

AS FRAUDES DA SAÚDE E A DESINFORMACIÓN NA ACTUALIDADE

Ao longo da historia a ciencia avanzou e permitiunos mellorar a nosa calidade de vida. A medicina en, concreto, experimentou moitos cambios, posto que no pasado non se baseaba no coñecemento exacto, senón en supersticións e crenzas relixiosas. Co pasar dos séculos, grazas a diversos descubrimentos xunto ás achegas e á investigación de moitos científicos e, a pesar das limitacións que tiveron ao longo da historia, científicas, a humanidade aumentou paulatinamente os seus saberes. No entanto, algo que non cambiou é o uso de artimañas e argucias para enganar e prexudicar á poboación.

Por este motivo, o pensamento crítico e racional é unha ferramenta fundamental á hora de facerlle fronte á realidade do mundo. Para poder rexeitar desde o coñecemento empírico posibles boatos, trampas e fraudes que resultan potencialmente perigosos, é vital ter á nosa disposición fontes fidedignas nas que poidamos consultar información contrastada. Ironicamente, nalgunhas ocasións escríbese información errónea ou enganosa en fontes prestixiosas, como testemuñan diversos portais como *Retraction Watch*, que cada ano revela unha listaxe de entre 500 e 600 retractacións de artigos publicados en revistas científicas. Por desgraza, a ciencia non está libre de enganos e trampas. Por exemplo, en 1998 o científico e exinvestigador británico Andrew Wakefield realizou unha investigación na que afirmaba erradamente que había unha relación directa entre a vacina triple vírica e a aparición de autismo e, aínda que posteriormente demostrouse que as súas afirmacións eran falsas, as súas insinuacións prenderon nas mentes de moitas persoas e constituíron un argumento para o movemento antivacinas. Este non é un caso illado, noutras ocasións falsifícanse estatísticas, malgastando así fondos destinados á investigación e constituíndo un perigo para a saúde pública. Algúns investigadores cometen fraude para obter subvencións, premios ou, simplemente, recoñecemento polos seus traballos. Á súa vez, algunhas revistas non seguen un método rigoroso de constatación dos estudos que publican, senón que cobran por publicar traballos de científicos novos que foron rexeitados anteriormente por revistas máis prestixiosas.

Outras fraudes extremadamente nocivas son aquelas relacionadas coa saúde. Hai senadores e multitude de empresas que din ter atopado remedios a enfermidades sen cura como a diabetes, a obesidade, a artrite e mesmo o cancro. Podemos sinalar como exemplos concretos as seguintes.

1. Parches para adelgazar *Slimmerstar*: Segundo explica a súa web, estes parches permiten queimar practicamente o 100% do exceso de graxa corporal tan só colocándoos nas plantas dos pés. Os vendedores argumentan que os parches teñen distintas capas que eliminan os depósitos de graxa acumulada "derreténdoos" e dosificando ingredientes naturais que se liberan no corpo, mais sen proporcionar os seus principios activos. Válense de experiencias persoais de dubidosa procedencia para vender os seus produtos, utilizan prexuízos enraizados na sociedade apelando a posibles inseguridades dos seus potenciais compradores. As testemuñas din que a obesidade lles facía sentir humillación, que se avergoñaban dos seus corpos e que grazas a eses medicamentos volvían sentirse atractivos, perdendo ata 21 kg en 2 meses, 47 kg en 5 meses e mesmo

16 kg nun mes “sen facer nada máis”, “sen esforzo” e adelgazando “día a día”. É máis, este tipo de anuncios nos que se apela aos complexos e se prometen resultados imposibles, poden favorecer o desenvolvemento de Trastornos da Conduta Alimentaria (TCA). Os parches non son os únicos produtos de *Slimmestar*, na súa web figura unha gran cantidade de produtos adelgazantes que prometen os mesmos resultados, apoiados sempre por persoeiros famosos.

