

Universidad de Sidney analizó casi mil publicaciones en Instagram y TikTok

Cerca del 85% de los posts sobre salud y medicina son engañosos y dañinos

Investigación académica desenmascara la labor de influencers globales en redes sociales.

RODRIGO CASTILLO

Preocupantes son los resultados de un reciente estudio académico de alcance global, encabezado por la Universidad de Sidney, que se realizó para analizar la calidad y confiabilidad de los posts sobre temas médicos que circulan en las redes sociales.

La investigación, cuyo informe final fue publicado hace pocos días por la revista estadounidense *Jama Network Open*, estableció que cerca del 85 por ciento de las publicaciones disponibles en Instagram y TikTok ofrecen consejos médicos engañosos o potencialmente dañinos. Esa información, por cierto, llega a los celulares de alrededor de doscientos millones de seguidores de todo el mundo.

Para llegar a esos hallazgos fue necesario examinar casi mil posts de influencers que promocionaban cinco exámenes médicos que han despertado controversia entre los especialistas. Se descubrió que las publicaciones no hacían referencia a ninguna evidencia científica que respaldara la validez de dichos exámenes y que tampoco se mencionaban los posibles riesgos de esos procedimientos. También resultó que los dueños de las cuentas tenían intereses financieros asociados a la venta de esos productos clínicos.

“Uno de los temas que subyacen en el discurso de los influencers que promueven estos tests es que el conocimiento es poder, pero la mayor parte de la información que ofrecen ha sido elegida de acuerdo a sus conveniencias. Cuando se trata de la salud, ver la imagen completa es demasiado importante, y las verdades a medias son, a menudo, mentiras”, explica, en el informe, la doctora Brooke Nickel, quien lideró el estudio.

Conteo de óvulos

Entre las pruebas que eran promocionadas en las publicaciones se encontraban sistemas de conteo



de óvulos y de testosterona, además de resonancias magnéticas de cuerpo completo, métodos para la detección temprana de cerca de cincuenta tipos de cáncer y análisis del microbioma intestinal.

La doctora Anamaría Arriagada, presidenta del Colegio Médico de Chile, cuenta que el tema de la información médica que circula en redes sociales ya ha sido abordado por su gremio.

“La semana pasada tuvimos

nuestra primera reunión, cuando se hizo el lanzamiento de la campaña de vacunación, y en esa oportunidad yo señalé que tenía que haber una fuerte vigilancia, de parte del Ministerio de Salud, sobre la información que circula en las redes, para que así podamos reaccionar a tiempo frente a informaciones que sean poco acuciosas o que atenten contra el conocimiento preciso y la confianza de la población”, plantea.

“Dada la importancia que esto

tiene, creo que hay que empezar a institucionalizar, a crear oficinas donde exista una expertise informática de reaccionar a tiempo, y no tan precozmente, porque si uno empieza a reaccionar frente a todo lo que aparece en las redes, uno termina haciendo un flaco favor a nuestro objetivo, y terminamos magnificando noticias falsas”, reflexiona la líder gremial.

Interés económico

Acostumbrado a ser cuidadoso en su consumo de redes sociales, el doctor José María Cortés, cirujano bariátrico de Clínica Renнат, opina que en el ámbito de los influencers de temas médicos hay que prestar atención a los intereses económicos en juego, especialmente de quienes fabrican los dispositivos para exámenes y medicamentos que se promueven a través de TikTok e Instagram.

“Creo que en todo esto hay una jugada de los laboratorios que quieren vender sus exámenes. Si tú tienes un laboratorio de conteo de óvulos, o de medición de niveles de testosterona, vas a querer vender ocho mil exámenes al mes. Y para eso tener más clientes puede generar esa publicidad, generando también una falsa necesidad”, dice el especialista.

“Desde mi especialidad, como cirujano bariátrico, de vez en cuando veo pacientes que llegan diciéndome que se quieren hacer un chequeo general, porque quieren saber si están bien. Ahí se nota esa necesidad, o esa creencia popular, de que tienen que hacerse un examen, ya sea un hemograma o un perfil lipídico, y creo que eso se presta mucho para seguir modas y malos consejos”, agrega el doctor Cortés.

La doctora Adriana López, directora de postgrados médicos de la Universidad de Santiago, confirma que la cantidad de consejos y recomendaciones clínicas que circula en las redes sociales es “una preocupación constante de los profesionales médicos y las sociedades médicas”.

“Es importante considerar que los pacientes son personas individuales, ninguna igual a otra y que, por tanto, requieren una evaluación clínica previa a decidir tratamientos que pudiesen ser potencialmente buenos o potencialmente peligrosos”, advierte la académica.