



Barbara Mietkowska, 2019-10-04 11:57

Dbłość o urodę może zaszkodzić



Thinkstock/GettyImages

Główny Inspektorat Sanitarny obchodzi w tym roku stulecie istnienia. Rozwój cywilizacyjny powoduje, że ta instytucja staje przed coraz większą liczbą wyzwań w kwestii ochrony zdrowia. Jednym z nich są nowe zagrożenia związane z rozwojem rynku usług kosmetycznych. Minister Jarosław Pinkas podjął w tej kwestii działania, tworząc akcję „Nie płać zdrowiem za urodę”.

Panie Ministrze, pod koniec czerwca zainicjował Pan akcję „Nie płać zdrowiem za urodę”. Działania skierowane są do sektora usług „beauty” - zarówno profesjonalistów jak i konsumentów. Czy pielęgnacja i poprawianie urody rzeczywiście mogą zagrażać naszemu zdrowiu?

Jarosław Pinkas: Od jakiegoś czasu dobry wygląd i doskonalenie go w salonach urody oraz gabinetach lekarskich stały się bardzo popularne. Czasy, w których żyjemy wymagają od nas nowego stylu życia. To nie tylko dieta, sport, unikanie używek, ale także zdrowa, młoda skóra, piękne włosy, zadbane dłonie. To stanowi potwierdzenie statusu społecznego. Placówek zajmujących się urodą jest coraz więcej, konsumentów również. Usługi tego typu są coraz bardziej powszechne i dostępne. A to rodzi nowe zagrożenia epidemiologiczne dla zdrowia. Wymaga to od nas większej uważności w kwestiach bezpieczeństwa zdrowotnego zarówno personelu tych miejsc jak i klientów, bo jak się okazuje rozwój następuje nie zawsze zgodnie z zasadami sztuki.

Czy miał Pan jakieś konkretne przesłanki, żeby właśnie teraz zająć się tą branżą w sposób bardziej intensywny niż do tej pory?

J.P. Tak naprawdę wiele przepisów w jasny sposób reguluje zasady działania salonów urody, fryzjerskich, manicure, pedicure i tatuażu. Są rozporządzenia dotyczące prowadzenia tego typu działalności, zasad sterylizacji narzędzi, higieny. Jednak nie mamy wystarczającej liczby kontrolerów, by dokładnie sprawdzać, czy te przepisy są w 100 procentach respektowane. Coraz częściej okazuje się, że wielu salonach nie są zachowane wszystkie zasady bezpieczeństwa. Niektórzy pracownicy nie mają wręcz kwalifikacji do wykonywania zabiegów. Zauważyliśmy, że granica między kosmetyką a

medycyną zaczęła się w wielu placówkach niebezpiecznie zacierać. Poza nieprzestrzeganiem podstawowych wymogów sanitarnych, w wielu salonach wykonuje się zabiegi z naruszeniem ciągłości tkanek, które może wykonać tylko lekarz. Co więcej stosowane są preparaty medyczne, których użycie poza gabinetem lekarskim jest zakazane przez prawo. Dynamiczny rozwój sektora „beauty”, przynoszącego bardzo dobre zyski powoduje, że musimy zmienić podejście do zasad działania. Przede wszystkim zacząć edukować zarówno pracowników jak i korzystających z tych usług konsumentów. To oni, wyposażeni w odpowiednią wiedzę, stworzą popyt na usługi wysokiej jakości

Czyli na dzień dzisiejszy jest trochę tak, że przepisy idą swoją drogą, a życie swoją?

J.P. Niestety trochę tak jest. Po pierwsze dlatego, że w wielu placówkach brakuje znajomości zagrożeń zdrowotnych i ich długoterminowych konsekwencji. Wynika to m.in. z braku konieczności obowiązkowego kształcenia ustawicznego w zawodzie kosmetyczki i pokrewnych. Właściciele oszczędzają na szkoleniach dla personelu, a co gorsza również na preparatach. Po drugie brakuje w tych miejscach wiedzy na temat tego, czym jest epidemiologia i jak wielkie znaczenie dla zdrowia ma utrzymanie właściwego poziomu sanitarnego. Po trzecie, właściwie nie istnieją dojmujące konsekwencje prawne, bo naprawdę trudno jest udowodnić, że to właśnie w salonie urody doszło do zakażenia groźną chorobą.

Jakie zdrowotne zagrożenia czyhają na klientów, ale też i personel w takich miejscach?

J.P. Są to zagrożenia różnego typu. Choroby skóry, takie jak np. świerzb, grzybice, gronkowiec. Ale też i takie, które powodują długotrwałe konsekwencje, mogą na zawsze szpecić i pozostawiać trwałe blizny. Bardzo poważnym zagrożeniem są choroby powodujące ogólnoustrojową dewastację a nawet śmierć, mam na myśli zakażenia wirusami HCV, HBV, HIV. Takie przypadki często są diagnozowane po długim upływie czasu, trudno wtedy zlokalizować źródło zakażenia. Nowych problemów zdrowotnych dostarczają też salony tatuażu, bo poza powyższymi zakażeniami grożą także chorobami wynikającymi ze szkodliwego składu atramentów stosowanych do zabiegów. Są w nich substancje rakotwórcze. Konsekwencje zdrowotne są i w tym wypadku znacznie oddalone w czasie. Trzeba pamiętać, że choroba to nie tylko dramat jednostki, ale także koszty dla systemu ochrony zdrowia, których można uniknąć.

