o krok od samobójstwa i dzieci doświadczających przemocy. Telefon został w ubiegłym roku pozbawiony stałego finansowania i obecnie utrzymuje się z dobrowolnych wpłat darczyńców. Tym istotniejszy dla jego funkcjonowania jest dochód pozyskany z jednego procenta podatku.

...chciałabyś lub chciałbyś wesprzeć dzieci w trudnej sytuacji rodzinnej, których prawo do wychowania w rodzinie jest zagrożone lub chwilowo niemożliwe do respektowania, wesprzyj **Towarzystwo Nasz Dom** (KRS: 0000050053) działające wraz z Funduszem im. Janusza Korczaka. Organizacja ta zajmuje się wspieraniem rodzin zastępczych, pomocą rodzinom w kryzysie, szkoleniem specjalistów i wysyłaniem dzieci z ubogich rodzin na wakacje. O tym, dlaczego taka pomoc jest ważna i potrzebna, pisała w reportażu *Zgłaszam nieprzygotowanie do życia* Aleksandra Warecka (w numerze 3/2019).

...interesuje Cię wsparcie opuszczonych i osieroconych dzieci, które mogą znaleźć opiekę poza domem dziecka, przeczytaj reportaż *Wychowałam dziewiętnastoletnią dziewczynę* Łukasza Pilipa (z numeru 1/2019) i oddaj swój jeden procent podatku na **Stowarzyszenie SOS Wioski Dziecięce** (KRS: 0000056901), które pracuje nad tym, by stworzyć swoim podopiecznym domy, wyrównać ich szanse i pomóc im stać się samodzielnymi dorosłymi. Oprócz wioski dziecięcych organizacja prowadzi też świetlice środowiskowe, w których potrzebujące dzieci mogą zjeść ciepły posiłek, nadrobić zaległości w nauce oraz otrzymać pomoc psychologiczną.

W tym miesiącu w miejsce rekomendacji kulturalnych przygotowaliśmy subiektywny przegląd organizacji pożytku publicznego, na które możecie przekazać swój jeden procent podatku. O potrzebie wspierania większości z nich pisaliśmy przy okazji reportażu i esejów pokazujących złożoność problemów, z którymi starają się walczyć polskie fundacje. Jeśli więc...

...zależy Ci na dobrostanie zwierząt, których okrutne traktowanie jest niestety wciąż normą, co pokazał w reportażu *Jedynaste: nie krzywdź zwierząt* Michał Szczęch (z numeru 11/2019), przekaz swój jeden procent podatku na **Towarzystwo Opieki nad Zwierzętami w Polsce** (KRS: 0000154454). Jest to organizacja opiekująca się tysiącami zwierząt w schroniskach, przeprowadzająca interwencje dotyczące znęcania się nad zwierzętami oraz ratująca zwierzęta bezdomne. Towarzystwo jest najstarszą organizacją zajmującą się takimi działaniami w Polsce i liczy osiemdziesiąt siedem funkcjonujących oddziałów na terenie całego kraju.

...szczególnie mocno leży Ci na sercu los zwierząt zamkniętych na fermach przemysłowych, o których między innymi pisali Marcin Napiórkowski, Katarzyna Szyngiera i Mirosław Wleki w reportażu *Mniej żreć!* (z numeru 2/2020), przekaz swój jeden procent podatku na organizację **Otwarte Klatki** (KRS: 0000444120). Jej celem jest wprowadzanie systemowych zmian społecznych, które doprowadzą do zapobiegania cierpieniu zwierząt, dokumentowanie warunków chowu przemysłowego oraz edukacja promująca pozytywne postawy wobec zwierząt. Otwarte Klatki są częścią globalnej koalicji na rzecz praw zwierząt.

...swoją jeden procent podatku chcesz przekazać na rzecz wsparcia osób starszych i samotnych, o trudach których pisali w reportażu *ZUS. Zakład Utylizacji Staruszków* Juliusz Ćwieluch (w numerze 11/2019) oraz Ewa Wołkanowska-Kołodziej w reportażu *Więźniowie czwartego piętra* (w numerze 1/2018), wesprzyj **Stowarzyszenie mali bracia Ubogich** (KRS: 0000160750). Organizacja ta daje samotnym starszym osobom oparcie i poczucie bezpieczeństwa, prowadząc wolontariat towarzyszący, czyli odwiedziny wolontariuszy w domach ich podopiecznych. Stowarzyszenie deklaruje, że Twój jeden procent podatku prześle „na zapewnienie starszym, samotnym ludziom w całej Polsce wsparcia doświadczonych psychologów, którzy z uwagą i troską wysłuchają każdego”.

...chcesz wesprzeć osoby w dramatycznej sytuacji ekonomicznej i lokalowej, na przykład bezrobotnych usuniętych z kwater i hoteli pracowniczych, matki z dziećmi maltretowane przez mężów, opuszczających więzienie lub dom dziecka, chorych, o których pisali na naszych łamach Dorota Borodaj w tekście *Bracia bezdomni* (w numerze 11/2018) oraz Marek Szymaniak w reportażu *My, bezdomniaki od jabłek* (w numerze 4/2019), wesprzyj **Towarzystwo Pomocy im. Świętego Brata Alberta** (KRS: 0000069581). Organizacja ta prowadzi osiemdziesiąt schronisk i noclegowni w całej Polsce oraz jadłodajnie i łaźnie. Dotacje władz pokrywają połowę kosztów ich utrzymania – resztę środków pozyskują od darczyńców, również w ramach jednego procenta.

...chcesz, aby Twój jeden procent podatku powędrował do tych, którzy ucierpieli w wyniku kryzysów humanitarnych, takich jak konflikty zbrojne i katastrofy naturalne, wpisz w swoje oświadczenie podatkowe **Polską Akcję Humanitarną** (KRS: 0000136833), która od lat niesie pomoc, prowadząc projekty wodno-sanitarne, żywnościowe i medyczne w Sudanie Południowym, Iraku i Kurdystanie, Jemenie, Somalii, Kenii i na Ukrainie. Historie ludzi, do których dociera ze swoim wsparciem PAH, opowiadał swoim zdjęciami na łamach „Pisma” Karol Grygoruk w serii *Migracje*.

...zależy Ci na wsparciu ruchów walczących z przemocą i homofobią, a w szczególności sposób chcesz wesprzeć sytuację osób LGBT+, o której pisała na naszych łamach Kaja Puto w tekście *Obetnę ci łeb i zostanę bohaterem. O paradzie równości w Gruzji* (w numerze 12/2019) oraz w kontekście Iranu Alicja Borkowska w reportażu *„Nieistniejący” homoseksualiści w Iranie* (w numerze 8/2019), przekaz swój jeden procent podatku na organizację **Lambda** (KRS: 0000140531). To najstarsza w Polsce organizacja LGBT+, działająca od dwudziestu trzech lat w obszarze zdrowia psychicznego i seksualnego, bezpieczeństwa, równego traktowania i kultury. Prowadzi między innymi telefon zaufania, poradnictwo psychologiczne i kryzysowe oraz wsparcie prawne i edukacyjne.

DOBRO WSPÓLNE

Dwie Pauliny

zdjęcie i tekst MARTA RYBICKA

„Jesteśmy grupą młodych ludzi, dla których los dzieciaków spędzających swój czas na ulicy nie jest obojętny” – czytamy na stronie poznańskiej Grupy Animacji Społecznej REZERWAT.

Paulina Rogowicz i Paulina Krzysik są pedagożkami ulicy. Dodatkowo ta druga jest tłumaczką języka rumuńskiego. Kilka razy w tygodniu zabierają piątkę romskich dzieci na rozmaite zajęcia rekreacyjne, sportowe czy artystyczne, połączone ze wspólnym posiłkiem.

Dziewczyny są wyjątkowe. Poprzez swoje doświadczenie, zaangażowanie i nieograniczoną wrażliwość, pomagają dzieciom na nowo oswoić się z miastem.

– To dzieci po przejściach, pochodzące z bardzo trudnych i niebezpiecznych środowisk, dzieci, które zwątpiły w życzliwość dorosłych. My staramy się to naprawić – mówią społeczniczki.

Cykl we współpracy z kampanią „Organizacje społeczne. To działa”
www.todziala.org





Ostatnia stacja

tekst JAROSŁAW WESTERMARK

Nie można nawet powiedzieć, że to śnieg. Słowo „śnieg” niesie ze sobą sporo przyjemnych, pozytywnych konotacji, które są obecnie całkiem nie na miejscu. Więc co? Może tak: zmrożony częściowo deszcz, zmieniający stan skupienia niemal z rozmysłem, żeby dostać się pod kurtkę, za kołnier, przykleić koszulkę do skóry i absolutnie obrzydzić każdą chwilę spędzoną poza domem.

