En la Reunión Nacional de la SEEDO se han evaluado pros y contras, poniendo el foco en la experiencia de Latinoamérica

Abordaje de la obesidad desde las redes sociales: muchos riesgos y algunas oportunidades

- "La salud no puede reducirse a un reel, y la obesidad no se combate con likes"*, afirma el presidente fundador de la Sociedad Mexicana de Obesidad*

- *La situación que se vive en distintos países de Latinoamérica sobre el rol que se le concede a las RRSS para buscar información y tomar decisiones en relación con la obesidad es "preocupante"*

- *Una alta proporción de ciudadanos, en especial los más jóvenes, utilizan las RRSS como primera vía para buscar información sobre obesidad*

- *Es muy frecuente el seguimiento de pautas dietéticas recomendadas por influencers, coaches y 'famosos' para controlar el peso, no siempre avaladas por la evidencia científica*

- *Se demanda que los profesionales sanitarios, así como las autoridades sanitarias, tomen un mayor protagonismo en redes sociales, para contrarrestar la difusión de informaciones erróneas que, incluso, pueden suponer una amenaza para la salud*

- *Las redes no sustituyen la atención médica, pero sí pueden preparar, motivar y acompañar al paciente en su proceso de cambio*

Toledo, 24 de noviembre.- "La ***alta prevalencia de consultas en redes sociales sobre nutrición y control del peso*** *podrían tener* ***un impacto negativo*** *en la salud de los pacientes* ***si no se recurre a fuentes profesionales*** *y convenientemente validadas"*, según lo ha reconocido en la Reunión Nacional de la SEEDO la ***Dra. Ana Carolina Báez***, nutrióloga clínica de la República Dominica, quien subraya la necesidad de que *"las autoridades sanitarias y los profesionales formados y acreditados en la materia llenen el vacío de información que demandan los pacientes a través de los canales sociales".*

Esa es la principal conclusión generalizada que se extrae de una sesión científica que ha evaluado el papel en las redes sociales de los **influencers versus influenciados** en el manejo de la obesidad en Latinoamérica (LATAM). Como **recomendaciones fundamentales a seguir**, se indican tres: 1) Fomentar la educación de los pacientes; 2) Impulsar el papel de las autoridades sanitarias en la orientación sobre dónde obtener información relacionada con la obesidad, recomendando fuentes validadas; 3) Y que las sociedades médicas y profesionales que lideran el conocimiento sobre obesidad empiecen a ocupar más espacio en esas redes sociales con información certificada.

Situación en LATAM

La situación que se vive en LATAM es, a juicio de expertos de referencia en distintos países, ***"preocupante"***. A juicio de la Dra. Báez, ***"las redes sociales pueden***

ser un riesgo, pero también una oportunidad", aunque reconoce que *"poco podemos hacer para evitar la divulgación de contenido sin aval científico"*.

Como informa la nutrióloga clínica de la República Dominica, *"una alta proporción de ciudadanos, en especial los más jóvenes, utilizan las RRSS como primera vía para buscar información acerca del problema que le aqueja, para buscar solución, no siempre con profesionales; y, en muchas ocasiones,* ***escogen a su fuente de información según la cantidad de seguidores y no necesariamente por su perfil profesional y competencias"***. Asimismo, y atendiendo a su experiencia profesional, esta experta asegura que *"****es altamente frecuente que utilicen pautas dietéticas recomendadas por influencers, coaches y 'famosos'*** *para controlar el peso, antes de ir profesionales de la materia, lo que puede suponer un grave riesgo para su salud"*.

El rol que ocupan las RRSS en el manejo de la obesidad en Latinoamérica es muy importante. *"Se han convertido en el principal asesor de salud, "el nuevo médico de cabecera", para millones de personas sin acceso a atención médica formal"*, afirma el ***Dr. Ricardo Luna***, presidente fundador de la Sociedad Mexicana de Obesidad (SMO). El problema es que no siempre garantizan la calidad e idoneidad de los mensajes que viralizan sobre obesidad.

Según opina la ***Dra. Ana Margarita Nuila de Villalobos***, presidenta de la Asociación Salvadoreña de Obesidad y directora ejecutiva de la Federación Centroamericana y del Caribe de Obesidad y Metabolismo, ***"estos canales de comunicación son, generalmente, enemigos en el manejo de la obesidad".*** En su opinión, *"existen una gran cantidad de influencers sin formación profesional en salud que engañan a la población o dicen verdades a medias, ofrecen milagros y tratamientos sin ninguna base científica"*. Las **consecuencias negativas** pueden ser importantes, ya que *"crean falsas expectativas (sobre todo en lo que respecta a una reducción de peso rápida y 'milagrosa') y pueden poner en riesgo la salud de la población, sobre todo en niños y adolescentes que no tienen criterio para saber si es correcto el mensaje o no*".