Wydaje się, że większość klientów korzystających z usług tego typu nie ma świadomości zagrożeń, o których Pan mówi. Najczęściej korzystają z usług w sposób niefrasobliwy. Salony urody powinny być miejscem relaksu.

J.P: I to jest właśnie problem. Chcemy poprzez akcję „Nie płac zdrowiem za urodę” edukować nie tylko personel tych placówek, ale i klientów. Tak żeby byli świadomi ewentualnych zagrożeń i zadawali pytania, które pozwolą im zachować bezpieczeństwo. To jest największa wartość naszych działań. Nie chodzi nam o to, aby odwiedzający salon klient obsesyjnie myślał o chorobach, ale by dzięki swojej wiedzy wybierał miejsca, w których zagrożeń nie ma. Zdrowia zwykle nie doceniamy dopóki nie jest w niebezpieczeństwie. Nie należy go tracić w niemądry sposób, z powodu czyichś zaniedbań lub własnego braku wiedzy. Najlepszą formą kontroli w tym wypadku powinna być samokontrola. Jesteśmy pewni, że edukacja przynosi wymierne korzyści.

Rozumiem, że ta akcja nie zwalnia salonów z kontroli GIS, jakie do tej pory są prowadzone?

J.P. Kontrole będziemy prowadzili tak jak do tej pory. Nie chcemy być jednak instytucją opresyjną i przede wszystkim zależy nam na edukacji. Zależy nam na tym, by wszyscy zrozumieli na czym polegają bezpieczne usługi i aby zarówno właściciele salonów i klienci wymagali od siebie nawzajem przestrzegania zasad higieny oraz bezpieczeństwa zdrowotnego.

Istnieje też szara strefa usług kosmetycznych. „Mobilnych” salonów urody wykonujących pracę w domu u klienta, co więcej kusząca niską ceną. Nie da się sprawdzić, czy te usługi

są wykonywane zgodnie ze standardami.

J.P.: To prawda, nie da się ani całkowicie sprawdzić, ani uniemożliwić wykonywania tego typu usług. Jednak im bardziej świadomi będą ich odbiorcy tym szybciej zmieni się ich standard. Przede wszystkim nie należy ulegać niskim cenom. Zarówno produkty jak i procedury mają swoją wartość, jeśli są na odpowiednim poziomie. Nie ma się co oszukiwać. Certyfikowane preparaty, dezynfekcja i sterylizacja, jednorazowe przybory to są koszty. Nie da się tego obejść. Klient zawsze powinien dopytywać o higienę i pochodzenie preparatów. Jakość i bezpieczeństwo kosztują.

A propos kuszenia klienta ceną, to coraz częściej zdarza się, że w salonach kosmetycznych wykonywane są ze sporym rabatem zabiegi medycyny estetycznej. Bywa, że konsekwencje są naprawdę poważne i kończą się leczeniem szpitalnym. Jak temu przeciwdziałać?

J.P. Do naszej akcji włączyli się już lekarze, którzy specjalizują się w wykonywaniu zabiegów z zakresu „medycyny estetycznej”. Ich zadaniem jest informowanie o konsekwencjach źle wykonanych zabiegów przez osoby do tego niepowołane i w miejscach do tego nieprzeznaczonych. Ostrzeganie pacjentów. Poza tym chcemy uświadamiać poprzez naszą akcję, że kosmetyczki nie mogą wykonywać zabiegów naruszających ciągłość skóry, używać preparatów medycznych. Postaramy się w tej kwestii zaostrzyć przepisy. Będziemy uświadamiać odbiorców naszej akcji, że nie warto łaścić się na tanie, przypadkowe usługi.

Reasumując - jakie działania w ramach akcji „Nie płać zdrowiem za urodę” przewiduje Główny Inspektor Sanitarny?

J.P. Akcja spotkała się z bardzo dużym odzewem, można wręcz powiedzieć, że trafia w punkt społecznych oczekiwań. To zachęca nas do dalszych dynamicznych działań. Już kilkaset gabinetów zadeklarowało chęć aktywnego udziału. Wszystkie otrzymują logo naszej akcji, które ma zaświadczyć, że personel jest świadomy konieczności zachowania odpowiednich standardów higienicznych. Nasza ambasadorka, znana urodowa dziennikarka i autorka bloga Nostressbeauty Maria Kowalczyk propaguje tę idee zarówno w mediach społecznościowych jak i w programach TV. To właśnie media społecznościowe posłużą nam w edukowaniu klientów wszelkiego rodzaju salonów urody (manicure, pedicure, kosmetyczki, barberzy, salony spa, fryzjerzy, gabinety tatuażu). Niebawem pokażemy filmiki edukacyjne na stronie naszej akcji. Zachęcamy też lekarzy, by przy każdej okazji promowali temat higieny. Zaczynamy pracować z influencerami, co pozwoli nam dotrzeć do zainteresowanych grup. Chcemy też promować ideę kształcenia ustawicznego dla personelu. Ważne jest, by jak najwięcej osób dzięki naszej akcji nauczyło się dokonywać bezpiecznych dla swojego zdrowia wyborów. Zwłaszcza wtedy, gdy ich decyzje dotyczą jedynie sfery przyjemności.