Olga ściąga czapkę. Strąk włosów uwalnia się z uchwytu frotki i wpełza jej do ust. Wypływa go z irytacją. Włosy smakują dniem spędzonym w pracy, z wyraźną nutą papierosowego dymu; są lodowate i zupełnie obce. Ohyda. Olga spina je w ciasny, wilgotny kok i skupia się na otaczającej ją sklepowej duchocie. Zapach stłoczonych ludzi do złudzenia przypomina woń stajni. Nie, nie stajni. Obory.

Sięga po wózek i rusza w przepastne trzewia Biedronki. Antygravitacyjny wyświetlacz, unoszący się tuż przy drzwiach, na poziomie oczu, skanuje jej tęczę, po czym z entuzjazmem prezentuje obecne ceny produktów, które kupowała ostatnio. Na górze błyska wiadomość: Do siego Roku! Już do pobrania holoalendarz na Nowy Rok z Uśmiechniętą Świniką Krysią! Olga ignoruje wyświetlacz.

– Jesteś? – pyta, nie patrząc w dół.

– Tak, mamo.

Zuzia ma już jedenaście lat. Pewnie nawet nie czuje chłodu, a to za sprawą niespożytych

zasobów entuzjazmu i energii. „Dzięki Bogu za wzbogacaną biochemicznie żywność” – myśli Olga. Z wysiłkiem pcha przed sobą gigantyczny wózek. Jego układ antygravitacyjny nie działa, więc trzeba polegać na kółkach, z których jedno jest zacięte i się nie obraca. No dobrze, damy radę, byle szybciej. Najpierw pieczywo. Sięga po ciemną bagietkę z dodatkiem białka i aminokwasów.

– Nie! – piszczy Zuzia. – Mamo, przecież on wziął bułeczki!

– Co?

– Bułeczki! – Córnka szarpie Olę za płaszcz, wskazując wiszącą na ścianie drewnianą płaskorzeźbę. Surowa twarz przedstawionego na niej mężczyzny rzeczywiście zwrócona jest ku niezwykle realistycznie oddanym kajzerkom.

– Uspokój się.

– Ale mamo...

– W porządku, możesz jedną wziąć. Jedną. – Olga czuje w kieszeni wibrację. Wyciąga telefon i mruga, by odebrać połączenie.

Zuzia sięga po bułkę, specjalnie wyciągając ręce tak, żeby odwzorować gest postaci z płaskorzeźby. Potem unosi wzrok i obejmując spojrzeniem całą przestrzeń sklepu. Wysocki, łukowaty sufit, pokryty niebieską farbą i upstrzony sztucznymi gwiazdami, za każdym razem robi na niej wrażenie. Tak samo jak potężne kolumny z grubo ciosanego kamienia. Choć umieszczono na nich wyświe-

tlacze i skanery osobowości, między rozblaskami jaskrawych barw wciąż widać szare, chropowate bloki.

– Tak, wiem, ale musiałam zajrzeć do Biedronki – tłumaczy Olga do słuchawki. – Tak, wiem. Wiem! Gdybyś sam o tym pomyślał, nie byłoby problemu.

Zuzia rozpoznaje ton matki i wie, że tata musiał znów „zawalić sprawę”. Wie też, że lepiej skupić się na czymś innym. Przez chwilę obserwuje opływający ją tłum zakupowiczów. Później przygląda się uważniej płaskorzeźbie, choć zna już każde załamanie szaty i wszystkie pęknięcia drewna, które doskonale udają zmarszczki. Przenosi wzrok niżej, na umieszczoną przy bosych stopach mężczyzny tabliczkę. Czyta napis.

– ...dlatego wystąpiłam się na przystanku. Nie, same wrócimy. Tak, pamiętam. Wszystko kupię, jedź do domu.

Olga kończy połączenie. Gdy chowa telefon z powrotem do kieszeni, ktoś przypadkiem szturcha ją w łokieć, a urządzenie niemal wyslizguje jej się z dłoni.

– Kur... – zaczyna, po czym zerka na córkę. Kiedy podnosi wzrok, widzi tylko tłum identycznych kurtek i czapek. Nie ma winnego. Nieznani sprawcy.

– Idziemy – rzuca i przechodzi do następnej półki. W wózku lądują kolejne produkty; do pieczywa dołącza słoik dżemu, herbata, kawa oraz herbata z dodatkiem kawy i kakao.



Kolejka do świeżych warzyw jest ogromna; Olga ocenia ją na piętnaście minut stania. Puchowe kurtki ocierają się o siebie jak tłuste robaki. Nie ma mowy.

– Zawracamy. – Niestety, wózek jest zbyt szeroki, żeby obrócić go w alejce o sto osiemdziesiąt stopni. Pozostaje przedrzeć się do działu mięsnego. – Niech to szlag! Nie słuchaj, Brewko. Skąd tyłu ludzi we wtorek? – Olga rzuca okiem na produkty w koszyku. – Zaraz, co to jest w ogóle? Wzięłam kawę i herbatę z kawą? A może jeszcze kawę do tego? – parska. – Odłóż ją, proszę. – Podaje córce puszkę.

W oczach dziewczynki błyska rozpacz.

– Co znowu?

Zuzia wskazuje palcem na ścianę, gdzie znajduje się kolejna płaskorzeźba. Ten sam mężczyzna, w długiej szacie, otoczony przez ludzi, których twarze wyrażają irytację. Gdyby dziewczynka nie знаła dalszej części historii, nie widziałaby w tym jeszcze niczego złego. Wie jednak, że to dopiero początek... Ludzie zapamiętają wszystko i nigdy mu nie wybaczą.

Olga rzuca okiem na tabliczkę z opisem płaskorzeźby: Stacja III. Jezus odkłada Produkt z powrotem na Półkę.

– Powariowali z tym Jezusem!

– Oni na niego patrzą...

– Przestań, bo mnie zdenerwujesz!

Łzy wzbierają w oczach. Warga drży. Olga bierze głęboki oddech i przykłęka przy córce.

– Słuchaj, Brewko. To jest taki chwyt. Jak zabawa, rozumiesz? Sklep nie chce, żebyśmy coś odłożyły. Dlatego wisi tutaj ta rzeźba. Rozumiesz?

– Czyli to nieprawda? Z panem Jezusem?

Olga rozgląda się nerwowo. Ludzi jest tłum i zapewne nikt nie słucha, ale lepiej nie ryzykować.

– Nie no, prawda.

– No to...!

Dziewczynka wysuwa brodę. Olga przez chwilę rozważa poddanie się senności i ułożenie w kłębek na zabłoconej, kamienniej podłodze sklepu. W końcu wstaje z sapnięciem.

– Niech już będzie kawa z kawą. Chodź, idziemy.

Zuzię zalewa fala parzącej ulgi. Drepcze obok wózka, wbijając wzrok w puszkę. Jak dobrze! Skoro zachowały produkt, może i pan Jezus da sobie radę. Może historia potoczy się inaczej. Zuzia wolałaby nie przeżywać po raz kolejny tego samego stresu, nie czuć bólu i zażenowania. Niestety, na ścianie pojawia się kolejna płaskorzeźba.

Stacja IV: Jezus spotyka Znajomą w Dziale Warzyw. Roześmiane twarze obu drewnianych postaci są oczywiście piękne, zapowiadają jednak dalsze, tragiczne wydarzenia. Zuzia patrzy na buzię Znajomej Jezusa z niechęcią. Czemu Jezus nie poprosił jej o pożyczkę, o banknoty, monety? A skoro ona go zna, dlaczego później sama nie przysłała mu



z pomocą? Przecież mogła. Powinna. Zuzia nagle czuje się osamotniona wśród dorosłych, którzy przeciskają się między półkami; w labiryncie ich niejasnych reguł. Wiszące tu i ówdzie lampy rzucają więcej cieni niż światła. Świat jest niezrozumiały, przestrzeń ogranicza ruchy. Pozostaje jedynie niezmienna twarz na płaskorzeźbie.

Stacja V: Pracownik Biedronki pomaga Jezusowi znaleźć Produkty. Pracownik jest o głowę wyższy, ma uśmiech od ucha do ucha. Pan Jezus wydaje się przy nim drobniutki i nieporadny. Taki jak ja! – myśli Zuzia. – Ma nawet podobne włosy...

Pracownik wysuwa ku niemu dłoń, w której trzyma bliżej niesprecyzowane pudełko. Dobrze, że pan Jezus trafił na niego w drodze do kasy!

– Mamo, a nam też pomoże Pracownik?

– Jasne.

– Naprawdę?

