

EDITORIAL

CUANDO LOS PROFESIONALES DE LA SALUD ACTÚAN COMO *INFLUENCERS* DE OTROS PROFESIONALES DE LA SALUD. REFLEXIONES EN VOZ ALTA A PROPÓSITO DE SU IMPACTO EN EL CUIDADO DE LAS HERIDAS

DOI: S1134-928X2024000200001

Joan Enric Torra-Bou

Director de SAPIENS Ferides, Heridas, Wound Consultants

Editor del Blog Piel Segura

Investigador del Tissue Repair and Regeneration Laboratory (TR2Lab), IrisCC, Vic, Barcelona

Miembro del Comité Director del GNEAUPP

Miembro del Council European Wound Management Association (EWMA)

Trustee del European Pressure Ulcer Advisory panel (EPUAP)

En los últimos 5 años ha emergido, en paralelo a la eclosión de las redes sociales, la figura de los *influencers*, tanto en redes sociales dirigidas a la población en general como en redes sociales específicas para profesionales de la salud, incluyendo el ámbito temático concreto del cuidado de las heridas. En algunos casos, estos profesionales también utilizan plataformas digitales para influir en las prácticas y decisiones de otros profesionales de la salud.

Los *influencers* se definen como personas con reputación de expertos en un área o tema concreto. Pueden clasificarse de varias maneras: por tipo de contenido, número de seguidores y nivel de influencia. Los profesionales de la salud se pueden convertir en *influencers* por diversas razones y motivaciones, entre ellas, el deseo de compartir conocimientos, mejorar prácticas de cuidado, establecer una presencia en la comunidad científica-profesional o simplemente darse a conocer o satisfacer su ego. Sin embargo, estas motivaciones pueden verse afectadas o influidas por intereses personales o comerciales.

Hay estudios que analizan el impacto de los *influencers* sanitarios en la población general, especialmente en ámbitos como la salud mental, aunque la evidencia sobre su impacto en comunidades científicas y profesionales específicas es prácticamente nula.

Cuando los receptores de los contenidos u opiniones de los *influencers* son profesionales sanitarios, la influencia digital permite una rápida y amplia difusión de información. Esto es útil para diseminar nuevas investigaciones, técnicas innovadoras y prácticas de cuidado mejoradas, pudiendo desempeñar un rol no desdeñable en la educación continua y la actualización de conocimientos. No obstante, existe el peligro de difundir información no basada en evidencia, lo que puede llevar a prácticas incorrectas o peligrosas.

Frases potencialmente peligrosas, y contra las que no pocos hemos luchado, como “a mí me va bien” o “a mí me funciona”, son enfoques subjetivos que ignoran la necesidad de una base científica sólida y que se alejan de los estándares de la comunicación científica, siendo un enfoque contra el que no pocos hemos luchado en el transcurso de los últimos 20 años al propiciar y sentar las bases de un cuidado de las heridas basado en la evidencia.

Además, la extrapolación de experiencias individuales a contextos más amplios puede ser engañosa y dañina. En la atención de salud, la adopción de prácticas influenciadas por información no verificada puede afectar directamente a la seguridad y al bienestar de los pacientes. Los errores en el cuidado o la adopción de terapias no probadas pueden resultar en daños irreparables.

Surge una preocupación significativa cuando los consejos de un *influencer* contradicen o se desvían de la evidencia científica establecida sin una justificación adecuada. Esto puede generar confusión y desvalorización de la investigación científica rigurosa, y puede poner en peligro tanto a pacientes como a los propios profesionales de la salud. La falta de evidencia acerca de algunas intervenciones que se proponen también obliga a una máxima cautela, por lo que esta circunstancia debe ser explicada y los consejos deben fundamentarse.

En la era de la inmediatez, las redes sociales, aunque propicias para el debate, no son el espacio ideal para probar nuevas hipótesis o teorías; para ello se requiere del método científico. Los mecanismos para generar conocimiento científico aplicable en la práctica clínica incluyen la validación por la comunidad científica de referencia del método, el desarrollo y el análisis de los resultados mediante publicaciones científicas, y esto es algo que lleva su tiempo y que se contrapone a la inmediatez. Al aconsejar acerca de cuidados a otras personas, profesionales o no, tanto en los canales habituales de comunicación científica como en los digitales, los profesionales de la salud tienen la obligación ética de proporcionar información basada en evidencia científica.

