

EDITORIAL

LOS MEDICAMENTOS Y UN PATÓLOGO QUE ENFERMA

Dr. Alberto S. Sundblad

A lo largo de casi 40 años tuve la oportunidad de observar algunos aspectos del ejercicio de la medicina desde el privilegiado lugar del patólogo, sitio en donde no pesan tanto las responsabilidades del médico tratante y la mirada puede ser menos comprometida.

Pero un día el azar me transformó en paciente. Este nuevo lugar significó, entre otras cosas, convertirme en un cliente más o menos habitual de las farmacias, haciéndome vivir experiencias en cierto modo conocidas pero no por eso menos impactantes. Me refiero a las innumerables ocasiones en que mientras esperaba el turno para ser atendido, pude observar a personas de la más variada condición social, que luego de preguntar los precios de los medicamentos se retiraban sin comprarlos.

Mi experiencia profesional me llevó a relacionar estas situaciones con otras del mundo de la medicina. Por un lado vincular los costos de los medicamentos con los subsidios a programas de docencia, la provisión de equipamiento hospitalario, la contribución a la actualización de profesionales y el apoyo económico a investigaciones desarrolladas en centros de reconocida seriedad con investigadores independientes.

Simultáneamente con estos positivos, vinieron a mi memoria las "atenciones" que reciben los profesionales de parte de representantes de laboratorios o de aparatos médicos, que van desde inocentes lapiceras hasta regalos cuyo valor sugieren verdaderos compromisos. Recordé las llamadas "reuniones de expertos", o de "investigadores principales", las "cenas-shows" para lanzamientos de nuevos productos, los viajes a congresos con pasajes y viáticos pagos, así como otras actividades que en general se hacen en lugares particularmente atractivos y en hoteles cinco estrellas. También recordé el estremecimiento que sentí cuando en una ocasión, a la pregunta "¿quién

paga estas cosas?" una persona con muchos años en la profesión médica me dio la ingenua respuesta, "los laboratorios" (en la respuesta no había ironía).

En una institución como la nuestra, en la que los residentes son formados en los aspectos técnicos, humanitarios y éticos de la profesión, la relación entre la industria médica y los profesionales debe ser un tema siempre presente. El marketing de la industria médica no es inocuo. Por un lado algunas "atenciones" pueden generar restricciones a la libertad profesional en cuento a crear compromisos morales entre quien otorga y quien recibe la "atención". Por otra parte este mismo marketing ha producido una marcada contaminación de la información científica. Es difícil garantizar la "asepsia" de una información referida a un test, una droga o un procedimiento cuando no sabemos si el comunicador ha recibido honorarios, viáticos, subsidios o cualquier otra forma de ayuda por parte del productor. Cualquier publicación, conferencia u otra forma de comunicación médica puede ser sospechada de estar influida por relaciones comerciales.

La influencia de la industria médica sobre la actuación profesional es una realidad insoslayable, donde además los usos y costumbres van borroneando los límites de lo legal y de lo ético. Por ahora sólo parece posible intentar neutralizar esta influencia estando alerta para actuar en función de la distorsión que este factor introduce en el ejercicio profesional. No alcanza con pasar por el filtro de la ética las relaciones personales con los estándares que son aceptados en la práctica corriente, ya que en ocasiones éstos surgen de fuentes sutilmente contaminadas.

Y volviendo al inicio de estas líneas, las "atenciones" del marketing médico contrastan fuertemente con la visión del paciente que se retira de la farmacia sin haber podido comprar el medicamento.