– Tak, tak. Wezmę pastę. – Olga przyciska telefon ramieniem do ucha. W dłoniach trzyma dwie paczki kiełbasek. Różnią się kolorem etykiety, zapewne warto więc sprawdzić ich skład.

– Mamo!

Okazuje się, że kiełbaski w czerwonej paczce zawierają tylko 30% cukru. Miła niespodzianka, warto było spojrzeć. Ale na wszelki wypadek sprawdzmy też niebieską...

– Mamo!

– No?

– A czy nam też pomoże pracownik Biedronki? Bo panu Jezusowi pomógł.

– Nam nie musi, Brewko, bo damy sobie radę same.

Zuzia kiwa głową, ale ma kwaśną minę. Drepcze dalej, chwyciwszy się bocznego zderzaka ogromnego wózka. Co pewien czas szarpie i zmienia jego trajektorię, żeby lepiej zobaczyć następną płaskorzeźbę. Olga strofuje ją, ale daje się prowadzić. W sumie dobrze, że mała zajmuje się sobą. Obok kiełbasek ładują jajka, proszek do prania i potrójnie filtrowana woda.

Na kolejnych stacjach Jezus zbyt wolno waży Warzywa, Jezus zmienia zdanie po raz Drugi, Jezus odbiera Telefon od Znajomego. Właśnie kwestia telefonu martwi Zuzię najbardziej. Mama odebrała już dwa połączenia od taty, a teraz rozmawia z ciocią Jadzią. Pozostali klienci patrzyli na pana Jezusa krzywo. Na mamę chyba nie patrzą, ale lepiej nie kuścić losu. „Mówiła, że damy sobie radę same, ale co, jeśli Pracownik nie zechce pomóc, gdy nadejdzie właściwa pora? Może spotkamy Znajomą, ale ona pojawia się tylko raz i nie bierze więcej udziału w historii”. Zuzia daje się porwać opowieści, przeżywa ją na nowo, próbuje wyobrazić sobie inne, szczęśliwe zakończenie. Przecież wszystko mogło się udać, niewiele brakowało. Było blisko...

– Idziemy do kasy, Brewko.

– Ale już?

– Nie szarp mnie. Niczego więcej nie potrzebujemy.

Nad głową dziewczynki wisi monumentalna płaskorzeźba przedstawiająca Stację X: Jezus szuka Portfela.

- A ty masz portfel, mamó?
- Tak. Chodź już.
- Ale sprawdź!
- Nie ciągnij, idź do kasy.
- Sprawdź, czy masz, bo pan Jezus sprawdził!

– Sprawdziłam przed wejściem. Naprzód, do kasy, to dostaniesz coś słodkiego.

Zuzia daje się przekupić i rusza w kierunku wyjścia. Autokasy są tymczasowo nieczynne, przy każdym urządzeniu siedzi więc zastępująca je znudzona starsza pani. Kolejki są długie, ale bez przesady – pozostawiają cię nadziei na sprawną obsługę. Zuzia wbiła wzrok w podłogę, żeby nie widzieć znajomej twarzy Jezusa, który Czeka w Kolejce na płaskorzeźbie przedstawiającej Stację XI. To początek końca. Nieubłaganie nadchodzi koszmar, którego nie udało się odmienić. Zuzia nie chce patrzeć, co będzie dalej.

- Mamó, a mamy pieniądze? – piszczy.
- Jasne – Olga rozgląda się za torbami, ale żadnej nie znajduje: wisiwały nieco wcześniej. Tymczasem za jej uszkodzonym wózkiem szybko rośnie ogon kolejki.
- Ale na pewno?
- Tak.
- Nie tylko kartę?

Olga wychyla się daleko w tył i wyszarpuje jedną z wiszących na haczyku siatek. Pozostałe lądują na ziemi. Wąsaty facet, który stoi za nią w kolejce, rzuca niechętnie spojrzenie. Olga szybko odwraca się z powrotem w stronę kas. Kolejka staje w miejscu. Kasjerka sprawdza coś na poplamionej kartce, przyklepionej do ramy niedziałającego holowyswietlacza.

- Ale na pewno mamy pieniądze?
- Przestań wreszcie! – Olga orientuje się, że jej głos jest równie napastliwy i jadowity, jak zmrożony deszcz. Pochyla się nad córką, która spuszcza głowę.
- Przepraszam, Brewko, jestem zmęczona i po prostu chcę już stąd wyjść, dobrze?

Dziewczynka milczy.

– Spójrz na mnie. Spójrz. No tak. No tak, nakrzyrzałam na ciebie, wiem. To był długi dzień dla nas obu. Ale co ci właściwie jest, czemu tak wszystko przeżywaś? Powiedz.

Zuzia wskazuje dłonią zawieszzone pod sufitem, górujące nad kolejkami płaskorzeźby. Są większe od pozostałych, starannie wyko-



nane. Łączą się w fabularną całość; tworzą jeden, żyjący obraz.

Stacja XII: Terminal odmawia przyjęcia Karty.

Stacja XIII: Zawstydzony Jezus mówi, że nie ma Gotówki.

Stacja XIV: Jezus porzuca Zakupy.

Największa przemiana zachodzi na twarzach osób otaczających centralną postać. Początkowo ludzie są przyjaźni. Współczują, że maszyna nie chce przyjąć karty kredytowej. Wyglądają na zmęczonych, ale stoją po stronie Jezusa. Na środkowej płaskorzeźbie są już zniecierpliwieni, niektórzy zerkają na zegarki. Później jest jeszcze gorzej. Zuzia nie chce patrzeć na ich usta, wykrzywione przez nienawiść i odrzę. Na zrozpaczoną minę Jezusa. Nieznośne poczucie zażenowania wślizguje jej się pod skórę, mrozi kości, wyciska z oczu łzy, a z ust bezsilny szloch.

– Pan Je-e-zus nie miał go-tóóó-wkiii...!

Olga przekrzywia głowę.

– Naprawdę tak się przejmujeś? – Sama zerka na płaskorzeźby. – No co ty? Przecież to tylko zabawa na niby... – jej słowa cichną. Przez chwilę patrzy uważnie na córkę. – Słuchaj, Zuziu. Rozumiem, że ci smutno. Żałujesz pana Jezusa i to dobrze. Spotkała go wielka przykrość, takim ludziom trzeba współczuć. Ale pomyśl. Przecierpiał swój wielki wstyd przy kasie po to, żebyś ty nie musiała go przeżywać. Żeby nam wszystkim było lepiej. Żebyśmy pamiętali o sprawdzaniu karty i nosili przy sobie banknoty na wszelki wypadek. Rozumiesz? Jego podróż przez sklep pomaga innym. Nie trzeba płakać, tylko mu dziękować. Trzeba... Chryste panie!

– Niech się pani ruszy! – sapie wąsacz zza wózka, który naciera na Olgę niczym czołg. – Kolejka!

Rzeczywiście, za jej plecami zrobiło się miejsce, kasjerka rozlicza już następnego klienta.

– To nie może pan normalnie powiedzieć? Trzeba się wciskać od razu?! – Olga

wstaje i popycha własny wózek o pół metra do przodu.

– W kolejce pani jest, a nie u siebie.

Zuzia nie słucha odpowiedzi mamy. Raz jeszcze zerka na płaskorzeźby. Myśli. Rzeczywiście, rozpacz Jezusa jest teraz jakaś inna, trochę jak w teatrze. „Więc zrobił to wszystko dla mnie? Musi być bardzo dzielny”.

Olga mamrocze pod nosem przekleństwa i ciska produkty na taśmę. Kawa, jajka, ryż, ta nieszczęsna herbata z kawą... czegoś brakuje. Pasty do zębów!

– Nie wierzę! – syczy Olga. – Z tego wszystkiego zapomniałam...

Rzuca okiem na stojącego za nią mężczyznę, który już sięga do wózka i zaczyna wyklądać własne produkty. Otwiera usta, chce poprosić go, żeby się przesunął, ale nie znajduje na to sił. Zwraca się do córki.

– Chcesz pomóc mamie?

– Tak!

– Pójdź tą alejką do końca i... Ale nie bój się, nie mazgaj, to niedaleko.

– Mam iść sama?!

– Jesteś już duża. Musimy wziąć pastę, a ja nie mam jak się cofnąć.

– Ale mamó...

Sytuacja jest patowa. Włosy smakują dymem. Sklep pachnie oborą. Gdy facet z kolejki chrząka znacząco, Olga rzuca mu lodowate spojrzenie, zaciska usta i podejmuje decyzję.

– Pan Jezus by się nie bał tam iść – stwierdza niby od niechcienia. – Wiesz już, że jego historia jest szczęśliwa, prawda? No, to leć. Szybciutko. Złap pastę i od razu wracaj! Bądź dzielna jak pan Jezus.

