

Consideraciones Bioéticas para el Manejo de las Redes Sociales en Cirugía Buco Maxilofacial

Bioethical Considerations for the Management of Social Networks in Oral and Maxillofacial Surgery

Autoría : Dr. Carlos Manresa , Cirujano Bucomaxilofacial y MSC en Bioética

Comité de ética e investigación 2020-2021

Resumen

Introducción

Las redes sociales se han posicionado en la última década como un medio de comunicación accesible, plural, vanguardista y cuyo contenido tiene un alcance inmensurable. Cada vez son más las cuentas en estas plataformas que pertenecen a cirujanos maxilofaciales quienes, de manera personal o profesional, las utilizan para exponer casos clínicos, interactuar con pacientes o colegas, promocionar su trabajo con fines educativos o comerciales, entre otros. Cada red social tiene sus propias políticas de privacidad y seguridad, al igual que cada país tiene su propia regulación dentro del marco legal. Sin embargo, consideramos importante sugerir, desde un enfoque bioético, una guía de manejo adecuado para las redes sociales en cirugía maxilofacial.

Discusión

Desde la creación de Facebook en el 2004, las redes sociales pasaron a convertirse en un recurso de comunicación de crecimiento exponencial, el cual produjo cambios importantes en la forma de comunicarse. (Bennett) En los últimos diez años, este

crecimiento de las redes sociales ha provocado que las empresas hayan volcado sus intereses publicitarios para llegar a los usuarios de estos medios. (Tsao) Además de estimular de manera efectiva las actividades comerciales, estos medios atraen consumidores y aumentan las relaciones de marca con los clientes en diferentes segmentos. (Delbaere)

Aunque algunos pudieran pensar que las redes sociales solo tienen utilidad para compartir información personal, estas tienen una amplia y diversa aplicación en distintos ámbitos, incluida la Salud. (Serri) Y la cirugía es un ejemplo de ello, cada vez son más las cuentas usadas por los especialistas para la presentación de casos clínicos y radiografías, tutoriales con fines académicos, foros para discusión con otros colegas, promoción de centros de salud, posicionamiento de marca, comunicación con los pacientes, entre otros. (Bennett Azoury) Sin embargo, especialidades como la cirugía maxilofacial son altamente sensibles al sensacionalismo por la misma naturaleza de la casuística que se maneja. Y aunque existen algunos trabajos acerca de las consideraciones éticas para su uso en general suelen ser poco específicas. (Bennett)

Devitt destaca la importancia de la confidencialidad y el consentimiento informado con respecto a la autonomía del paciente. Un aspecto importante de la mayoría de los consentimientos "digitales" es que los pacientes tienen derecho a retirarlo si así lo desean en una fecha posterior. Sin embargo, Internet y las redes sociales anulan efectivamente esta posibilidad.

En cuanto a la justicia sabemos que la capacidad de decisión de los pacientes puede verse altamente influenciada por factores como los algoritmos de búsqueda de las redes sociales que utilizan el número de seguidores de una cuenta por ejemplo, los cuales sabemos que

pueden ser incluso comprados, y que no representan de ninguna forma la capacidad, el nivel de experiencia o de estudios realizados de un cirujano. (devitt)

Desde el principio de la no maleficencia, en la comunicación interpersonal, a través de las redes sociales, se pueden generar conflictos éticos que pueden afectar la interacción en distintos niveles como son la exposición intencional de lo íntimo, el daño a las relaciones interpersonales y las ofensas a la dignidad de las personas o identidad de algunos grupos sociales en particular. (montenegro)

Las publicaciones en redes sociales pueden sufrir el efecto de viralización, que ocurre cuando por alguna razón se vuelve de interés para muchas personas que empiezan a repostearla de manera exponencial, pudiendo llegar a miles o millones de usuarios e incluso trascender a otros medios. Es importante destacar que este mismo fenómeno puede ocurrir con publicaciones que son modificadas en sus imágenes o reseñas, sacadas de contexto o utilizadas con otros fines. (devitt)

Considerando todos estos aspectos hemos recopilado una serie de recomendaciones para que sirva de guía para el uso de las redes sociales en cirugía maxilofacial(1,8-15)

- 1- No están permitidos incentivos para pacientes por permitir la publicación de fotografías.
- 2- Evitar cualquier violación a la confidencialidad de los pacientes. Revisar todas las fotografías y videos para detectar cualquier característica de identificación, como tatuajes o marcas de nacimiento, así como cualquier documentación médica que se capture accidentalmente en el fondo de la fotografía o del video.