2. *Hondrox*: É un *spray* que promete aliviar problemas e dores das articulacións. No anuncio analizado (hai diversos sitios web de *Hondrox* con deseños distintos e con diferentes “médicos” que os apoian) supostamente un “médico” xaponés afirma que a medicina española está moi atrasada e que os métodos para tratar enfermidades das articulacións son anticuados e ineficaces ante a súa “única causa”, que é ignorada polos médicos deste país. Segundo defende o portal de *Hondrox*, “o doutor Shigeaki Hinohara é o xefe do mundialmente famoso Centro de Reumatoloxía e Neuroloxía de Tokio”. O anuncio explica algúns conceptos médicos sobre os problemas reumáticos utilizando vocabulario específico, mesturando feitos comprobados pola ciencia con afirmacións falsas para venderen o seu produto. Por iso, expón que a súa solución é unha substancia composta de “ingredientes naturais” como “pezoña de serpe, cornos de cervos siberianos, graxa de quenlla e un conxunto de máis de 50 extractos diferentes”. Segundo defende o “doutor”, utilizar esta substancia evita que os pacientes teñan que tomar constantemente medicamentos para erradicar problemas da saúde como artrite, artrose, reuma, osteoporose, etc. Segundo anuncian, os persoal sanitario non quere receitar este medicamento, que non está na lista do Ministerio de Saúde, por problemas burocráticos e porque “as farmacéuticas sufrirían enormes gastos”. Citando exactamente as palabras do anuncio “a xente corrente sofre do atraso da medicina máis ca outros. Non é a súa culpa, é só o sistema de Sanidade”, polo que comprar *Hondrox* (que é “case gratuíto” cando cada botella custa 39 euros) é a solución definitiva para problemas serios de saúde. Por último, o anuncio acaba con comentarios sospeitosamente moi positivos con ánimo de apoiar o seu maravilloso medicamento que, á mantenta, teñen unha hora de publicación falsa. En todo momento amósanse os mesmos lapsos de tempo nos comentarios dos supostos consumidores ou do propio Hinohara, “hai unha hora” ou “hai 15 minutos”.
3. *Reduslim*: este medicamento é promocionado polo mesmo doutor que o anterior, pero nesta ocasión atribúeselle o título de “xefe do mundialmente recoñecido centro de endocrinoloxía e ‘dietoloxía’ de Tokio”, (máis adiante abordarase con máis detemento a figura do doutor). Segundo expón o anuncio, que ten exactamente o mesmo formato que o anterior con oracións practicamente idénticas, “os dietólogos españois non van ao ritmo da medicina moderna, están atrasados polo menos 30 anos” e “os nutricionistas e farmacéuticos danan á xente”. Explican como se almacena a graxa usando xerga médica e o “doutor” di que *Reduslim* é a mellor opción para perder peso de forma rápida e segura sen cirurxía explicando que os compoñentes do seu medicamento son naturais e que, por conseguinte, non ten efectos secundarios (o cal, por certo, non quita que poidan ser prexudiciais, como a beladona, os cogomelos venenosos ou as follas

de coca). Entre os seus ingredientes atopamos “extracto de follas secas de Mate”, “extracto de laranxa amarga biche“ ou “glucomanano de Konjac” cos que se promete eliminar os "obesóxenos" e toxinas. Coas mesmas oracións que no anuncio anterior, instan aos compradores a facerse rapidamente co marabilloso produto para así beneficiárense dun 50% de desconto. Este anuncio tamén contén valoracións moi positivas do produto e intervencións recentes do “doutor”.

Cabe resaltar que o suposto doutor Shigeaki Hinohara foi unha figura real, pero faleceu en 2017 e, polo tanto, é imposible que redactase comentarios fai (supostamente) 15 minutos, os propietarios da web mesmo utilizaron unha fotografía do doutor real. Empregaron a imaxe deste doutor que tiña prestixio para construír o que se coñece como *Falacia ad verecundiam*, que consiste en apoiarse na autoridade dunha figura prominente para garantir o que se afirma. Por outra parte, o anuncio menciona en todo momento a España, pero hai versións idénticas do anuncio nas que se cambia unicamente o país, por México.

Nun mundo infestado de información falsa e tendencias en redes sociais que convidan aos usuarios a levar a cabo accións prexudiciais para a súa saúde pero presentadas como inofensivas, é de vital importancia ter unha mente adestrada e con coñecementos suficientes para detectar este tipo de situacións e evitar caer na trampa da ignorancia e nas redes de individuos maliciosos. Así que, que aspectos cómpre ter en conta?