Zuzia zaciska piąstki. Ma wrażenie, że w głosie mamy zabrzmiało coś dziwnego: drżenie, które słyszy zawsze, gdy tata obiecuje, że wróci wcześniej do domu i posprząta w gabinecie. Marszczy brwi, kręci głowę, przełyka łzy i glutę... ale tym razem jest jeszcze posłuszna. Szczególnie że będzie mogła w nowym świetle zobaczyć wszystkie poprzednie Stacje... oraz ostatnią, którą umieszczono na zewnątrz, nad rozsuwanymi drzwiami.

Stacja XV/I: Jezus ponownie przybywa do Sklepu.

Opowiadanie *Ostatnia stacja* ukaże się w zbiorze *Dziesięć opowiadań na krzyż* nakładem wydawnictwa Nisza latem tego roku.



STUDIUM

Kasza przebrana za antybiotyki

tekst ŁUKASZ LAMŻA

NA WĄTROBĘ, NA PASOŻYTY, NA BOLĄCE ZATOKI. Łykamy je pełnymi garściami. Nie, to nie lekarstwa, to suplementy diety, które udają lekarstwa, ale dla prawa i medycyny są po prostu produktem spożywczym.



Co to jest „suplement diety”? Cała idea, przynajmniej w teorii, zawiera się w samej nazwie. Przypuśćmy, że z jakiegoś względu zależy ci na tym, aby dostarczyć swojemu organizmowi ściśle określoną dawkę cynku, seleniu albo witaminy B6 – może jesteś w ciąży, może trenujesz, a może po prostu w twojej diecie występują niedobory. Idealnie byłoby oczywiście uzupełnić braki, zmieniając nawyki żywieniowe, ale to nie zawsze jest łatwe. Tu wkraczają suplementy diety – służące do, no właśnie, uzupełniania, czyli suplementowania diety – zawierające ściśle odmierzoną dawkę określonej substancji. Podaną, jak to pięknie precyzuje ustawa, „w formie umożliwiającej dawkowanie”, na przykład „kapsułek, tabletek, drażetek i w innych podobnych postaciach”. *Voilà!*

Tyle teoria. W praktyce jest jednak inaczej. Bo czy ktoś kiedyś usłyszał od lekarza, że w jego diecie występują niebezpieczne niedobory skrzypu polnego, ekstraktu z korzenia cykorii czy owocu anyżu? I czy lekarz zapisał mu te składniki w celu zwalczania infekcji, eliminacji pasożytów albo usprawnienia niedomagającej wątroby? Zaraz, przecież infekcja, zakażenie pasożytami czy ból wątroby to prawdziwe choroby, które należałoby wyleczyć za pomocą leku... No właśnie, czy suplement diety może być lekiem?

Bardzo lubią to sugerować producenci i chętnie wierzą w to konsumenci oraz – niestety – niektórzy lekarze i farmaceuci. Suplementy jednak, w przeciwieństwie do leków, kontrolowane są w minimalnym stopniu. Skutek? „Funkcjonowanie tego rynku w Polsce jest dalece niedoskonałe” – mówił w 2017 roku ówczesny prezes Najwyższej Izby Kontroli (NIK), Krzysztof Kwiatkowski, dodając: „Polacy zażywają substancje, które nie służą ich zdrowiu, nie służą uzupełnieniu diety, a wręcz przeciwnie – to zdrowie mogą pogorszyć czy wręcz stanowić zagrożenie dla życia”. To nie hiperbola. W 2013 roku dwudziestoletnia kobieta z Warszawy zmarła po kilkudniowej „terapii” suplementem diety DNP Fat Burner, rzekomo przyspieszającym odchudzanie. Główny Inspektorat Farmaceutyczny ogłosił, że za jej śmierć prawdopodobnie odpowiadała akumulacja w organizmie jednego ze składników suplementu – dinitrofenolu.

Nawet jeśli tak dramatyczne historie nie zdarzają się na co dzień, suplementy jako takie niemal doskonale wymykają się kontroli prawnej i farmaceutycznej. Jak znaleźliśmy się w tej przedziwnej sytuacji?

ZACZNIJMY OD RZUTU OKA na rodzimy rynek suplementów. Według raportu PMR Healthcare Market Experts Polacy wydają na nie rocznie 5,4 miliarda złotych, co oznacza sto osiemdziesiąt złotych na jedną dorosłą osobę, a więc około dziesięciu opakowań różnorodnych produktów. Sam tylko Aflofarm, jeden z największych w Polsce producentów



leków bez recepty i suplementów diety zgłosił w 2016 roku dwieście trzydzieści milionów złotych zysku, jednocześnie inwestując najwięcej w reklamy ze wszystkich reklamodawców w Polsce w ogóle (nie tylko w branży farmaceutycznej!).

Strategia ta przynosi pożądane efekty. Do stosowania suplementów przyznaje się siedemdziesiąt dwa procent Polaków, w tym czterdzieści osiem procent regularnie. Co więcej, tylko siedemnaście procent konsultuje swój „plan dietetyczny” z lekarzem lub farmaceutą, a wiedza na temat suplementów jest znikoma. Alekarze i farmaceuci sami nie są bez winy. Z analizy przeprowadzonej w Zakładzie Opieki Farmaceutycznej Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego wynika, że pięćdziesiąt pięć procent lekarzy zaleca swoim pacjentom stosowanie suplementów w diecie, przypisując im właściwości produktów leczniczych. Sześćdziesiąt siedem procent farmaceutów jest przekonanych, że mają one właściwości lecznicze, a ponad osiemdziesiąt procent zaleca ich stosowanie ludziom starszym. To z kolei wynika w mniejszym stopniu z niewiedzy, a głównie z przekonania o znikomym ryzyku ich stosowania. Powtarza się więc poniekąd historia z preparatami home-

opatycznymi, które składają się nierzadko po prostu z wody, alkoholu lub cukru, bez choćby minimalnej domieszki jakiegokolwiek substancji czynnej, ale które w powszechnej opinii, również lekarzy, „przynajmniej nie zaszkodzą”.

Czy na pewno nie zaszkodzą? Co właściwie łykamy, przyjmując suplementy diety? Czasem są to względnie bezpieczne produkty o zrozumiałym działaniu, które, stosowane odpowiedzialnie, nie powinny budzić większego niepokoju: do tej grupy należą zwłaszcza proste preparaty witaminowe i mineralne. Dzielne zapotrzebowanie na cynk czy witaminę A jest bardzo dobrze znane medycynie, a bieżące zalecenia są regularnie publikowane przez Ministerstwo Zdrowia. Dużo bardziej kłopotliwe są niezliczone preparaty zawierające przypadkowe składniki o niepotwierdzonym działaniu: wyciąg z nasion ostropestu, owocu anyżu, kwiatu stokrotki czy porostu islandzkiego, w towarzystwie koktajlu aminokwasów i kofeiny, podlane koloniami żywych bakterii.

Zgodnie z prawem suplementy diety są formą żywności, regulowaną przez ustawę o bezpieczeństwie żywności i żywienia. Z punktu widzenia prawa są więc bliższe marchewce niż lekom. W świadomości społecznej, celowo pobudzanej przez producentów reklamami, są one jednak swego rodzaju lekarstwami – być może nie takimi całkiem poważnymi, jak lek przeciwpadaczkowy albo antybiotyk, ale plasującymi się gdzieś w towarzystwie tabletek na ból głowy: to nasi codzienni partnerzy w walce z mniejszymi czy większymi dolegliwościami.

Z prawnego punktu widzenia różnica między żywnością a lekarstwami jest jednak spora: te drugie opisywane są przez ustawę prawo farmaceutyczne, która jest dokumentem znacznie bardziej rygorystycznym.

W konsekwencji rynek suplementów, których używamy w funkcji leków, jest więc znacznie słabiej kontrolowany niż rynek prawdziwych lekarstw. Problemy, jakie z tego wynikają, dotyczą choćby samej jakości tych produktów. W 2016 roku NIK przeprowadziła wyrwykowe badanie jakości suplementów diety. W toku tych badań okazało się, przykładowo, że w jednej trzeciej przebadanych probiotyków znajdowały się bakterie niewymienione w składzie, a w pojedynczych przypadkach chorobotwórcze bakterie

kałowe *Enterococcus faecium* albo grzyby. Rzeczywista ilość szczepów często odbiegała też od wartości deklarowanej na opakowaniu. Ze względu na kiepskie procedury produkcyjne kultury bakterii wymierały tak szybko, że w okresie teoretycznej przydatności do spożycia probiotyki zawierały głównie kolonie już dawno nieżywe. Zamiast więc wprowadzać do swojego organizmu „żywe kultury bakterii”, konsumenci spożywali zupkę z martwych mikroorganizmów.

