Un médico en las redes sociales

Categoría : Medicina y Redes sociales
Publicado por Narr el 21/12/2010

JULIO MAYOL, CIRUJANO. UNIDAD DE INNOVACIÓN DEL HOSPITAL CLÍNICO SAN CARLOS, DE MADRID
Un médico en las redes sociales
Cada día que pasa quedan menos personas en los países occidentales que carezcan de una cuenta en redes como Facebook, Twitter o LinkedIn. Sin embargo, aún resulta inviable establecer una fluida relación médico-paciente aprovechando todo el potencial de la nube.
JULIO MAYOL, CIRUJANO. UNIDAD DE INNOVACIÓN DEL HOSPITAL CLÍNICO SAN CARLOS, DE MADRID - Miércoles, 22 de Diciembre de 2010 - Actualizado a las 00:00h.

Mark Zuckerberg descubrió el poder de la tecnología de la comunicación en internet tras ser abandonado por su novia. En Harvard, no pertenecer a la élite de las hermandades supone no tener una vida social que merezca ser llamada así. Y ante la tragedia de quedarse sin novia y no pertenecer a ninguna hermandad, desarrolló Facebook para cambiar el flujo de poder social de una manera rápida y poderosa, atrayendo a mayor número de universitarias de lo que nunca hubiera soñado. Como subproducto, terminó convirtiéndose en el multimillonario más joven del mundo. Seis años después las redes sociales en internet son la mayor redistribución incruenta de poder que se ha producido activamente en la historia de la Humanidad. Todo gracias al poder de la comunicación. Bien es cierto que el motor de este movimiento ha sido una necesidad básica de los seres humanos: el intercambio de genes. No resulta por tanto chocante que, según datos de marketer.com, casi un 80 por ciento de la generación del milenio (menores de 23 años) tenga una cuenta activa en una red social. Pero no sólo ellos están en la conversación. Cada vez más adultos se unen a este movimiento. En Estados Unidos, aproximadamente un 40 por ciento de los mayores de 65 años tienen una cuenta. ¿Por qué los adultos se están incorporando también a las redes sociales en internet? Porque se van dando cuenta de la potencia que tienen estas herramientas para comunicarse con otros seres humanos con los que intercambiar memes.
A los médicos se nos ha entrenado para hacer diagnósticos y dar tratamientos, no para comunicarnos con nuestros pacientes. Y es un gran error, porque la cura empieza con la comunicación
Fuente de contenidos médicos

De lo expuesto anteriormente se deduce que, cada vez más, nuestros conciudadanos van a usar las redes sociales para buscar información y comunicarse. De hecho, internet ya es la mayor fuente de contenidos médicos de la que disponen. Y es allí donde los médicos deberíamos estar para ofrecer nuestros servicios y para compartir nuestro conocimiento. Pero a los médicos se nos ha entrenado específicamente para hacer diagnósticos diferenciales y aplicar tratamientos complejos, no para comunicarnos con nuestros pacientes de una manera efectiva. Y ese es un gran error, porque la curación comienza con la comunicación. Es el proceso clave, el fundamento de la calidad percibida o lo que suele denominarse humanismo médico. Claro que no es fácil cambiar una tradición milenaria de monopolio y ferreo control de la información de calidad, totalmente justificado por el modelo paternalista de la relación médico-paciente. Los cambios no gustan. Dicho esto, no es sorprendente encontrarse con fuertes opiniones contrarias a las nuevas redes sociales, más aún en

el ámbito sanitario, porque son vistas como un elemento de levedad intelectual e inmadurez profesional. Personalmente, no creo que la credibilidad profesional o científica se deba sustentar en negarse a compartir el conocimiento con aquéllos que no tienen una formación como la nuestra. Muy al contrario, es parte de nuestra responsabilidad social transmitir a la sociedad, de una manera comprensible para todos, lo que sabemos, lo que ignoramos y lo que aprendemos como resultado de la investigación que llevamos a cabo con fondos públicos.
Por otro lado, las redes sociales no son un invento reciente. Han existido desde que los homínidos, animales poco dotados físicamente, optaron por agruparse y desarrollar el lenguaje para tener ventaja competitiva en la lucha por la supervivencia. Después de varios milenios, en el ámbito sanitario, las sociedades científicas o los colegios profesionales han sido redes sociales basadas en el modelo de poder imperante. La diferencia actual es el poder de la herramienta, internet, que ha modificado la distribución del poder.
Redefiniendo la comunicación

Sin duda, estamos en un momento clave de la redefinición de la comunicación en el ámbito sanitario entre pacientes y profesionales. Y debe haber profesionales e instituciones comprometidos con el liderazgo de la innovación tecnológica sanitaria. Por ello y para explorar la capacidad de las redes sociales entre profesionales, durante los últimos años hemos lanzado iniciativas en tres grandes redes sociales: Facebook, Twitter y LinkedIn.
Las redes sociales en internet son una innovación tecnológica que está cambiando la manera que los seres humanos tienen de relacionarse. No podemos mantenernos ajenos
Twitter es una forma de microblogging, muy popular entre profesionales del mundo sanitario, en la que mediante mensajes de 140 caracteres se pueden comunicar contenidos relevantes para la red de seguidores. En Twitter, en colaboración con Diario Médico, el Hospital Clínico fue la primera institución europea y la segunda a nivel mundial desde la que se retransmitió una intervención quirúrgica de la Unidad de Cirugía Guiada por la Imagen. Además, la utilizamos para mantener la actividad de la plataforma tecnológicaiSurgitec, en la que participan, junto al Servicio de Cirugía I, el Departamento de Cirugía de la Universidad de Chicago, el Hospital Henry Ford de Detroit o el Servicio de Cirugía del Hospital Virgen del Rocío de Sevilla. Para terminar, disponemos del canal@iClinicoMadrid, en el que la Unidad de Innovación (creada con el apoyo del Instituto de Salud Carlos III) difunde noticias de innovación sanitaria. En Facebook hemos desarrollado un grupo en código abierto, MedLearn, moderado y alimentado por especialistas para compartir contenidos docentes. Y finalmente, en la red profesional LinkedIn hemos creado el grupo Incubadora de ideas-HCSC, la marca de nuestra sesión de creatividad en tecnología sanitaria que se celebra mensualmente en el hospital. Este grupo está formado por más de 120 profesionales de distintos ámbitos que han desarrollado un espacio colaborativo para la innovación tecnológica.
Las redes sociales en internet son una innovación tecnológica que está cambiando la manera que los seres humanos tienen de relacionarse. No podemos mantenernos ajenos. No podemos ser meros espectadores. Los profesionales debemos implicarnos y liderar la evolución de estas herramientas para mejorar la comunicación con nuestros pacientes y con nuestros colegas. Debemos explorar las posibilidades de las nuevas tecnologías aplicadas a la sanidad. Aunque bien es cierto que los exploradores tienen que asumir una alta mortalidad. Suele reconocérseles porque son los que tienen las flechas en la espalda.