En la misma línea, el Dr. Ricardo Luna reconoce que las redes sociales, tal como funcionan hoy, premian la viralidad y no la veracidad; de hecho, asegura, ***"actualmente una opinión emocional tiene más impacto que una guía clínica"***. En obesidad, esto se traduce en *"mensajes simplistas ("adelgazar es fuerza de voluntad"), dietas extremas sin respaldo científico, promoción irresponsable de fármacos, amplificación del estigma asociado a la enfermedad y expectativas irreales sobre la pérdida de peso"*, indica el experto mexicano, quien admite que *"en nuestra región, la falta de regulación y la baja alfabetización en salud amplifican el impacto negativo de la desinformación"*. Según añade, *"los profesionales de la salud competimos contra algoritmos diseñados para capturar atención, no para educar. Hoy* ***la ciencia está perdiendo la batalla del algoritmo****"*.

<u>Una oportunidad para el profesional sanitario</u>

Sin embargo, y a pesar de este panorama, **las redes sociales pueden y deben ser un aliado para el profesional sanitario**, *"tanto para promocionar sus servicios, como para educar de manera clara y rigurosa"*, aclara la Dra. Báez, quien mantiene que *"actualmente es una necesidad que los profesionales calificados puedan tomar un espacio importante en RRSS para poder trasladar a la población información validada"*. Dado que una de las principales limitaciones para los profesionales sanitarios es la falta de tiempo, se aconseja *"****planificación y, sobre todo, asesoramiento y colaboración****, siendo recomendable establecer alianzas con algún profesional que pueda ayudar y asesorar en el empleo de estos recursos"*, según recomienda esta experta.

En este sentido, la presidenta de la Asociación Salvadoreña de Obesidad también asume el imperativo de que *"l**os profesionales de la salud debemos involucrarnos más en este ámbito**, y admitir que las RRSS no son 'malas' sino que deben estar basadas en formación y conocimiento científico, y debemos involucrarnos totalmente en esa misión, aportando recursos y conocimientos a la población (sobre todo a los más jóvenes) para que sepan diferenciar si la información recibida es correcta o no"*, apunta la Dra. Nuila de Villalobos.

Una alianza necesaria

El profesional sanitario que sabe comunicar puede amplificar su impacto y educar más allá de la consulta. *"Las redes no sustituyen la atención médica, pero sí pueden preparar, motivar y acompañar al paciente en su proceso de cambio"*, tal y como las valora ***Julio García-Plata Gómez***, entrenador personal e influencer, quien cree que *"**las redes sociales pueden ser un puente entre el conocimiento científico y el público general**, siempre que se utilicen con rigor y propósito"*.

Desarrollando esta idea, este divulgador sobre salud, longevidad y rendimiento humano afirma que *"**las redes permiten democratizar la información y acercar el mensaje de salud a millones de personas** que, de otro modo, no tendrían acceso a él"*; a su juicio, *"bien empleadas, pueden despertar conciencia, inspirar cambios de conducta y crear comunidades que promuevan hábitos sostenibles. El reto no es tanto la herramienta en sí, sino el uso que hacemos de ella"*.

En Latinoamérica, hay una gran necesidad de educación en salud y las plataformas digitales han permitido que profesionales comprometidos lleguen a audiencias enormes; sin embargo, también conviven con una gran cantidad de desinformación, *"por lo que **el trabajo del divulgador riguroso es más necesario que nunca"***, concluye este experto.

La **apuesta por la educación de la sociedad y por la formación de los profesionales** en comunicación digital es también la principal solución que aporta el Dr. Ricardo Luna, quien también recomienda *"**regular la publicidad en salud en las RRSS**, especialmente de medicamentos y suplementos, y **promover alianzas entre sociedades científicas e influencers responsables**, para amplificar mensajes rigurosos sin perder alcance"*. Según concluye, *"**la salud no puede reducirse a un reel, y la obesidad no se combate con likes**. Necesitamos influencers responsables y profesionales más presentes. Si no ocupamos ese espacio, alguien sin formación lo hará"*.

Para más información/confirmación/gestión entrevistas:
Paco Romero. Telf. 639.64.55.70; pacoromeroperiodista@gmail.com
Web del Congreso: https://congresoseedo.es