

El médico, la medicina y los medios de comunicación

RAFAEL ÁLVAREZ CORDERO

Durante siglos, la información acerca de la salud y la enfermedad estaba destinada a un selecto grupo –magos, chamanes, y después médicos–, cuyos miembros intercambiaban relatos de sus experiencias y sus nuevos conocimientos.

Con el advenimiento de la medicina científica, hace no más de 150 años, la comunicación fue más formal y aparecieron revistas médicas que difundían la información no sólo entre colegas, sino que podía ser accesible al público en general.

En épocas más recientes, aumentó la demanda de información sobre salud y enfermedad; el derecho a la información en salud –reconocido internacionalmente– es uno de los derechos de todo paciente, de modo tal que tanto los medios radiofónicos y televisivos como los impresos tienen secciones especiales dedicadas a este tema. Por ello es pertinente revisar cómo se da y qué ocurre con la información de salud a los medios de comunicación.

La información médica a los medios de comunicación es de tres tipos:

La primera es la información formal, emitida por autoridades de Salud, que aborda los temas de salud pública y opina sobre acontecimientos (epidemias, campañas de salud, alertas por desastres) que afectan a la población.

La segunda es originada por la comunidad médica, cuando un médico desea informar –o es requerido para hacerlo– de algún avance en medicina o ciencias afines: un nuevo medicamento, una técnica quirúrgica novedosa, etcétera.

Y la tercera surge de empresas comerciales que se dedican a la salud: hospitales, clínicas, laboratorios, industrias de equipos médicos, y su objetivo es vender sus productos a través de la publicidad.

Información de los medios al público

La información de los medios de comunicación al público es diferente. Salvo excepciones, los medios son negocios cuyo objetivo es vender información,

ideas o políticas, productos o servicios, y en el área de la salud su importancia aumenta porque esta información es cada vez más requerida por el público.

Cuando la información es suministrada por las autoridades de Salud, por lo general es transmitida sin distorsiones o deformación, pero cuando hay un conflicto de intereses entre las autoridades de Salud y los dueños de los medios de comunicación, existe el peligro de una distorsión de dicha información. Ejemplo de ello puede ser la aparición de una epidemia, de la que informa puntualmente la autoridad sanitaria, pero los medios de comunicación realizan una “investigación especial” y cuestionan la veracidad de lo dicho; el conflicto puede ser más grave si quien hace la investigación no conoce el tema a profundidad, o se trata de un reportero bisoño que desea sorprender al público con su trabajo.

Cuando la información médica es originada por un médico pueden surgir otros problemas, ya que entre el médico y el público que escucha o ve hay un filtro: el comunicador, que puede ser idóneo e imparcial, o ignorante y parcial, y en este último caso el resultado puede ser más nocivo que benéfico.

Ejemplos de ello: en un congreso un investigador informa de los trabajos para lograr la vacuna contra VIH/sida, y el comunicador publica: “ya se cuenta con la vacuna contra el sida”, y el público tiene información errónea. Del mismo modo, una mala noticia puede generalizarse: se conoce de un caso de complicación de alguna técnica quirúrgica, y el reportero informa “la técnica tal debe prohibirse porque causa la muerte”.

En algunos países los comités editoriales de diarios y cadenas de televisión tienen asesores en salud que analizan la información médica y tratan de ser imparciales; sería deseable que esto fuera una realidad en los medios de comunicación de México.

La otra información, la de laboratorios o empresas, surge del interés en que aumenten las ventas de sus productos; existe el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad, el cual lamentable-

mente no siempre se cumple, de lo cual se aprovechan empresas sin escrúpulos como se puede ver y escuchar todos los días en nuestro país.

El médico y los medios de comunicación

Tradicionalmente los médicos eran muy reservados para aparecer en los medios de comunicación, pero la realidad actual es que la revolución de los medios ha cambiado y ahora el médico es requerido para hablar en radio, aparecer en la televisión, o ser entrevistado por algún diario. Esto es bueno y es malo: bueno porque puede dar lugar a una transmisión saludable de conocimientos médicos al público, pero es malo porque existe el peligro de que el médico tropiece al incursionar en terrenos que no son suyos.

