

## EDITORIAL

## LA PUBLICIDAD Y LOS CIRUJANOS PLASTICOS



Las primeras generaciones de maestros de la Cirugía Plástica más apegados a las fuentes de la medicina y cirugía guardaron e hicieron guardar un riguroso código de ética que impedía hacer publicidad y autodifusión de la Cirugía Estética.

El reducido número de Cirujanos Plásticos los cuales se conocían entre sí y su estrecho contacto con el resto de la comunidad médica; un sistema de comunicaciones todavía no muy desarrollado hacía muy valioso ceñirse a las normas éticas que les redituaba en un respeto del resto de la comunidad médica y de sus pacientes que en la mayoría acudían a cirujanos plásticos probos.

Sin embargo con el desarrollo de la especialidad su desapego lógico del resto de la cirugía y la consolidación de la Cirugía Estética todo esto ligado a un más amplio mercado de pacientes con un mucho mayor número de Cirujanos Estéticos estimula la competencia e introduce el marketing de la publicidad.

Con respecto a este último tema los viejos maestros muchos de ellos con vida e incluso en actividad presionaban para que se siga manteniendo el mismo código de ética basándose sobre todo en la moral es decir más que de los resultados cual es el proceder de la persona.

Esto dió lugar a que en el seno de las sociedades de cirugía plástica hubiera una batalla con inquisidores y ajusticiados que terminaba invariablemente con la derrota de los Cirujanos Plásticos y el surgimiento de los advenedizos médicos sin formación o con especialidades afines deseando ampliar sus fronteras quirúrgicas y económicas.

Estos colegas empezaron a invadir con éxito la cirugía estética y esto dió lugar a que con excepción de los pocos países en que las especialidades y quienes las ejercen están bien reglamentados los pseudos cirujanos estéticos realizaron más operaciones de cirugía estética que los cirujanos plásticos pese a la abismal diferencia de formación y conocimiento con el consiguiente deterioro de la imagen de la Cirugía Plástica como utilitaria y mercantilista.

Y esto no debe sorprendernos ya que estos audaces colegas son los que más salen en los diarios, revistas, televisión, etc. y son los primeros en difundir los nuevos avances de la cirugía estética producidos por el genio de los verdaderos Cirujanos Plásticos, sin embargo el principal problema de los pseudos colegas es que debido a que muchas veces sus resultados son insatisfactorios, no tendrán la mejor referencia que es que un paciente conforme le recomiende a un nuevo paciente. Esto lo obligará a recurrir a los medios de difusión y a la publicidad para atraer nuevos pacientes y mantener el nuevo status económico alcanzado y aprovechar el terreno libre que le dan los verdaderos Cirujanos Plásticos.

La fuerza de los medios de comunicación en una sociedad de consumo acostumbrado a la venta de productos no hace pensar a la gente que tal vez el Cirujano que sale en la revista o en la televisión compró el espacio o en el mejor de los casos entra por algún tipo de relación amical o de parentesco. La gente piensa que si por ejemplo tal doctor sale en la pantalla chica es por que es el mejor y cuanto más lo vean mejor parecerá.

Tal vez sea tiempo de cambiar un poco nuestra ética y moral dejarnos de pelear entre nosotros y ser un poco más pragmáticos.

No puede ser que los advenedizos sean los que divulgan los nuevos avances de la especialidad y que dominan los medios de comunicación confundiendo a la opinión pública diciendo cosas que no se ajustan a la realidad, haciendo creer que la Cirugía Plástica es mágica o de peluquería.

Tal vez sea el tiempo en que veamos como moral que el paciente se beneficie con lo mejor que nuestro conocimiento pueda brindarles para lo cual es necesario que los verdaderos cirujanos plásticos integrados a la sociedad de Peruana de Cirugía Plástica Estética Reconstructiva salgan a informar a la opinión pública lo cual no debe estar desprovisto de la influencia de la ética y moral que nos enseñaron nuestros predecesores. Decir la verdad, informar de los riesgos, no presentarse como el único, el mejor o el poseedor de la mejor y única técnica, ser respetuoso para con sus colegas y sobre todo recordar que no debe haber competencia entre los cirujanos plásticos.

El que debe competir es el paciente que debe preocuparse para conseguir un cirujano plástico ético y probo que le ofrezca lo mejor de su conocimiento y lo trate de la misma manera que desearía que traten a su propia madre, hijos o esposa.

Julio Daniel Kirshbaum Fridman