Osobnym problemem są składniki suplementów, które zgodnie z prawem mogą zostać do preparatów wrzucone przez producenta ot tak, bez żadnego sensownego uzasadnienia. Według raportu NIK na liście składników niektórych produktów (ich nazwy w raporcie są ukryte) znalazły się substancje o właściwościach alergicznych i rakotwórczych, mogących spowodować zakażenia dróg oddechowych albo zatrucia pokarmowe. Również dawki dobierane są dowolnie. „Możemy kupić lek zawierający na przykład witaminę C w dawce dziennej 200 miligramów ze wskazaniami medycznymi” tłumaczyła w jednym z artykułów doktor Katarzyna Stoś z Instytutu Żywności i Żywienia – „a z drugiej strony suplement diety zawierający witaminę C w dziennej dawce 500 miligramów prezentowany jako źródło witaminy C, oczywiście bez wskazań medycznych”.

Wszystkie tego typu dramatyczne odkrycia wynikają właśnie z tego, co dalej będę określał jako „fundamentalny problem” z suplementami diety: ich niedostatecznie ostre rozgraniczenie od produktów leczniczych na poziomie prawa, produkcji, reklamy i świadomości społecznej.

Skąd to pomieszenie? Sięgnijmy do podstaw.

—
USTAWA O BEZPIECZEŃSTWIE żywności i żywienia to, trzeba przyznać, bardzo stosownie nazwany dokument. Sto dwadzieścia osiem artykułów tej ustawy to bowiem litania przepisów mających zagwarantować nam, konsumentom żywności, po prostu elementarny poziom bezpieczeństwa. W ustawie zdefiniowane jest więc choćby, czym jest „środek spożywczy zepsuty”, jakie są dopuszczalne poziomy pestycydów w warzywach, ile aromatów wolno dodać do żywności, jak intensywnie wolno ją napromieniować i w jakim

stopniu zawilgocone mogą być grzyby, aby wciąż można je było określać jako „grzyby suszone”. Ot, fundament cywilizowanego rynku spożywczego. W ustawie znajduje się też definicja suplementu diety. To dobra okazja, żeby zacytować ją w całości:

39) suplement diety – środek spożywczy, którego celem jest uzupełnienie normalnej diety, będący skoncentrowanym źródłem witamin lub składników mineralnych lub innych substancji wykazujących efekt odżywczy lub inny fizjologiczny, pojedynczych lub złożonych, wprowadzany do obrotu w formie umożliwiającej dawkowanie, w postaci: kapsułek, tabletek, drażetek i w innych podobnych postaciach, saszetek z proszkiem, ampułek z płynem, butelek z kroplomierzem i w innych podobnych postaciach płynów i proszków przeznaczonych do spożywania w małych, odmierzonych ilościach jednostkowych, z wyłączeniem produktów posiadających właściwości produktu leczniczego w rozumieniu przepisów prawa farmaceutycznego.

W tej definicji warto zwrócić uwagę na dwie rzeczy. Po pierwsze, ustawodawca, twierdząc, że suplement jest środkiem, „którego celem jest uzupełnienie normalnej diety”, pokazuje, że jego zrozumienie tego, jak te produkty funkcjonują, jest naiwne, wąskie i kompletnie nienadążające za trendami rynkowymi. W króciutkim rozdziale ustawy poświęconym suplementom („Suplementy diety oraz wzbogacanie żywności”, art. 27 i 28) znajduje się też tylko jedna wzmianka o tym, jak wolno je reklamować: „Oznakowanie, prezentacja i reklama suplementów diety nie mogą zawierać informacji stwierdzających lub sugerujących, że zbilansowana i zróżnicowana dieta nie może dostarczyć wystarczających dla organizmu ilości składników odżywczych”. Jest to więc kolejne odwołanie do wizji suplementu diety, która tylko częściowo pokrywa się z rzeczywistością – te wszystkie magiczne suplementy „na łysienie”, „na pasożyty” i „na wątrobę”, wywołujące tyle nieporozumień, kompletnie przeciekają przez sito tego zastrzeżenia, a ich producentów w żaden sposób nie ogranicza obowiązek podania tej banalnej informacji.

Drugą rzeczą, która rzuca się w oczy w tej definicji, jest nawiązanie wprost do produktów leczniczych: suplementem jest więc to,

co nie jest produktem leczniczym. Ustawa o bezpieczeństwie żywności odwołuje nas więc do swojej kuzynki: ustawy prawo farmaceutyczne. Jest to dokument prawie pięciokrotnie dłuższy od ustawy o bezpieczeństwie żywności, nakładający na producentów farmaceutycznych szereg drakońskich obwarowań, które długo by streszczać. W ustawie szczegółowo wyjaśnione są setki szczegółowych kwestii składających się na współczesny świat *science-based medicine*, czyli medycyny opartej na nauce: jak należy zorganizować badanie kliniczne, czym jest „nie spodziewane ciężkie niepożądane działanie produktu leczniczego”, jakie dowody naukowe należy dołączyć do wniosku o zarejestrowanie nowego produktu leczniczego. Dla szybkiej orientacji, w czym rzecz, nie trzeba jednak wertować ustaw: wystarczy wziąć do ręki opakowanie kaszy jaglanej i opakowanie antybiotyku, a następnie porównać ilość i jakość informacji, które producent musiał, zgodnie z prawem, dostarczyć nam wraz z tymi produktami. Oto i cała różnica między żywnością a lekarstwem, zupełnie dosłownie na dłoni, oraz istota zabawy w kotka i myszkę, jaką prowadzą z nami producenci suplementów. Suplement diety to taka kasza, która w reklamach udaje antybiotyku.

Oczywiście, gdy zajrzy się do kupionego dziś w Polsce opakowania suplementu diety, często znajdzie się w nim ulotkę do złudzenia przypominającą ulotki leków. To jednak tylko fasada, a prawdziwy zakres obowiązków spoczywających na autorach ulotek – i leków, i suplementów – wynika z tego, jakie warunki należy spełnić przy rejestracji tych dwóch klas produktów. Aby zarejestrować w Polsce lek, wysła się do Urzędu Rejestracji Produktów Leczniczych, Wyrobów Medycznych i Produktów Biobójczych spory pakiet dokumentacji, zawierający setki szczegółowych informacji, między innymi: schemat procesu produkcyjnego, dane potwierdzające przebieg pracy zawodowej osoby nadzorującej monitorowanie bezpieczeństwa stosowania produktu leczniczego, certyfikat analityczny dla opakowania czy, co chyba najistotniejsze, sprawozdania z badań farmaceutycznych, toksykologicznych i klinicznych. Te ostatnie to rzecz absolutnie niezbędna: trwające latami badania, z udziałem dużej liczby pacjentów, potwierdzające bezpieczeństwo i skuteczność leku.

A jak wprowadza się do obrotu suplement diety? Wysła się drogą elektroniczną powiadomienie („notyfikację”) do Głównego Inspektoratu Sanitarnego (GIS) – króciutki formularz zawierający minimum elementarnych danych: nazwę, postać, wzór opakowania, skład oraz dane podmiotu wprowadzającego. I... tyle. Jest to na tyle prosta procedura, że GIS otrzymywał w 2016 roku dziennie dwadzieścia takich powiadomień, do weryfikacji których zatrudnionych było wówczas siedem osób... Prowadzi to do sytuacji, w której brakuje czasu na samo tylko stwierdzenie, czy wniosek taki nie zawiera prostych błędów formalnych. Najwyższa Izba Kontroli, która w 2017 roku przyjrzała się krytycznie tej procedurze, stwierdziła, że średni czas weryfikacji powiadomień wynosił czterysta pięćdziesiąt pięć dni, zaś wobec połowy wszystkich powiadomień z lat 2014–2016 w ogóle nie rozpoczęto procesu weryfikacji (!). Można by pomyśleć – biedni producenci suplementów diety, wyczekujący bez końca na weryfikację z GIS-u. Nic bardziej mylnego: sprzedaż produktu możliwa jest od momentu złożenia takiego powiadomienia – nie musi ono zostać nawet rozpatrzone! Po prostu klikasz „wyślij” i załatwione, produkt można sprzedawać.

Nic więc dziwnego, że nowe suplementy diety powstają praktycznie z dnia na dzień. Gdy NIK publikował w 2017 roku swój raport, łączna liczba zgłoszonych w Polsce suplementów diety wynosiła trzydzieści tysięcy, rosnąc o siedem tysięcy rocznie. Można więc spokojnie oszacować, że dziś jest to już nawet pięćdziesiąt tysięcy różnych produktów.

