

CLUB FARO DE VIGO

Jara: "Las farmacéuticas inventan males y promueven el marketing del miedo"

El periodista, especializado en investigación sobre salud ambiental, habló de enfermedades emergentes y del "tráfico que se realiza con las mismas sin pudor"

F. FRANCO ■ Vigo

"Inventan o exageran enfermedades para poder fabricar sus remedios". Esa podría ser una síntesis de la charla que dio ayer en el club FARO el periodista especializado en salud y ecología Miguel Jara, que habló sobre "Las nuevas enfermedades y el marketing del miedo" tras ser presentado por la redactora de FARO Mar Mato. "Vivimos en una sociedad enferma -afirma-. Hay más de 104.000 productos tóxicos liberados en el medio ambiente y los niños nacen con una carga tóxica: entre 40 y 60 productos químicos que heredan de sus madres

Según sus palabras vivimos en un mundo en el que hay un tráfico de enfermedades, en el que sin pudor alguno se desarrollan negocios que atentan contra la salud de las personas. Jara habla de nuevas enfermedades que están apareciendo por el grado de contaminación del medio ambiente. "Más que nuevas, hay que decir emergentes porque ya existían pero ahora están afectando a muchas más personas.

Afirma Jara que cuando se consigue con una enfermedad un nicho de mercado, un espacio para generar negocio, se produce la investigación en busca del medicamento adecuado. "Pero hay también unas enfermedades inventadas por las multinacionales farmacéuticas. Para vender más medicamentos tipifican como enfermedad la timidez y la llaman fobia social, o inventan el trastorno oposicionista desafiante compulsivo reconocido oficialmente en el DSM4, la biblia de la psiquiatría, y que no es más que la rebeldía tradicional de los niños. Otro trastorno es lo que llama el incumplimiento terapéutico. O sea que negarse a seguir el tratamiento del médico está conceptualizado como una enfermedad".

La salud que viene

El periodista (www.migueljara.com) que publicó ahora en la editorial Península "La salud que viene", habló de lo que él llama "el marketing del miedo". Es una estrategia global, según dijo, para vender productos o servicios prescindibles que, como segunda ventaja, ofrecen control social pues no hay sociedad que presionada por el miedo no abrace las medidas que propongan sus autoridades para "vencer" sus causas. "Para ello se aprovechan -matiza- del lógico temor de las personas a enfermar y llegan a inventarse patologías con las que



Miguel Jara fue presentado por la periodista de FARO Mar Mato. // Joel Martínez



El público ocupó todas las butacas disponibles del auditorio do Areal. // Joel Martínez

abrir nuevos mercados y facilitar una mayor dependencia de las personas a través de su tratamiento".

En opinión del periodista la industria farmacéutica pasa por una crisis en los últimos años, aunque él la denomina "dulce" porque si antes ganaban el 20 o 25 por ciento ahora es el 17. "Y es que las grandes patentes -afirmó- están caducando con lo que medicamentos hasta ahora muy rentables

pasarán a convertirse en genéricos, y no han inventado en este tiempo grandes medicamentos, nuevas moléculas para producir y patentar medicamentos al ritmo que necesitan; lo único que les queda es el marketing del miedo".

La creación de nuevas enfermedades o la alarma social es para el periodista una estrategia de respuesta. "Lo estamos viendo -explicó- con la gripe A pero hace años que ya asistimos a este fenómeno de expansión del miedo; si ahora es con la gripe porcina, antes lo fue con la aviaria, respecto a la que vaticinaban la posibilidad de que murieran 150

millones de personas cuando luego quedó en unas cuantas, no recuerdo si 250. Si en aquella gripe se vendió a espaldas el Tamiflu, en esta se ha multiplicado la venta además de que aparecen nuevas vacunas con otros nombres".

Una campaña que estudió Jara especialmente y sobre la que se extendió fue la de promoción de la vacuna contra el virus del papiloma humano porque le parece un ejemplo de

"Aparecen patologías antes inexistentes"

Miguel Jara es el corresponsal en España del British Medical Journal y colaborador habitual de la revista Discovery DSalud. Él explica así sus últimas investigaciones: "Hace algunos años, mientras rodábamos el documental Carga tóxica, sobre las sustancias químicas tóxicas que interfieren con nuestra salud, descubrí que, en los últimos tiempos miles de personas están perdiendo la salud por patologías que antes no existían o que permanecían latentes, como la Sensibilidad Química Múltiple, el Síndrome de Fatiga Crónica o la fibromialgia, entre otras muchas. Con posterioridad descubrí la electrosensibilidad o hipersensibilidad a los campos electromagnéticos creados por antenas y teléfonos móviles, WiFi, líneas de alta tensión, transformadores eléctricos, etc. También tuve conocimiento del llamado Síndrome del Edificio Enfermo y la lipoatrofia semicircular que ya se manifiesta en numerosos trabajadores de los modernos edificios de oficinas o la contaminación crónica por mercurio, entre otras".

Cáncer de cuello de útero

Para explicar qué elementos se utilizan en una campaña para promover un medicamento o vacuna se sirvió de sus investigaciones sobre la del papiloma humano, que puede causar cáncer de cuello de útero, aunque no tanto según sus investigaciones. "Se utilizaron -dijo- asociaciones científicas y médicas, se pagó a conferenciantes para que hablaran sobre ello, se hizo un monumento en Valencia al fin del cáncer de cuello de útero, se organizó por la UNESCO (aunque con financiación de una multinacional farmacéutica) una cumbre mundial sobre la materia, se utilizó un lenguaje publicitario que incitaba a la inquietud, se exageró sistemáticamente la prevalencia de la enfermedad, convirtiéndolo en el segundo cáncer más letal falsamente, se involucraron a Administraciones..."

"La campaña que vimos con la gripe aviar la vemos ahora con la porcina"

"La vacuna del papiloma humano fue la presión más grande en Medicina"

manual de cómo se desarrolla una presión sobre las instituciones que se extiende a todo el cuerpo social. "Fue -dijo- la campaña de lobby de presión sobre políticos más grande de la historia de la Medicina. No es extraño si se sabe que el sector que más ha influido, a través de financiación, en los dos grandes partidos de EE. UU. en los últimos decenios es precisamente la industria farmacéutica."