

## Tre kommentarer om LIFE-studien

### Läkemedelsverket:

## Om behandlingsrekommendationerna ska ändras krävs allsidig analys av alla data

■ Bengt Järhult ställer i sitt inlägg (Läkartidningen 17/2002, sidan 1964) två frågor som han önskar att Läkemedelsverket (LV) besvarar. Dels vill han ta del av LVs syn på denna typ av marknadsföring och dels vill han ha klarlagt om resultaten i LIFE-studien kan ligga till grund för nya rekommendationer för behandling av hypertoni.

### Fråga för NBL

Beträffande den första frågan så gäller generellt att den ansvarige prövaren och företaget har rätt att informera om resultat av studier så länge uppgifterna är korrekta. Från etisk/moralisk synpunkt är det givetvis angeläget att det klart framgår av informationen vem »avsändaren« av budskapet är.

I det aktuella ärendet förefaller marknadsföringsinslaget vara betydande och tillvägagångssättet kontroversiellt, varför en granskning av branschens egen nämnd för bedömning av läkemedelsreklam, NBL, är angelägen. Då det gäller LIFE-studien som sådan och losartans plats i hypertonibehandlingen kan framhållas att LV inte har tagit del av studieresultatet annat än i publicerad form.

En fullständig studierapport är utlovad till sommaren 2002. Först efter en analys av alla tillgängliga data kan ställning tas till om behandlingsrekommendationerna skall ändras.

**Jane Ahlqvist Rastad**

*specialistläkare  
Läkemedelsverket*

### SBU:

## Värdering görs i reviderad SBU-rapport år 2003

■ LIFE-studien är en helt nyligen publicerad, viktig och omfattande undersökning av ett nytt blodtryckspreparat. En projektgrupp vid SBU arbetar för närvarande med en uppdatering av SBUs rapport »Måttligt förhöjt blodtryck« från 1994. Under detta arbete kommer LIFE-studien att granskas och diskuteras nog-

grant. SBUs nya rapport, som beräknas bli klar under slutet av år 2003, kommer att ställa de nya fynden i relation till all annan ny kunskap på området.

**Helena Dahlgren**

*projektsamordnare, SBU  
dahlgren@sbu.se*

### Landstingsförbundet:

## Inte enskilda forskares eller företags sak att avgöra vad som är »paradigmskifte«

■ Landstingsförbundets uppfattning är att ett enskilt läkemedels plats i terapin i första hand ska avgöras av Läkemedelsverket i sina terapirekommendationer. Enskilda personer eller läkemedelsföretag ska inte definiera vad som är »paradigmskiften«.

Den nya myndighet, Läkemedelsförmånsnämnden, som etableras i höst

kommer att få betydelse för framtida avvägningar och prioriteringar på läkemedelsområdet. Nämnden kommer bli a få möjlighet att villkora subventionen av läkemedel.

**Marianne Boivie**

*projektledare, Landstingsförbundet*

## Angående leksaker från läkemedelsindustrin m m

■ Anders Hernborg uttrycker i Läkartidningen 15/2002 (sidan 1729) berättigad irritation över den ström av leksaker som erbjuds oss som dörröppnare för läkemedelsindustriens reklamkonsulenter. Han menar vidare att det är lika beklämmande och förnedrande för den som ger, som för den som tar emot. Det håller jag dock inte med om. Förnedringen ligger enbart hos den som tackar och tar emot.

En seriös och ansvarsfull marknadsföring är den som resulterar i största möjliga försäljning. Alla medel är tillåtna inom gällande lagstiftning. Det är därför åter missriktad energi att klaga på industrin. Det beklämmande är att leksaksutdelningen fungerar, annars skulle företagen inte hålla på med den. Så enkelt är det. Verksamheten upphör av sig självt i samma ögonblick som vi slutar »gå på« den. Här är det alltså självrannsakan som gäller.

### Funktionen

I det svar Anders Hernborg får av marknadsdirektör Anders Karlsson ges lugnande besked: »Vi är övertygade om att en febertermometer inte påverkar sjukvårdens oberoende ställning till läkemedelsindustrin, vilket måste kännas tryggt för alla parter, inte minst för patienterna«. Tro honom icke! Hans uppgift är att sälja, så mycket som möjligt – ingenting annat. Inte det minsta fel i det, det är just hans jobb, och det är han säkert bra på. Det är självklart att leksakerna inte har annan uppgift än att främja försäljningsstrategin. Men, det finns inga andra än vi läkare som kan värna om patienttryggheten gentemot industrin.

### Brev från Göteborgs universitet

Häromdagen fick jag ett brev med logo från Göteborgs universitet, medicinkliniken, underskrivet av dr Björn Dahlöf. Det var två sidor regelrätt reklam för Cozaar, skrivet med välkänd industriretorik. Anders Karlsson kunde inte ha formulerat det bättre om han hade arbetat för MSD. Sådant är mycket mer bekymmersamt än tårtor och ryggsäckar, det vill jag helst inte se mer av.

Jag undrar: Vem har motiverat och betalat för slikt utskick? (Om jag inte får något svar gör det ingenting, jag tror jag redan vet.)

**Tom Flou**

*allmänläkare, Kristianstad  
tom@flou.se*