

La deontología médica y las noticias médicas en los medios de comunicación general

Las noticias médicas aparecen con cierta frecuencia en los medios de difusión escrita general. En la mayoría de las ocasiones estas noticias no son contrastadas, con lo que la información que se da a la población es errónea. Dicha difusión no está exenta de una cierta contaminación sensacionalista e incluso comercial. En este caso las implicaciones éticas y deontológicas son evidentes. La responsabilidad de estas acciones recae en tres estamentos diferentes: los profesionales de la salud que las «lanzan» a los medios, los propios medios de comunicación y las instituciones sanitarias.

Palabras clave: Deontología. Ética. Medios de comunicación.

La publicación, relativamente frecuente, de noticias «médicas» o del ámbito de salud en los diarios de información general nos mueve a realizar una serie de reflexiones ante lo que consideramos que es un hecho agravante para la comunidad científica médica. La aparición de noticias relacionadas con el ámbito sanitario y que podríamos considerar como sensacionalistas habría que analizarla desde tres aspectos diferentes: los profesionales de la medicina, las instituciones sanitarias y los medios de comunicación.

LOS PROFESIONALES

En un ámbito científico como el de la medicina actual las comunicaciones relevantes tienen un medio de comunicación «natural» que son los artículos cien-

Juan Martínez León

Instituto Cardiovascular
Hospital General Universitario. Universidad de Valencia.
Valencia

Medical ethics and medical news in press media

Medical news appears with certain frequency in press media. In most cases this news is not confirmed, therefore the information given to the population is inappropriate. This diffusion is not unaffected by a certain sensationalist and even commercial contamination. In these cases the ethical and deontological implications are clearly evident. The responsibility of these actions falls on three different groups: the health professionals that launch them into the media, the media themselves and the health institutions.

Key words: Deontology. Ethics. Press media.

tíficos «revisados por pares» (es decir, por científicos expertos en la materia, que juzgan la originalidad y calidad del trabajo, su rigurosidad en el método y su veracidad en los resultados y las conclusiones). No se puede «lanzar» a un medio de comunicación general una técnica o un proyecto de terapia que no está avalada por la comunidad científica. En muchas ocasiones estas técnicas se encuentran en sus inicios en centros altamente especializados que se cuidan mucho de no transmitir su posible utilización en clínica humana hasta que su eficacia ha sido comprobada. El anuncio de que ciertas técnicas se emplean para tratar a pacientes es malicioso porque la población general no puede conocer el proceso de gestión de estos tratamientos, por norma largo y complicado, además de complejo. Uno de los cometidos principales de la medicina es prevenir la enfermedad, y una forma de hacerlo es evitar en los

Correspondencia:
Juan Martínez León
Instituto Cardiovascular
Hospital General Universitario
Universidad de Valencia
Valencia
E-mail: juan.martinez-leon@uv.es

Recibido 25 agosto 2007
Aceptado 21 septiembre 2007

pacientes la aparición de ansiedad y desasosiego ante la posible utilización, aunque sea experimental, de un remedio para su enfermedad. En ocasiones se invoca la realización de trabajos conjuntos con centros que sí están trabajando en profundidad, para dar credibilidad a la noticia. Muchas veces la única colaboración es el desplazamiento temporal de un colaborador júnior y una primera toma de contacto. Las colaboraciones reales entre centros de investigación son aquellas que fructifican en la comunicación conjunta de resultados relevantes en las mencionadas revistas científicas, con revisión por pares. Esto es muy fácil de contrastar hoy en día ya que, gracias a internet, tan sólo tecleando el nombre de un autor en PubMed o en la *Web of Science*, aparecen la totalidad de sus publicaciones incluidas en bases de datos internacionales. No es lícito que noticias espectaculares generen un movimiento social de pacientes, lógicamente ansiosos por que se permita la utilización de una técnica que les permita solucionar un problema grave o incluso les pueda salvar la vida. Un ejemplo de ello lo tenemos en las noticias aparecidas sobre las terapias con células madre, las cuales todavía no han podido demostrar su verdadera aplicación curativa, aunque su potencial futuro pueda ser grande. De hecho, los más prestigiosos investigadores en este campo están solicitando una «moratoria clínica» (es decir, dejar de utilizarlas en seres humanos) de forma que se les permita avanzar con tranquilidad en aspectos básicos. El último punto que quiero tratar con respecto a los profesionales es el aspecto, triste, que como publicidad ilícita suponen estos artículos. A este respecto el código deontológico de los colegios médicos e incluso las leyes generales son claros en cuanto a su ilegalidad e ilicitud, ya que tan sólo sirven para engordar las citaciones de las agendas privadas de algunos profesionales. Creo que el hecho es suficientemente claro como para no necesitar mayor extensión.

El problema de la veracidad de las informaciones científicas es tan importante que incluso llega alcanzar a las revistas médicas revisadas por pares y con prestigiosos comités de redacción. En caso de que se llegue a demostrar una falsedad en los resultados comunicados, que sean inexistentes o inventados, las medidas que proponen los editores son, por supuesto, la retirada del artículo, con la prohibición de publicar en dicha revista durante un periodo largo de tiempo (la verdad es que probablemente nunca más acepten un artículo), el aviso a otras revistas, e incluso se propone el despido por parte de las instituciones sanitarias donde trabaja el autor fraudulento por el descrédito y vergüenza que ello supone¹. Todos recordamos el caso del investigador coreano que falsificó datos sobre la clonación de embriones.

