

USO DE LAS REDES SOCIALES Y CIENCIAS DE LA SALUD

USE OF SOCIAL NETWORKS AND HEALTH SCIENCES

MARIANO GRILLI¹

Estamos atravesando, como pasa en todas las aristas de las tecnologías, por cambios constantes y modas emergentes. Tal como el fenómeno de la generación de textos con inteligencia artificial generativa o las búsquedas de contenido con chatbots, un nuevo suceso nos sacude en la práctica médica, y es la aparición de los llamados "medfluencers": colegas que usufructúan el poder de las redes sociales para la masificación de contenidos de divulgación.

Como ocurre con toda medicina, tiene efectos beneficiosos y secundarios. No es pertinente juzgar la actividad, pero si, comentar que impacto suele ocurrir con esa presencia en las redes, destacando lo bueno y lo malo que nos puede deparar todo comentario que enuncien.

Comunicación, no es una materia que esté en la Facultad de medicina, pero cuando un colega comunica bien, los beneficios son enormes, porque combate directamente la infodemia, sobreabundancia de información, principalmente falsa, que dificulta identificar fuentes confiables y puede generar confusión y derivar en riesgos para la salud. Es un hecho, que Internet está plagado de mitos absurdos y remedios caseros peligrosos. La presencia de médicos reales ayuda a desmentir las noticias falsas con fundamento científico.

¹ Director Editorial. Secretario de Extensión Cultural y Científica del Centro Médico de Mar del Plata. Doctor en Ciencias Médicas. Profesor Libre. Cátedra libre de Salud de la Mujer. Universidad Nacional de La Plata. E-mail: grillimd@hotmail.com

Educación y prevención masivas: Todo lo que se publica en internet, suele tener un impacto de manera inmediata. Un médico puede atender hasta 20 o 30 pacientes al día en su consulta, pero, otro médico, en un breve vídeo, puede enseñar a miles de personas cómo detectar un melanoma a tiempo o como el ejercicio correcto y la dieta fundamentada, tiene un impacto positivo en la salud.

Humanización de la medicina: De por sí, la medicina es humanística, aunque por distintas razones, el médico va dejándola de lado. Ver al especialista iniciar una tendencia, recuperar la alegría de la consulta o compartir su frustración con los pacientes habituales rompe la barrera del "médico en un pedestal". Esto genera empatía y fomenta la búsqueda de la salud para los jóvenes.

Accesibilidad y lenguaje claro: Algunos médicos tienen la virtud de comunicar efectivamente, es decir "bajar al llano". Son capaces de traducir el lenguaje técnico de la terminología médica a un lenguaje que cualquiera pueda entender, empoderando al paciente en su propio cuidado de la salud.

Hasta aquí, positivizamos el fenómeno, pero ¿qué pasa cuando los efectos secundarios se hacen presentes? El algoritmo de las redes sociales busca la participación (engagement), y aquí es donde la ética médica puede empezar a complicarse:

Confusión en la relación médico-paciente: Este concepto es básico, las redes sociales son canales de comunicación masiva, no consultorios. Muchos usuarios buscan diagnósticos personalizados en los comentarios, lo cual es peligroso e irresponsable.

Riesgo de conflicto de intereses: La línea que separa la divulgación científica del patrocinio remunerado es muy delgada. Cuando un médico se dedica a promocionar suplementos, marcas de cuidado de la piel o clínicas específicas a cambio de dinero, su credibilidad e independencia se ven comprometidas.

Espectacularización de la salud: El ego y la búsqueda de "me gusta" pueden llevar a algunos profesionales a traspasar los límites éticos: mostrar casos clínicos sin el consentimiento real del paciente, mostrar iconografía sin tapar los datos o trivializar enfermedades para conseguir seguidores fieles.

Síndrome del "Doctor Doctor": Ser un especialista en determinada área, no convierte al médico en experto en salud mental o cirujano, pero sí en un médico que puede comunicar distintos aspectos de "Medicina Preventiva". A veces, la necesidad de generar contenido constantemente obliga a los profesionales a opinar sobre temas que están fuera de su área de especialización.

Las redes sociales pueden ser y, de hecho, son una excelente herramienta de salud pública, pero no deberían sustituirse por un diagnóstico personalizado. Sin duda, nadie debería considerar serio un video de 30 segundos en TikTok.

Jerarquizemos la consulta médica presencial y pongamos en valor la atención y dedicación persona a persona, entendiendo que el diagnóstico y la contención forman parte de una medicina humanística. Para ello, es necesario doblegar la tiranía del tiempo de consultorio, poniendo en valor como antes, como siempre, al paciente, a la persona.