En los medios digitales, donde en la mayoría de las ocasiones no existen filtros previos, las obligaciones éticas y legales se magnifican cuando un profesional de la salud asume el rol de *influencer*. Las implicaciones legales de difundir información incorrecta o engañosa pueden ser graves, y ello obliga a una máxima cautela y transparencia. La seguridad del paciente, entendida como la prevención de eventos adversos y la prestación de cuidados de salud adecuados y seguros, debe ser la prioridad principal en cualquier práctica sanitaria. La influencia digital mal gestionada puede comprometer esta seguridad.

Al hablar de las obligaciones de los *influencers*, también es necesario considerar a los “influenciados”. A estos últimos les corresponde, si desean incluir en su práctica clínica contenidos no validados científicamente, una máxima cautela a la par de ser críticos constructivos con dichos contenidos. Esto implica cuestionarse el porqué, el cómo y el cuándo de la información y de los mensajes, y cuando estos cambien su práctica, como mínimo informar y solicitar la opinión y autorización de quienes reciben sus cuidados.

A continuación, se enumeran lo que vendrían a ser unas buenas prácticas que se deben cumplir por parte de los profesionales de la salud *influencers* en las redes digitales. Asegurarse de que toda información compartida esté basada en evidencia científica y haya sido verificada por fuentes confiables, declarar cualquier posible conflicto de interés relacionado con el contenido compartido, fomentar entre los seguidores la habilidad de cuestionar y analizar críticamente la información y responder a las posibles cuestiones, clarificar de manera explícita cuándo se está compartiendo una opinión personal frente a información basada en evidencia y mantenerse actualizado con las últimas investigaciones y guías clínicas para asegurar la precisión del contenido.

La existencia de *influencers* en las redes sociales es hoy en día una realidad palpable que irá creciendo. Mirando hacia el futuro, es crucial establecer directrices claras y marcos reguladores para la influencia digital en la atención de salud. Los profesionales sanitarios deben ejercer un escepticismo saludable y validar la información que reciben por canales digitales antes de adoptarla en su práctica. La colaboración entre plataformas digitales, instituciones de salud, sociedades científicas y profesionales, y organismos reguladores puede ayudar a garantizar que la influencia digital en la salud sea positiva, segura y basada en evidencia.

De la misma manera que no se le pueden poner puertas al campo, no se le pueden poner puertas al auge de los *influencers* y a la comunicación sobre temas relacionados con la salud en las redes sociales; ahora bien, una serena reflexión acerca de los pros y los contras de este fenómeno, pueden ayudarnos para aprovechar sus innumerables ventajas en 3 grandes dimensiones:

- Mejorar el conocimiento de la población acerca de determinados problemas o condicionantes de salud.
- Mejorar la práctica clínica de los profesionales de la salud.
- Mejorar la seguridad de los pacientes.

A modo de reflexión final, me permito reproducir literalmente una cita de Natalia Velilla Antolín (*La crisis de la autoridad*. Arpa & Alfil Editores; 2023) que, aunque dirigida a los *influencers* que se dirigen a la población en general desde redes sociales como *blogs*, Instagram y TikTok, creo que en cierta manera también sería aplicable a los *influencers* dirigidos a profesionales de la salud: “(...) En determinados sectores profesionales surgen quejas de intrusismo de personajes populares que se permiten divulgar contenidos sobre los que no han estudiado o no han profundizado lo suficiente y que ofrecen información a menudo errónea e incluso peligrosa, sin que existan herramientas eficaces de control para evitarlo. En algunas ocasiones, cuando alguien con conocimientos en una determinada materia rebate argumentos falaces de quienes agrupan centenares de miles de seguidores, sufre la airada defensa de estos, como si de adeptos a una secta se tratara”.

¡El debate está servido! ■