

# Dermatología y medios de comunicación social: ¿colaboración o confusión?

**Husein Husein-El Ahmed, A Buendía-Eisman, R Ortega-del Olmo.**

*Departamento de Dermatología, Hospital Universitario de San Cecilio, Granada, España*

**Correspondencia:** Husein Husein-El Ahmed, Avenida Madrid S/N, Departamento de Dermatología, Hospital Universitario de San Cecilio, Granada, CP 18012, España.

**Email:** huseinelahmed@hotmail.com

Los autores declaran no tener conflictos de intereses.

## Al editor:

En la actualidad, la demanda de servicios dermatológicos de la sociedad ha aumentado, ya que la población es cada vez más consciente de la importancia de acudir a un especialista ante un problema concreto de salud<sup>1,2</sup>. Por otro lado, la cultura sanitaria de la población se adquiere, en gran parte, a través de los medios de comunicación<sup>3</sup>. Estas dos realidades tienen importantes implicaciones para la salud en general y para la dermatología en particular. La promoción de la salud dermatológica desde los medios de comunicación nos permite reforzar los mensajes sanitarios que ofrecemos a nuestros pacientes, favorecer estilos de vida saludables y poner la salud dermatológica y nuestra especialidad en la agenda pública.

Sin embargo, los mensajes que observamos en los medios de comunicación en no pocas ocasiones llevan a la confusión de la población general en cuanto a su opinión sobre diferentes temas dermatológicos (envejecimiento cutáneo, fotoprotección, alopecia, depilación, etc.), cosméticos o de los profesionales adecuados para su tratamiento y control.

Nuestro grupo de trabajo decidió hacer una revisión de la prensa escrita (dominicales, semanales, “prensa amarilla”, especializada en belleza o moda femenina

y masculina), en busca de mensajes relacionados con nuestra especialidad y analizar su contenido y objetivos. Tras este análisis, los mensajes eran clasificados en dos categorías: mensajes con respaldo por profesionales dermatólogos y mensajes que inducen a confusión o sin respaldo por profesionales dermatólogos.

El primer grupo lo constituía un escaso número del total de mensajes analizados, y sólo se identificaban en determinadas revistas de divulgación. Sin embargo, el segundo grupo de mensajes era enormemente prevalente y fácilmente localizables en múltiples revistas no médicas.

El auge de la Dermatología ha sido aprovechado de manera indebida por personas ajenas a nuestra especialidad, quienes mediante publicidad engañosa ejercen ilegalmente esta especialidad exponiendo a los pacientes a riesgos que, en ciertas ocasiones, pueden resultar fatales. Ello ha derivado en la existencia de un grupo de pacientes que, por distintas causas (culturales, económicas, burocráticas, desinformación, etc.), no reciben la atención médica necesaria.

Como sociedad civil, corresponde a todos vigilar para que el estado de derecho se cumpla, también, en el ámbito sanitario. Para propiciar una mejor práctica de la actividad médica y garantizar una atención integral de calidad al paciente, existe una normativa legal que debe ser conocida tanto por médicos como pacientes: sólo los médicos pueden prescribir medicamentos. El tratamiento debe ajustarse a fármacos con base científica comprobada. El comercio de productos para diagnóstico o tratamiento carentes de respaldo científico es una variante de curanderismo a la que debemos prestar atención, aparte de constituir una falta ética.

Para finalizar, consideramos que para evitar estas prácticas fraudulentas nuestras armas son la actualización permanente y la implicación del dermatólogo en los medios de comunicación, para que los mensajes que recibe la población estén respaldados por un rigor científico, y para que la figura del dermatólogo y de nuestra especialidad sean difundidas con la seriedad y rigurosidad con la que trabajamos.

## Referencias

1. Battie C, Verschoore M. Dermatology, cosmetic and well-being. *Ann Dermatol Venereol*. 2011;138:294-301.
2. Patel U, Fitzgerald R. Facial shaping: Beyond lines and folds with fillers. *J Drugs Dermatol*. 2010;9(Suppl.8):s129-37.
3. George DD, Wainwright BD. Dermatology resources on the internet. *Semin Cutan Med Surg*. 2012;31:183-90.