Co właściwie siedzi w tym gigantycznym worku? Zajrzyjmy do środka.

— NA STRONIE powiadomienia.gis.gov.pl można zapoznać się ze wszystkimi powiadomieniami o pierwszym wprowadzeniu do obrotu złożonymi od 2007 roku. Jest tam wszystko, co można w naszym kraju legalnie kupić i spożyć: od kaszek dla dzieci, przez napoje energetyczne, po gumy do żucia.

W chwili, gdy piszę ten artykuł, tylko w ciągu ostatniego tygodnia dodano do tej listy pięćdziesiąt trzy powiadomienia o nowych produktach, wszystkie (!) będące suplementami diety. Kto spodziewa się, że będą to głównie znane z reklam produkty powszechnie rozpoznawanych producentów, ten się

myli. Baza GIS-u to absurdalnie długa lista produktów, o których nigdy nie słyszałem, produkowanych przez setki firm rozsianych po całej Polsce.

Wyberzmy na chybił trafił pierwszy przykład z brzegu. Vermis Ekstrakt, zgłoszony ledwie dwa dni przed tym, gdy piszę te słowa, to suplement diety w płynie zawierający imponującą listę składników roślinnych, od dyni olbrzymiej, przez miętę i tymianek, aż po wrotycz i czapetkę. Ba, można tu nawet znaleźć „lebiotkę pospolitą” – autorzy zgłoszenia prawdopodobnie mieli na myśli lebiotkę pospolitą. Podmiotem wprowadzającym jest IzenLabs Sosnowska Spółka Komandytowa. Strony tej firmy znaleźć mi się nie udaje, ale bez trudu znajduję sklep internetowy Organism.pl sprzedający za jedyne 59,70 starszego kuzyna Vermis Ekstrakt – Vermis. Ciało bez Pasożytów: suplement w kapsułkach, którego składniki „...zostały dobrane pod kątem ich działania i wzajemnego wspierania się” i „stwarzają niekorzyst-



ne warunki do rozwoju i rozmnażania pasożytów”. Wygląda więc na to, że ów ziołowy suplement na pasożyty jest tak popularny, że producent postanowił zgłosić do GIS-u jego nową postać w płynie.

Ba, w archiwum powiadomień GIS-u znajduje się łącznie aż pięć preparatów o nazwie Vermis produkowanych przez IzenLabs oraz wcześniej przez firmę Organism, będącą, jak się okazuje, spółką bliźniaczą (przykładowo, faktury za zakupy poczynione na stronie organism.pl wystawiane są na IzenLabs Sosnowska Spółka Komandytowa). Kolejne wersje suplementu zgłaszane były co parę miesięcy: najpierw w maju 2018 roku pierwsza wersja mieszanki ziołowej Vermis (Organism), potem w marcu 2019 roku mieszanka ziołowa Vermis (IzenLabs), następnie w czerwcu Vermis Kapsułki, a teraz w lutym 2020 Vermis Junior i Vermis Ekstrakt. Wiedza parazytologiczna musiała w międzyczasie szybko ewoluować, ponieważ prepa-

rat za każdym razem otrzymywał nieco inne składniki. Przykładowo, na pewnym etapie, chyba w przyływie dobrego humoru, do listy składników dodano... oregano (z którego później zresztą zrezygnowano). W czerwcu 2019 roku w składzie suplementu na stałe znalazły się imbir i koper. Firma eksperymentowała też od czasu do czasu z wrotyczem, czapetką i goździkowcem.

Cóż to właściwie za specyfik i jakie miałyby być skutki jego stosowania? Producent nie pofatygował się z wyjaśnieniem, jakie właściwie pasożyty zwiną się jak niepyszne pod wpływem skoncentrowanej mocy dyni i tymianku: tasiemiec, zarodziec malarii, a może kleszcz? Cóż, widocznie pasożyt to pasożyt. Równie ogólnikowa jest lista „składników czynnych” preparatu: „seskwiterpeny, gorzkie glikocydy, terpenoidy, garbnik, tujon, flawonoidy, gorycze, seskwiterpeny, heleniny, saponiny, poliacytleny”. Wygląda to może na pozór imponująco, ale po spojrzeniu na tę listę krytycznym okiem okazuje się, że jest ona w większym czy mniejszym stopniu przypadkowa. Nie ma w chemii „glikocydów”, są glikozydy. Seskwiterpeny wymienione są dwukrotnie. Co gorsza, podanie nazwy całych klas związków chemicznych („terpenoidy”, „flawonoidy”...) praktycznie uniemożliwia dojście do tego, co konkretnie miałyby stanowić ów „składnik czynny”.

Przyjrzyjmy się choćby seskwiterpenom, z których IzenLabs musiało być szczególnie dumne, skoro wymienia je dwukrotnie. Seskwiterpenem jest na przykład zingiberen, odpowiadający częściowo za charakterystyczny aromat imbiru, ale też choćby humulen dający gorzki posmak chmielowi – a także setki innych związków, każdy o własnym profilu farmakologicznym i toksykologicznym. Gdyby Vermis Ekstrakt został zgłoszony jako produkt leczniczy, Urząd Rejestracji Produktów Leczniczych musiałby przetrześcić to zgłoszenie pod kątem merytorycznym, dopytując o konkretny skład i domagając się danych potwierdzających działanie przeciwpasożytnicze. GIS, przyjmując zgłoszenie nowego produktu żywnościowego, w ogóle nie jest takimi danymi zainteresowany, a tak naprawdę nie jest w ogóle zainteresowany niczym.

Sytuacja jest na tyle absurdalna, że zgłosić można produkt zawierający – jawnie, w opisie zgłoszenia – substancje szkodliwe. Gdy

Najwyższa Izba Kontroli przeprowadziła swoją cytowaną już kontrolę, na liście powiadomień GIS-u znalazła sto siedemdziesiąt dwa suplementy diety zawierające substancje niemające historii spożycia w Polsce, potencjalnie szkodliwe dla zdrowia. W momencie kontroli sto pięćdziesiąt pięć z nich było wciąż w sprzedaży.

— PROBLEM PODSZYWANIA SIĘ suplementów diety pod lekarstwa jest oczywiście znany od lat. Pytanie za sto punktów brzmi: gdy już dany suplement przejdzie przez sito GIS-u (co, jak widać, nie jest zbyt trudne), kto właściwie i na jakiej podstawie może karać producentów za „nieuczciwą reklamę”... i na czym konkretnie polega owa nieuczciwość? Z analizy prawnej *Reklama suplementów diety* z 2018 roku, przygotowanej przez Karolinę Książczak i Bartosza Nieściora z Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego, przebija pesymizm. „Polski prawodawca nie zdecydował się na stworzenie ustawy kompleksowo traktującej o suplementach diety, tak jak stało się to w przypadku produktów leczniczych” – stwierdzają autorzy. Ba, w tych nielicznych miejscach, gdzie reklamy suplementów diety są wspomniane, jak choćby w przywołanej wcześniej króciutkiej wzmiance w ustawie o bezpieczeństwie żywności, nie jest nawet zdefiniowany termin „reklama”. Czy użycie sformułowania „ciało bez pasożytów” na opakowaniu albo słów „stwarzają niekorzystne warunki do rozwoju i rozmnażania pasożytów” na stronie sklepu internetowego to już reklama?

Autorzy raportu stwierdzają, po analizie tych dotychczasowych przypadków, gdy udało się ukarać producentów suplementów za nieuczciwą reklamę, że konieczne okazały się każdorazowo zonglowanie zapisami trzech aktów prawnych, określanych w raporcie dumnie jako „kluczowa triada ustaw”, są to: ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów, ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji oraz ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Głównym bohaterem tych postępowań był zaś Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK). Zajrzyjmy może do kilku decyzji UOKiK-u, żeby zorientować się, za co właściwie udało się dotychczas ukarać producentów suplementów diety. W większości

przypadków są to różnego rodzaju drobne nieprawidłowości. Choć więc do mediów trafia czasem informacja, że „UOKiK wzięło się za suplementy diety”, większość decyzji wydanych przez tę instytucję nie dotyka istoty problemu.