Cuando un médico está frente a un micrófono o una cámara de televisión, su actuación puede ser:

a) Sensata e inteligente: el médico llega, dice lo que tiene que decir en forma sencilla y clara, responde a las preguntas directas y juiciosas del interlocutor en forma directa, y el mensaje es recibido por los oyentes o videntes de manera positiva.

b) Doctoral y aburrida: el médico se cree poseedor de la verdad absoluta, y desde su torre de marfil usa términos que nadie entiende, el interlocutor no puede hacer contacto con él y el oyente o el vidente cambian de canal.

c) Conflictiva y negativa: aunque tiene algo que comunicar, el médico se enfrenta a un interlocutor que lo lleva por los tortuosos caminos de la duda o el error, se desespera y falla.

Si el médico sabe de antemano de qué se trata la entrevista, a quién está dirigida, así como de cuánto tiempo dispone, su actuación podrá ser mejor.

¿Y la privacidad médica?

Uno de los espectáculos más deplorables en prensa y radio, pero particularmente en la televisión, es la invasión de la privacidad médica. Se trata del uso –y abuso– del llamado derecho a la información, por el cual los reporteros o periodistas penetran en hospitales, consultorios médicos, áreas de urgencias, ambulancias, para obtener información sobre accidentes, agresiones o delitos, enfermedades o complicaciones de pacientes, famosos o no, pero que merecen el respeto y la privacidad a que todo ser humano tiene derecho cuando su salud está afectada.

Cuando un reportero planta su cámara y su micrófono en la cara de un individuo que sufrió un acci-

dente minutos antes, no está informando, –esa información es irrelevante–, no está cubriendo una noticia, –la noticia es el accidente mismo–, sólo está agrediendo al herido sin razón alguna, y viola así su derecho a la privacidad.

Y cuando los medios acosan a un médico cuyo paciente es un personaje de la política, la cultura o el espectáculo, muchas veces lo ponen en peligro de violar el secreto profesional, y su insistencia puede hacer que el médico ceda y suministre información que sólo es relevante para el enfermo y sus familiares.

No hay reglamentación alguna al respecto, ni hay ley que lo sancione. Lo que ocurre cuando los reporteros actúan así es una mezcla repugnante de mal gusto y violación a los derechos humanos de un enfermo, por lo que los médicos tenemos derecho a negar la información que viole el secreto profesional y las garantías individuales de los pacientes.

La información de salud en la era de internet

La autopista mundial de la información constituye la revolución última en comunicación, y los temas de salud no le son ajenos.

Hoy se puede hacer contacto con diversas agencias nacionales e internacionales que suministran información de salud, enfermedades comunes o raras, nuevos tratamientos y su valoración estadística, alertas por reacciones indeseables a ciertos medicamentos, etc. Hoy se puede leer en la pantalla de la computadora el último artículo científico publicado en la revista más respetada de medicina o cirugía, o conocer los avances médicos de los centros más reputados de investigación.

Pero también se tiene una avalancha de información inútil, tendenciosa o francamente falsa; miles de productos mágicos ofrecen a millones de usuarios de internet lo que los charlatanes ofrecían hace dos siglos viajando en carreta de pueblo en pueblo. El correo *spam* sobre salud es tan abundante como los que ofrecen negocios fabulosos, premios espectaculares o espectáculos pornográficos.

Lamentablemente no hay regulación al respecto, y pasará mucho tiempo antes de que esa avalancha de desinformación en salud pueda ser contenida.

El derecho a la información en salud es una realidad, y como una de las tareas del médico es informar y educar, los medios de comunicación pueden ser el vehículo idóneo para lograr que grandes grupos de población reciban la información. El contenido de la información y la forma como es difundida son responsabilidades tanto de los médicos como de los medios.