A miúdo os estafadores utilizan xerga médica para apoiar as súas explicacións e diríxense a grupos concretos, como persoas con pouca información sobre medicina. En ocasións utilizan a imaxe de famosos co fin de avalaren os seus produtos. Isto debería espertar sospeitas, unha ortografía ou gramática incorrectas tamén deberían chamar a nosa atención, como nos anuncios analizados, aínda que ás veces invístese moito en márketing Tamén debería xerar desconfianza que o produto prometa curar moitas enfermidades simultaneamente, nalgúns casos enfermidades insadables como o cancro, a diabetes ou a SIDA. Como nos casos anteriores, ás veces os anunciantes válense de testemuños para fundamentar os seus produtos, aínda que as reseñas sexan falsas ou non acheguen evidencias científicas obxectivas. Ademais ofrecen resultados inmediatos, como no primeiro caso, din ser innovacións científicas que non deben saír a luz ou que son tratamentos naturais que non teñen efectos secundarios, hai que ter en conta que o feito de que algo sexa natural non quere dicir que sexa bo ou seguro, xa se demostrou na Grecia Clásica no caso de Sócrates e a Cicuta. A isto hai que sumarlle o significativo risco de contaminación por substancias non declaradas nas etiquetas, o cal pode representar un risco mortal, pois non están regulados nin controlados polas autoridades”

As fraudes da saúde poden afectarnos a todos, pois os estafadores aproveítanse da desesperación por atopar unha cura rápida a un problema que nos afecta, son comúns os enganados relacionados co adelgazamento, o desempeño sexual, a dores, perdas de memoria e outras enfermidades como as cardíacas ou hepáticas. Os anteriores son casos pouco coñecidos, pero hai estafas moi estendidas e sutís como a “medicina” homeopática, que está tan aceptada entre a poboación, que mesmo se vende en farmacias. Malia que esta a miúdo argumenta que as farmacéuticas son unha “industria multimillonaria”, o negocio

homeopático tamén é millonario, como amosan os ingresos das grandes empresas homeopáticas como BOIRON.

Segundo un dos alicerces da homeopatía “o similar cura o similar”, polo que se fan disolucións con tinturas nai ou principios activos que acaban diluíndose tanto que podemos afirmar rotundamente que son totalmente ineficaces, pois non queda nada da substancia orixinal, malia que é certo que poidan producir un efecto placebo o cal pode ser beneficioso nalgúns casos. No entanto, estes tratamentos son unha perda de diñeiro que se venden en farmacias, lugares de referencia onde os pacientes teñen a súa confianza depositada, e ao fin e ao cabo son produtos inútiles. Todo isto, sen mencionar que é totalmente inmoral e cruel facer promesas aproveitándose da preocupación e do descoñecemento co obxectivo de lucrarse. De feito, estes medicamentos poden ser danos para a saúde e mesmo poden interferir con outros tratamentos, facendo que algunhas persoas abandonen o tratamento receitado, como a quimioterapia, (véxase o caso de Steve Jobs).

Dende os “cura todo” que se anuncian en Internet ata produtos máis afianzados no mercado como os homeopáticos, pasando por tendencias perigosas que expanden desinformación disfrazada con datos aparentemente fidedignos, é preocupante a cantidade de mentiras que proliferan en Internet e os milleiros de persoas que son vítimas de enganos e cren en boatos que están a expandirse sen límite. As persoas vense motivadas pola desesperación de acabar cun problema que lles afecta e como di o propio anuncio de *Hondrox* (e o de *Reduslim*) mediante “o método de ‘boca a boca’, a xente transmite a información entre si, aconsella aos amigos, pide un remedio para os familiares”. Só que non saben que están axudando un negocio que se aproveita da vulnerabilidade das persoas vendendo produtos inservibles. A OCU analizou o anuncio de *Hondrox* e alertou ós consumidores sobre os riscos para a saúde que representa o emprego dos produtos milagrosos. Para asegurarse de que un produto é beneficioso, cómpre informarse ben acerca do mesmo, revisar a información da web, evitar produtos que mesturan conceptos reais con fantasiosos e que engaden testemuños moi positivos, en ocasións falsificando identidades, e preguntar a un profesional da saúde se é conveniente empezar un tratamento.

En definitiva, informarse, investigar en unión coa aplicación do escepticismo son transcendentais para frear a proliferación destes enganos, polo que é vital concienciar á poboación da súa existencia... educar é a clave. Esta conclusión pode resumirse coas seguintes palabras de Miguel de Unamuno: «A verdadeira ciencia ensina, por enriba de todo, a dudar e a ser ignorante.»

Sofia