Prosty przykład – Magmisie, żelki z magnezem produkowane przez Aflofarm. W 2017 roku UOKiK wydał decyzję (nr RBG 10/2017), zgodnie z którą producent został zmuszony do wycofania serii reklam Magmisiów oraz opublikowania w radiu i telewizji oświadczenia zawierającego informację, że reklamy te mogły wprowadzać konsumentów w błąd. Na czym polegał problem? Po pierwsze, informacja, że Magmisie to suplement diety, i konieczne zastrzeżenia (że nie mogą zastąpić zróżnicowanej diety... i tak dalej) były zbyt mało wyraźne i mogły być nieczytelne dla widza. Obejrzałem rzeczoną reklamę i rzeczywiście: klasyczne zastrzeżenia „drobnym druczkiem”, których na wielu odbiornikach telewizyjnych prawdopodobnie w ogóle nie da się odczytać. Słuszna kara, ale rzucająca niewiele światła na „fundamentalny problem”. Drugi zarzut: w reklamie wystąpiła „Joanna Filipczak, pedagog szkolny” i to ona poleca w niej zasmuconym rodzicom osowiałego dziecka żelki Magmisie jako doskonałą receptę na problemy ich syna. UOKiK stwierdził, że niewłaściwe było „powołanie się na autorytet tego zawodu przy promocji suplementu diety” oraz „sugerowanie szczególnej rekomen-

cji suplementu diety Magmisie przez pedagoga szkolnego”. To jest zrozumiałe, jednak dotyczy w równym stopniu reklam leków, co suplementów.

Najbardziej interesujący wydaje się trzeci punkt sporny, ponieważ dotyka on kwestii rzekomych właściwości leczniczych Magmisiów. UOKiK stwierdził, że „praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów” było w przypadku tego produktu sugerowanie w reklamie, że podanie suplementu diety Magmisie rozwiąże kłopoty dziecka z „aktywnością fizyczną, koncentracją czy rozdrażnieniem”. Zidentyfikowany przez UOKiK problem nie polegał jednak na samym odwołaniu się do schematu „choroba – lekarstwo”, lecz na niepodaniu informacji, że „zarówno przyczyny tych negatywnych zjawisk, jak i sposoby ich eliminacji mogą być różnorodne”. Jest to więc tylko kolejny drobiazg, któremu łatwo można zaradzić dopiskiem na końcu reklamy, tym razem nieco większym drukiem.

Podobnego typu drobiazgi leżały u podstaw wielu innych decyzji wydanych przez UOKiK, jak choćby tej w sprawie suplementu diety Chela-Mag B6 produkowanego przez Olimp Laboratories (decyzja RBG 1/2017). Tutaj problemem było powołanie się na wizerunek farmaceuty i bliżej niezidentyfikowane badanie, z którego miało wynikać, że polscy farmaceuci polecają szczególnie często właśnie ten, a nie inny preparat z magnezem. Choć zawsze miło



zobaczyć, gdy tego typu tanie sztuczki są wykrywane, a producenci suplementów zostają zmuszeni do złożenia publicznego wyjaśnienia, lektura większości decyzji UOKiK-u nie daje jednak błogiego poczucia, że instytucja ta wzięła się za „fundamentalny problem z suplementami diety”. Cóż bowiem po samym publicznym obwieszczeniu, które ma tyleż konsekwencji, co „publiczne” przeprosiny polityka ukryte na ósmej stronie gazety. A co z karami finansowymi?

Niełatwo znaleźć decyzje UOKiK-u, w których udało się wprost wykazać „podszycanie się” suplementów pod leki, a w dodatku nałożyć na producenta karę finansową. Perełki takie czasem się jednak przydarzają. Doskonałym przykładem jest decyzja z 2017 roku (nr DOIK-5/2017) nakładająca na firmę Aflofarm karę finansową za nieuczciwe praktyki towarzyszące reklamie suplementów diety RenoPuren Zatoki HOT i RenoPuren Zatoki Junior. Trwająca prawie dwa lata batalia UOKiK-u z Aflofarmem pokazuje zresztą jak na dłoni, w czym rzecz.

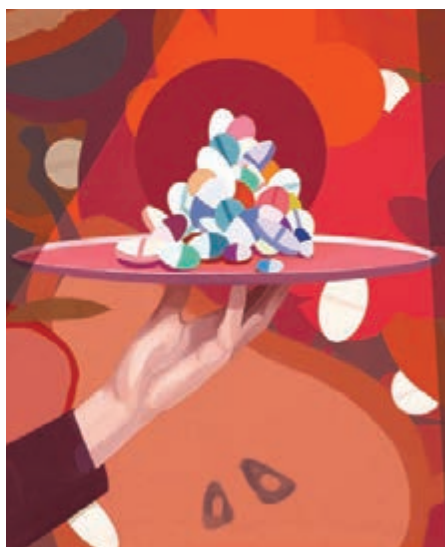
CO STANOWIŁO KOŚĆ NIEZGODY w przypadku postępowania UOKiK-u w sprawie reklamy RenoPuren? „Sugerowanie i stwarzanie wrażenia, że produkt ten posiada właściwości lecznicze” lub też, innymi słowy, bo w odwołaniu do innego aktu prawnego, „przypisywanie środkowi spożywczemu właściwości zapobiegania chorobom oraz leczenia chorób ludzi”. W końcu, chciałoby się rzec, dotarliśmy do sedna problemu. Atakować i nie opuścić!

Wygląda na to, że podobne uczucia przepełniały samych autorów tej decyzji, którzy skorzystali z okazji, by „wylać swoje żale”. Ów względnie prosty dokument, jakim jest decyzja UOKiK-u, stał się ostatecznie dziewięćdziesięciostronicowym esejem, zawierającym odwołania do licznych badań socjologicznych i rynkowych. W tekście tym znajduje się też nieprawdopodobnie szczegółowa analiza reklam RenoPuren, zwieńczona wyjaśnieniem, dlaczego właściwie producent tego suplementu złamał prawo. Są dwie rzeczy, których nie było mu wolno: a) zasugerować, że przedstawiona w reklamie suplementu diety postać jest chora, tj. ma symptomy choroby; b) zasugerować, że spożycie suplementu diety postać tę uzdro-

wił. Suplement diety mógłby teoretycznie podtrzymać ją w stanie zdrowia, nigdy jednak: wyleczyć.

Zacytujmy może w całości akapit, w którym UOKiK podsumowuje swoje zarzuty. To znakomita demonstracja tego, czego nie może sugerować w reklamie producent suplementów diety:

W ocenie Prezesa Urzędu przeciętny konsument odbiera reklamy suplementu diety RenoPuren Zatoki HOT następująco. Bohaterka reklamy — pani Jola w początkowej scenie reklamy wychodzi z gabinetu, trzymając się za nasadę nosa, ma osłabiony głos i smutny wyraz twarzy. Pani Jola źle się czuje, skarży się na dolegliwości związane z zatokami (nie może pracować, pojawia się ryzyko odwołania umówionych wizyt, jej wyraz twarzy oraz sposób mówienia wskazują, że dokucza jej ból). Po spożyciu suplementu diety RenoPuren Zatoki HOT dolegliwości ustępują — pani Jola czuje się dobrze (uśmiecha się, z jej twarzy zniknął grymas wskazujący na ból), nie ma konieczności odwoływania umówionych wizyt. Lecznicze właściwości produktu podkreślane są w reklamach komunikatami: „zatoki już w porządku, mam RenoPuren” oraz „RenoPuren zdrowe zatoki na długo”.



Przedstawiciele Aflofarmu nie zgodzili się z tą interpretacją i próbowali wykazać, że: a) pani Jola nie była w reklamie chora oraz b) nieprawdą jest, że suplement ją wyleczył. „Pierwsze ujęcie reklamy pokazuje Panią Jolę, która ma zmartwioną twarz, niemniej jednak nie wykazuje ona symptomów choroby, takich jak kaszel, katar czy wypie-

ki. Uznanie, że główna bohaterka jest chora stanowi zdaniem Spółki nadużycie ze strony organu” – wyjaśniali. Prezes Urzędu odparł jednak, że w reklamie sugerowane są symptomy choroby:

Pani Kasia (recepjonistka) na widok pani Joli, która prosi o gorącą wodę, pyta zatro-skana: „Zatoki?” (film A), „To coś na zatoki?” (film B), co świadczy o tym, że zna te objawy i identyfikuje je jako dolegliwości związane z zatokami. Pani Jola odpowiada: „Tak. Niestety.” (film A), co świadczy o tym, że jej zatoki nie funkcjonują prawidłowo. Należy przyznać, że pani Jola nie ma widocznych oznak choroby w postaci kataru czy też kaszlu, niemniej jednak jej wyraz twarzy, sposób mówienia, trzymanie się za nasadę nosa wskazują, że dokucza jej ból, który cechuje problemy zdrowotne z funkcjonowaniem zatok. Także literatura fachowa wskazuje, że jednym z głównych objawów ostrego zapalenia zatok przynosowych jest, oprócz niedrożności nosa, także ból okolicy czołowej/ból głowy.