- 3- Obtener un consentimiento informado completo al publicar la información del paciente. El consentimiento debe incluir una discusión sobre la permanencia del contenido en línea y la falta de control sobre las potenciales audiencias.
- 4- Se prohíben los incentivos a pacientes para permitir el envío de fotografías.
- 5- Conocer y cumplir las pautas institucionales o departamentales.
- 6- Evitar establecer la relación médico-paciente en línea. Más bien, alentar al paciente a discutir los problemas con sus propios cirujanos.
- 7- Mantener cuentas de redes sociales personales y profesionales separadas
- 8- Utilizar las directrices de estas organizaciones sobre fotografía y publicidad para guiar el uso de las redes sociales.
- 9- Evitar emplear el sensacionalismo en toda publicación y la indiferencia lúdica hacia las muestras quirúrgicas.
- 10- Cualquier diálogo debe incluir un lenguaje profesional accesible al público

Conclusiones

Las consideraciones bioéticas en el uso de las redes sociales en cirugía maxilofacial deben ir más allá del uso de un consentimiento informado y procurando evitar el sensacionalismo en todo momento. Bennett Las pautas aquí sugeridas deben individualizarse en cada caso, así como deben revisarse constantemente debido a la continua evolución de las tecnologías de información y comunicación. Las redes sociales son en definitiva una herramienta comunicacional cuyo crecimiento exponencial es inmensurable. No existe sociedad en el mundo que no se encuentre vinculada directa o indirectamente con las redes sociales. Pretender disociar las profesiones del área de la salud de las redes sociales sería negarse a ver el presente y el futuro próximo. manresa

Referencias

- 1- Bennett, K. Berlin, N. Maceachern, M et al. The Ethical and Professional Use of Social Media in Surgery—A Systematic Review of the Literature. *Plast Reconstr Surg*. 2018 September ; 142(3): 388e–398e
- 2- W. Tsao y T. Mau, “Ethics in social media marketing”, *Aslib Journal of Information Management*, vol. 71, no. 2. pp. 195-216, 2019
- 3- Delbaere, M. Michael B. Phillips BJ. Social media influencers: a route to brand engagement for their followers”. *Psychol Mark*. 2020
- 4- Serri, M. Redes sociales y salud. *Rev Chilena Infectol*. 2018; 35 (6): 629-630
- 5- Azoury SC, Bliss LA, Ward WH, et al. Surgeons and social media: threat to professionalism or an essential part of contemporary surgical practice? *Bull Am Coll Surg*. 2015 Aug; 100(8):45–51.
- 6- Devitt, S. Kenkel, J. Social Media: A Necessary Evil? *Aesthetic Surgery Journal* 2020, Vol 40(6) 700–702
- 7- Montenegro, U. Odontología y redes sociales: Desafíos éticos de una nueva forma de comunicación. Pontificia Universidad Catolica de Chile. 2020. ProQuest Dissertations Publishing.
- 8- Modgil V, Cashman S, Bedi N, et al. Social media in urology: What is all the fuss about? *J Clin Urol*. 2015;8:160–165.
- 9- Mata DA, Tilak G, Loeb S, Ramasamy R. Curating a digital identity: What urologists need to know about social media. *Urology*. 2016;97:5–7.
- 10- Ehlert MJ. Social media and online communication: Clinical urology practice in the 21st century. *Urol Pract*. 2014;2:2–6.
- 11- Herron PD. Opportunities and ethical challenges for the practice of medicine in the digital era. *Curr Rev Musculoskelet Med*. 2015;8:113–117.

- 12- McLawhorn AS, De Martino I, Fehring KA, Sculco PK. Social media and your practice: Navigating the surgeon-patient relationship. *Curr Rev Musculoskelet Med.* 2016;9:487–95.
- 13- Gould DJ, Grant Stevens W, Nazarian S. A primer on social media for plastic surgeons: What do I need to know about social media and how can it help my practice? *Aesthet Surg J.* 2017;37:614–19.
- 14- Furnas H. Discussion: The Ethical and Professional Use of Social Media in Surgery: A Systematic Review of the Literature. *Plast Reconstr Surg.* 2018;142(3):399-400.
- 15- Atiyeh, B. Chahine, F. Ghanem O. Social media and plastic surgery practice building: a thin line between efficient marketing, professionalism and ethics. *Aesthetic Plast Surg.* 2021; 45(3):1310-2321.
- 16- Manresa, C. Padrón, M. Villarroel-Dorrego, M. Red social instagram como herramienta de mercadeo en odontología. Implicaciones bioéticas. *Acta Odontol Venez.* 2019; 57(2).