

## **PARA PUBLICACIÓN INMEDIATA**

**Servicio de Noticias de Medicina Ortomolecular, 5 de febrero de 2009**

### **La Publicidad Farmacéutica Sesga las Revistas Contra los Suplementos Vitamínicos**

**Por Andrew W. Saul**

(OMNS, 5 de febrero de 2009) Puede que sea el secreto peor guardado de la medicina: el dinero farmacéutico compra la influencia de las revistas. Lo que el público ha sospechado durante tanto tiempo ahora se ha demostrado en un estudio revisado por pares publicado recientemente. (1) Investigadores de la Facultad de Medicina de la Universidad de Wake Forest y la Universidad de Florida encontraron que "en las principales revistas médicas, más publicidad farmacéutica se asocia con la publicación de menos artículos sobre suplementos dietéticos". Además, encontraron que más publicidad de compañías farmacéuticas dio como resultado que la revista tuviera más artículos con "conclusiones negativas sobre la seguridad de los suplementos dietéticos".

Este nuevo estudio, el primero de su tipo, analizó específicamente la publicidad farmacéutica en comparación con el texto de una revista sobre suplementos dietéticos. Los autores revisaron los números de un año de cada una de las once de las revistas médicas más importantes: la Revista de la Asociación Médica Estadounidense, la Revista de Medicina de Nueva Inglaterra, la Revista Médica Británica, la Revista de la Asociación Médica Canadiense, Annals of Internal Medicine, Archives of Internal Medicine, Archivos de Medicina Pediátrica y Adolescente, Pediatría e Investigación Pediátrica, y Médico de Familia Estadounidense.

Los resultados fueron estadísticamente significativos. . . y vergonzoso. Las revistas médicas con la mayoría de los anuncios farmacéuticos "publicaron significativamente menos artículos importantes sobre suplementos dietéticos por número que las revistas con la menor cantidad de productos farmacéuticos ( $P < 0,01$ ). Las revistas con la mayoría de los productos farmacéuticos no publicaron ensayos clínicos ni estudios de cohortes sobre suplementos. El porcentaje de artículos principales concluir que los suplementos eran inseguros fue del 4% en las revistas con menos y del 67% entre las que tenían más productos farmacéuticos ( $P = 0,02$ ) ". Los autores concluyeron que "el impacto de la publicidad en las publicaciones" es real y dijeron que "el impacto final de este sesgo en las pautas profesionales, la atención médica y las políticas de salud es un asunto de gran preocupación pública".

De hecho, es. Los costos de la atención médica están aumentando y las ganancias de los medicamentos son enormes. El psiquiatra canadiense Abram Hoffer, MD, Ph.D., dice: "Todos tenemos que trabajar duro para educar al público sobre los méritos de un tratamiento sano para todos, donde el paciente es el principal, no las grandes farmacéuticas". Bo H. Jonsson, MD, Ph.D., del Instituto Karolinska en Suecia, comenta que "los informes positivos sobre los efectos de las vitaminas en dosis altas han sido ignorados durante mucho

tiempo por el establecimiento médico en lugar de ser examinados más científicamente".

Cuando los pacientes preguntan sobre los tratamientos nutricionales, muchos médicos de familia han respondido: "Nunca he visto ningún estudio que respalde la seguridad o eficacia de los suplementos vitamínicos en mis revistas profesionales. La investigación simplemente no existe".

Lamentablemente, tienen razón. Y ahora sabemos por qué.

Las principales revistas médicas, sus editores y sus autores parecen estar al tanto. ¿Palabras duras? Quizás, pero solo porque la verdad es dura. "One the take" se refiere a recibir dinero en efectivo a cambio de influencia. Es ingenuo asumir que el dinero no corrompe. Promover intereses creados disfrazados de ciencia está mal y debe detenerse. Como mínimo, aceptar dinero conlleva la obligación de dar cuenta de la fuente de ese dinero. Se debe obligar a todas las revistas médicas a imprimir una divulgación completa en cada número que detalle exactamente cuánto dinero proviene exactamente de qué fuentes.

Cualquier revista médica que no divulgue tiene una razón para no hacerlo. Y esa razón no tiene nada que ver con la salud pública. Se trata de efectivo privado. El dinero que induce a las revistas a influir en los médicos para persuadir al público.

Si las revistas médicas niegan esto, déjelas que lo prueben con total divulgación. Ahora.

### **Referencias:**

(1) Kemper KJ, Hood KL. ¿La publicidad farmacéutica afecta la publicación de revistas sobre suplementos dietéticos? Complemento BMC Altern Med. 2008 9 de abril; 8:11. Texto completo en <http://www.biomedcentral.com/1472-6882/8/11> o <http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?tool=pubmed&pubmedid=18400092>