Nieco bardziej kuriozalna była linia obrobny Aflofarmu przeciwko zarzutowi, że to właśnie RenoPuren wyleczył panią Jolę. Oto kolejny cytat z tekstu decyzji:

Nieprawdźwym, zdaniem Spółki, jest również stwierdzenie, że suplement diety wyleczył panią Jolę. Nawet w przypadku, gdyby uznać, że samopoczucie związane ze stanem zdrowia bohaterki zmienia się w trakcie filmu reklamowego, nie można wiązać tego z zażyciem reklamowanego suplementu diety (pani Jola rozpogadza się bowiem zaraz po tym, jak recepcjonistka bierze do ręki opakowanie suplementu diety i czyta jego nazwę). Spółka zaznaczyła także, że w filmie reklamowym nie zostało pokazane, że pani Jola wypija suplement diety RenoPuren Zatoki HOT, a nawet, że podnosi szklankę z przygotowanym produktem. Spożycie przez panią Jolę reklamowanego produktu zdaniem Spółki „pozostaje więc wyłącznie nieuprawnioną nadinterpretacją, a nie faktycznym przekazem reklamy”.

Aflofarm argumentował dalej, że RenoPuren został pokazany jako produkt podtrzymujący stan zdrowia, o czym miałyby świadczyć użycie zwrotu „zdrowe zatoki na długo”. Prezes UOKiK-u jest jednak za

starym wróblem na takie plewy. „Zdaniem Prezesa Urzędu, choć w reklamie nie został pokazany moment, kiedy pani Jola wypija napój, przedstawiona sytuacja jest na tyle wymowna (pani Jola najpierw prosi w recepcji o gorącą wodę, a następnie wsypuje zawartość saszetki zawierającej suplement diety do kubka), że odbiorca reklamy nie ma wątpliwości, że napój został przez nią wypity”. Co więcej, w reklamie pojawiły się też słowa „już w porządku”, a więc skutek zastosowania suplementu stan zdrowia uległ poprawie.

W toku postępowania wyszło też oczywiście na jaw samo posłuszenie się wizerunkiem lekarza oraz niedostatecznie czytelne oznaczenie produktu jako „suplementu diety”, co jak już wiemy z wcześniejszego orzecznictwa, nie spotyka się z sympatią UOKiK-u. Aflofarm próbował oczywiście argumentować, że pani Jola nigdzie nie została wprost nazwana lekarką, zaś wisząca na drzwiach jej gabinetu tabliczkę z napisem „Godziny przyjęć”, „znaleźć można w takich miejscach jak na przykład urzędy, kancelarie prawnicze, gabinety psychologiczne, poradnictwo zawodowe, sklepy, kawiarnie i tym podobne”. W pewnym miejscu przedstawiciele Aflofarmu wzniesli się już na szczyty retoryki (dołączając do innych słynnych mów obronnych, tuż obok Billa Clintona argumentującego w trakcie swego *impeachmentu*, że znaczenie jego wypowiedzi uzależnione jest od sposobu rozumienia słowa „jest”). Oto i Aflofarmowa wersja „argumentu Clintona”: „Powyższe spekulacje są jednak nieuprawnione z uwagi na naczelną zasadę logiczną, iż niebytu nie można udowodnić”. Cóż, trudno było jednak ostatecznie zaprzeczyć choćby temu, że przed wejściem do gabinetu pani Joli siedzieli kaszlący pacjenci – zgoła nietypowy widok przed kancelarią prawniczą.

Gwoździem do trumny było przeprowadzone przez UOKiK badanie, w trakcie którego grupie konsumentów przedstawiono kwestionowane reklamy, a następnie zadano im szereg pytań na ich temat. Tylko dwadzieścia procent badanych poprawnie rozpoznało, że RenoPure jest suplementem diety, a czterdzieści osiem procent uznało, że jest to lek. Co więcej, w wypowiedziach badanych wyszła na jaw absolutnie najważniejsza różnica między suplementem diety a le-

kiem: okres stosowania. Dietę uzupełnia się przez długi czas, wspierając swoje zdrowie. Lekarstwo stosuje się krótko, aby pokonać chorobę. Po obejrzeniu reklamy RenoPure badani stwierdzili, że produkt ten powinno się zastosować raz (jedenaście procent), krócej niż tydzień (czterdzieści dziewięć procent) albo „około tydzień” (dziesięć procent). Nikt nie uznał, że produkt ten przeznaczony jest do ciągłego stosowania w celu uzupełnienia braków dietetycznych.

Ostatecznie Aflofarm otrzymał karę finansową w wysokości 25 809 824 złotych, ustaloną na podstawie kosztów reklam i zysków firmy; konkretne dane finansowe zostały jednak „wygwiazdkowane” w tej wersji decyzji nr DOIK-5/2017, która została upubliczniona, nie sposób więc ocenić zasadność zasądzonej kary.

—
TEGO TYPU POSTĘPOWANIA UOKiK-u to poje-
dyncze heroiczne wysiłki, których żadnym
sposobem nie da się przemnożyć przez
pięćdziesiąt tysięcy – tak, aby przekonać się,
które spośród tyluż suplementów diety fak-
tycznie bezprawnie podszywają się pod le-
karstwa. Jak na razie każdy przypadek trak-
towany jest osobno, o czym świadczą choćby
same treści decyzji. W 2017 roku UOKiK
uznał, że firma Walmark, producent su-
plementów diety Pneumolan i Pneumolan
Plus, również dopuściła się nadużyć przez
„przypisywanie środkowi spożywczemu
właściwości zapobiegania chorobom oraz
leczenia chorób ludzi”. W tym przypadku
producentowi nie zasądzonej jednak kary fi-
nansowej, nakazano zaś wykonanie kilku-
nastu działań „naprawczych”, na przykład
wydrukowania stu tysięcy egzemplarzy bro-
szur dla konsumentów oraz dwóch i pół ty-
siąca plakatów z infografiką, tłumaczących,
czym jest suplement diety (wzór broszury
dostarczył UOKiK), a następnie dostarcze-
nie ich do dwóch i pół tysiąca aptek na tere-
nie całego kraju.

Ściganie producentów suplementów, które już dawno zostały dopuszczone do obrotu i są powszechnie sprzedawane w polskich aptekach i w internecie, to działanie tyleż niepraktyczne, co spóźnione. U źródła problemu leży prawo, z jednej strony definiujące suplementy diety jako coś, czym one już od dawna nie są, a z drugiej zezwalające

na ich wprowadzanie do obrotu na podsta-
wie absurdalnie liberalnej procedury.

Nie jest to, dodajmy, wyłącznie problem polski. Nasze prawo dostosowane jest do przepisów europejskich, traktujących suplementy jako żywność. Agencja Unii Europejskiej EFSA (Europejski Urząd do spraw Bezpieczeństwa Żywności), zajmująca się bezpieczeństwem żywności, z dumą informuje na swojej stronie internetowej o kolejnych krokach na drodze do regulacji rynku suplementów diety, koncentrując się jednak nie na „fundamentalnym problemie”, a na – istotnych, ale drugorzędnych – sprawach, takich jak czystość składników i kontrola ich pochodzenia (publikując choćby regularnie raporty na temat bezpieczeństwa i skuteczności najpopularniejszych składników suplementów i leków bez recepty, jak ekstrakt z zielonej herbaty albo pseudoefedryna).

Czy jest z tej sytuacji jakieś wyjście, czy też jesteśmy skazani na nieuczciwe reklamy, konfuzję i problemy zdrowotne związane z przyjmowaniem przypadkowych substancji? Wszystkie zajmujące się tematem żywności i leków instytucje, od szczybla krajowego po europejski, przestrzegają na swoich stronach, że suplementy diety nie są lekami; wszystkie zalecają ostrożność przy ich stosowaniu. Ale „fundamentalny problem” pozostaje nierozwiązany. Nadal nikt nie wymusza na producentach suplementów rygorystycznych procedur rejestracji. Nadal nie ma pomysłu na skuteczne uregulowanie reklam. Na rynku panuje wolna amerykanka, a my, Polacy, wciąż tykamy garściami pseudolekarstwa reklamowane przez panią Jolę. W nadziei na wieczną młodość, piękno i pozbycie się nieistniejącego tasiemca wciąż kupujemy łatwe rozwiązania naszych prawdziwych i wymaginowanych problemów w drażetkach, syropach i w płynie. A ponieważ prawo bywa bezsilne, naszą najlepszą bronią pozostaje wciąż wiedza suplementowana zdrowym rozsądkiem.

Więcej na ten temat możesz posłuchać
21 kwietnia po godz. 8:00 na antenie

chillizet

Warszawa 101,5 FM, Katowice 93,6 FM,
Kraków 93,7 FM, Hel 107,8 FM oraz na
www.chillizet.pl