
Editorial

Redes Sociales: El bueno, el malo y el Feo

Es un hecho que las redes sociales o herramientas de comunicación 3.0 como se han llamado también, llegaron para quedarse. Y es que realmente considero que son parte fundamental de nuestra evolución como sociedad.

En la actualidad nos encontramos, sin ningún tipo de asombro, que buena parte de nuestros especialistas las utilizan con fines puramente profesionales; más aún, si observamos los números de cuentas dedicadas exclusivamente a cirugía ortopédica y traumatología con producción venezolana, podemos evidenciar que existe una tendencia clara, en la que los propietarios de las mismas son nuestros jóvenes cirujanos ortopedistas, probablemente, debido a que las nuevas generaciones poseen un mejor conocimiento de la utilización de la tecnología disponible, así como también, es innegable que son parte de una generación donde la creatividad es una de sus principales características, sin embargo, seríamos ciegos si no entendiéramos que la razón de mayor peso es probablemente la de lograr una promoción de su práctica profesional, a un muy bajo costo, por no decir a costo cero.

Sin querer ahondar mucho en el debate de si se violan o no algunos principios del código deontológico de nuestra profesión en muchas de las publicaciones de Instagram®, Twitter o Facebook® (por nombrar tres de las redes sociales de mayor arraigo en nuestro país), veo con inmensa preocupación, que la calidad de las publicaciones es mucho menos que optima en relación a factores como: Indicación de los procedimientos, estudios imagenológicos, reducción y osteosíntesis, y resultados post quirúrgicos. Adicionalmente considero que hay una competencia poco saludable en presentar resultados “excelentes” en postoperatorios inmediatos, y pacientes deambulando con andaderas, bastones o sin asistencia en las primeras horas de su recuperación postquirúrgica, como si ese único parámetro fuera el índice de una cirugía adecuadamente realizada.

He llegado a observar en algunos casos hasta Rifas y sorteos de Plasma Rico en Plaquetas, para aquel seguidor de la cuenta que haga tal o cual cosa para promocionarla.

Entiendo que las nuevas generaciones y algunos colegas de mayor edad tienen este recurso infinitamente útil a su disposición, pero considero realmente, que manejar las expectativas de un paciente que acude porque le llegó una publicación específica de una red social, debe ser siempre mucho más complicado, que aquel que acude porque conoció a través de sus familiares o amistades cercanas el trabajo del especialista y se identifica con su manera de ejercer la profesión.

Al final, siempre es importante recordar que las redes sociales son una visión concienzudamente editada y a la medida de la realidad que un especialista en específico quiera transmitir a sus seguidores, y según mi experiencia, la mayoría de las veces hay una distancia enorme entre lo que se ve en la pantalla del celular o la tableta electrónica y lo que sucede en realidad en un consultorio o un quirófano.

Si este humilde comentario, sirve para crear conciencia en nosotros mismos, como difusores de información médica y no para generar 1.000.000 de “Me Gusta” me doy por satisfecho.

Dr. Carlos Sánchez Valenciano