

REFLEXIONES SOBRE LA PUBLICIDAD MEDICA

# ¿COMO ESTABLECER UNA DISTINCION ENTRE LA PUBLICIDAD O PROMOCION EXAGERADA Y LA ESPERANZA RAZONABLE?

Las noticias y el papel de la prensa. Sujetos involucrados y puja de intereses.

Los pacientes con enfermedades graves, como el cáncer, viven con ansiedad las perspectivas de progresos científicos, que los libere del sufrimiento y ofrezca posibilidades de cura. A la expectativa de progresos que los ayude, las noticias sobre investigaciones de laboratorio, con animales o estudios preliminares los encuentra ávidos de novedades, a las que pueda acceder. Pacientes y familias se constituyen en un grupo de presión, y de particular interés periodístico.

Los investigadores y profesionales involucrados en la investigación médica se mueven en un mundo de competencia y estrechamente ligado a los intereses de la industria farmacéutica. Progresos en los hallazgos científicos son rápidamente, y a veces prematuramente, comunicados a la prensa, y difundidos a la opinión pública, con un impacto a veces importante en el valor de las acciones de las empresas involucradas.

Los temas vinculados a la salud son de particular interés para el periodismo. Por un lado forma parte del mandato social y profesional, la búsqueda del bien común, y por otro lado proporciona un abundante material informativo. Cuando se trata de asuntos tan caros a la sociedad como potenciales curas del cáncer el periodismo puede verse tentado a ofrecer una visión optimista de los resultados, actitud favorecida por la información brindada por la comunidad científica-médica y la industria. Un ejemplo lo constituyó las noticias referentes a los factores anti-angiogénicos, fruto de las investigaciones del Dr. Judah Folkman de Boston, y que fueran motivo de una nota en la primera página del influyente New York Times, in-

Dr. Emilio Palazzo (1), Servicio de Oncología y Hematología Clínica.  
Srta. Graziana Palazzo (2).

mediatamente diseminado por radio, televisión, Internet y prensa gráfica mundial, generando una enorme expectativa pública. Pocos días después se aclaró que los resultados eran preliminares, y que los resultados solo se conocían... en ratas. 1

En la figura 1 se esquematizan algunos de los componentes que contribuyen en grado variable y dinámico a la elaboración de la noticia. 2 La elaboración de la misma es responsabilidad del **periodismo**, que debería moverse en el contexto de ciertos valores (la verdad, la libertad, el bien común) y con ciertas normas éticas (egoísta, utilitaria, deontológica o mixta). Dentro de lo que llamamos periodismo se deben considerar la empresa periodística y el periodista. Los otros componentes que influyen son los pacientes, la industria, las agencias de los gobiernos y los científicos-médicos, quienes también en grado variable deberían regirse por los valores y principios éticos mencionados.

En resumen las noticias tal cual las reciben los ciudadanos son el fruto de un complejo entretrejo de intereses y valores. Ajustarse a los valores que priorizan el bien común darán a la información la objetividad necesaria para mantener un nivel científico adecuado, evitando engaños y falsas expectativas.



(1) Jefe del Servicio de Onco-hematología Clínica - Hospital Privado.

(2) Licenciada en Comunicación Social.