LAS INSTITUCIONES SANITARIAS

En nuestro país, afortunadamente, la sanidad es un derecho universal, y como tal, en su inmensa mayoría, dispensada y gestionada por instituciones públicas. Estas instituciones deberían velar para que su nombre no se viera involucrado en estas noticias. Sin embargo, en ocasiones, parece como si fueran las propias instituciones sanitarias las que las promovieran y alentaran con el fin de aumentar su prestigio entre la población. Esto no debe ser así bajo ningún concepto por dos motivos: por una parte, como hemos indicado anteriormente, crea falsas expectativas en los pacientes, y por otra, crea una sensación de desamparo en los pacientes que no son atendidos por centros de tan «alto prestigio». En realidad, las instituciones sanitarias deben velar por que los estándares de calidad de los servicios sean los adecuados y que la atención médica sea rápida, eficaz y eficiente. Es más, como hemos comentado anteriormente, en algunas instituciones de EE.UU. la publicación fraudulenta puede suponer el despido inmediato y vergonzante.

Debemos resaltar que en este momento la calidad de la atención en los hospitales españoles es de primerísimo nivel; no necesita de noticias sensacionalistas para ganarse la confianza de los usuarios. Es absolutamente lógico y lícito que los hospitales den a conocer los avances terapéuticos contrastados y las novedades en sus carteras de servicios. Es ésta y no otra la publicidad que se debe alentar desde las instituciones públicas.

También podemos incluir entre las instituciones públicas a los colegios profesionales y a las sociedades científicas que se rigen, o deberían, por un código deontológico claro. Pero, desgraciadamente, en ocasiones debemos admitir dolorosamente que un mal sentimiento corporativista impide la denuncia clara de estos hechos por parte de estas instituciones. Sin ninguna duda, esto les resta credibilidad y confianza por parte de la sociedad en general. Tan sólo cabe transcribir lo que el Código Deontológico Autonómico del Consejo de Colegios de Médicos Valencianos² expresa a este respecto:

- Capítulo XIV. De la publicidad.
Artículo 38.

1. La publicidad ha de ser objetiva, prudente y veraz, de modo que no levante falsas esperanzas o propague conceptos infundados.
2. El médico podrá comunicar a la prensa, y a otros medios de difusión no dirigidos a médicos, información sobre sus actividades profesionales, siempre que dicha información sea verídica, discreta, prudente y expresada de manera que pueda entenderse.

– Capítulo XV. De las publicaciones profesionales.
Artículo 39.

1. El médico tiene el deber de comunicar prioritariamente a los medios profesionales los descubrimientos que haya realizado o las conclusiones derivadas de sus estudios y ensayos científicos, cualquiera que sea su signo.
2. El médico no podrá emplear en las publicaciones científicas escritas, orales o visuales ningún nombre o detalle que permita la identificación del paciente o de la persona sobre la que se investiga. Cuando no pueda obviar esta posibilidad de identificación, el médico deberá disponer del consentimiento explícito del interesado.
3. En materia de publicaciones científicas son contrarias a los deberes deontológicos las siguientes actuaciones:
 - Dar a conocer de modo prematuro o sensacionalista procedimientos de eficacia todavía no determinada o exagerar ésta.
 - Falsificar o inventar datos.
 - Plagiar lo publicado por otros autores.
 - Dejarse incluir como autor a quien no ha contribuido sustancialmente al diseño y realización del trabajo.
 - No mencionar todas las fuentes de financiación del trabajo que motiva la publicación.
 - Realizar publicaciones repetitivas.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El mismo criterio de credibilidad podemos aplicar a los medios de comunicación general que en ocasiones, con el afán de primicia, admiten noticias sin ninguna confirmación. Creo que no están exentos de responsabilidad en cuanto a los efectos negativos que estas noticias tienen en la población y hemos expresado anteriormente. Tienen profesionales especializados en el periodismo sanitario que conocen perfectamente cómo contrastar este tipo de informaciones. No haciéndolo así caen en el sensacionalismo fácil, crean confusión en sus lectores, y pierden credibilidad entre los que pueden conocer la verdad que existe detrás de esas noticias.

Quiero expresar, finalmente, mi reconocimiento a los científicos profesionales que trabajan de forma humilde, sacrificada y callada. Ellos son los que realmente permiten el avance continuo de la medicina, y en muchas ocasiones sus descubrimientos, realmente trascendentales, pasan desapercibidos a la opinión pública incluso después de haber sido publicados en revistas científicas de altísimo nivel y reconocido prestigio. Curiosamente, este tipo de científico es muy reacio a la aparición en medios de comunicación general porque distorsiona su trabajo y distrae a los equipos de su verdadero objetivo de trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

1. Edmunds LH. Ann Thorac Surg. 2007;84:717-9.
2. Código de Deontología Médica de la Comunitat Valenciana.



BIO MED



unidix

Especialistas en cirugía cardiovascular

desde 1977 al cuidado de tu salud



91 803 28 02



info@biomed.es

