

ARTÍCULO DE OPINIÓN

¿Por qué es importante la comunicación en Dermatología?

M. Aizpún

Servicio de Dermatología. Hospital San Pedro. Logroño. España.

Uno de los rasgos que definen a la sociedad actual es el culto a la imagen. Pero esa imagen suele deberse más a la percepción que tenemos de ella que a su trasunto real. Valoramos las cosas por lo que sabemos de ellas. Ese conocimiento, en un porcentaje decisivo, es transmitido por los medios de comunicación. A nivel práctico, McLuhan no exagera en absoluto cuando asegura que el mensaje es el medio. Sin embargo, la importancia de la comunicación se ve frecuentemente cuestionada. La tentación a recluirse en una burbuja profesional o de casta resulta bastante frecuente. Algunos especialistas piensan que únicamente quienes disponen de un nivel similar de conocimientos pueden valorar adecuadamente su categoría. Por eso, se limitan a luchar por obtener el reconocimiento de sus compañeros. Esto es muy importante, siempre que no se olvide que el destino y la beneficiaria de su cualificación es la propia sociedad.

Esa sociedad, nos guste o no, funciona hoy como un mercado. Los dermatólogos debemos actuar dentro de él, transmitiendo la imagen de ser los profesionales específicamente mejor preparados para el cuidado de la piel. Algo que no puede lograrse sin la ayuda de los medios de comunicación. Sin embargo, la relación entre especialistas y profesionales de medios de comunicación tiene sus dificultades. Frecuentemente, los primeros tienden a pensar que los periodistas no están capacitados para transmitir adecuadamente sus conocimientos a la opinión pública, lo cual genera una desconfianza que, en la otra parte, acaba generando antipatía.

Para hacer más fluida esta comunicación, resulta imprescindible una sintonía basada en el reconocimiento de las respectivas cualificaciones profesionales. El dermatólogo debe entender que no está dirigiéndose a sus compañeros de profesión, sino al público en general. Por tanto, debe esforzarse en seleccionar las cuestiones que interesen y estén al alcance del ciudadano medio, reduciendo al máximo los tecnicismos, por muy brillantes que éstos resulten en el

ámbito de la especialidad. Debe reconocer la preparación del periodista como experto en vulgarizar conocimientos y en transmitirlos de forma clara y asequible.

En este contexto de relaciones, la sintonía personal ayuda muchísimo. Los dermatólogos debemos recurrir a esos compañeros que sabemos tienen una habilidad especial para relacionarse con los periodistas y aprender de ellos. Procurando que otros no se sientan discriminados, intentaremos ir seleccionando a profesionales de la comunicación que cuenten con un sólido bagaje de conocimientos y los iremos incorporando, a nivel práctico, como portavoces de nuestros mensajes.

Si el saber comunicar es reconocido actualmente como una tarea importante, en nuestra especialidad resulta fundamental. No debemos olvidar que la Dermatología está íntimamente relacionada con la imagen. Este es un mercado particularmente disputado al que intentan acceder multitud de desaprensivos, carentes de la adecuada preparación científica y guiados prioritariamente por la codicia.

Aunque, a primera vista, pudiera parecer que quienes desean los mejores cuidados para su piel no dudarían a la hora de elegir entre un especialista avalado por largos años de estudio y un charlatán indocumentado, o entre un producto avalado por la investigación y fuertes inversiones, y un placebo supuestamente milagroso, en la práctica, y por desgracia, no siempre ocurre así. Conscientes de la debilidad de sus argumentos, estos vendedores de humo confían sus oportunidades a la habilidad de la propaganda. Los desastres que, con frecuencia, nos vemos obligados a resolver en nuestras consultas, constituyen una prueba fehaciente de que su técnica funciona.

Para combatir eficazmente a estos desaprensivos, resulta imprescindible contar con periodistas tan hábiles para divulgar la verdad como lo son otros para propagar medias verdades, cuando no mentiras absolutas. Al igual que se dice de los buenos amigos, si se ha logrado concienciar a un periodista puede asegurarse que se cuenta con un tesoro. Entonces, la presencia en los medios de comunicación resulta beneficiosa, porque estos profesionales son especialistas en seleccionar las noticias que más y mejor calan en la opinión pública.

Como la mujer del César, a quien no le bastaba con ser honesta, sino que también estaba obligada a parecerlo, los dermatólogos tenemos que lograr que la sociedad nos perciba como los mejores profesionales para el tratamiento de su piel. Este objetivo no puede alcanzarse a través de largas y fundamentadas exposiciones científicas, sino mediante una política de comunicación expresada por profesionales. Nosotros hemos sido formados para curar o embellecer la piel, pero debemos admitir que, por lo general, nuestro lenguaje no es el de la calle. Para esa divulgación existen otros

especialistas cualificados a los que debemos captar en favor de nuestros intereses, que son los más beneficiosos para el conjunto de la sociedad.

Claro que, cuando se produce la colaboración entre un dermatólogo con habilidades periodísticas y un periodista con conocimientos médicos, los resultados suelen ser excelentes. Por eso hay que mimar tanto a unos como a otros e incentivar al máximo que trabajen juntos.

Conflicto de intereses

Declaro no tener ningún conflicto de intereses.