

Reflexiones sobre la oferta de órganos humanos por internet y sus efectos en la dignidad humana

Reflections on the Offer of Human Organs Online and
Their Effects on Human Dignity

Sodi Campos ML, * Villa Monroy HN. **

*Maestra en Antropología Física. **Maestra en Antropología Física. Escuela Nacional de Antropología e Historia.(ENHA). Instituto Nacional de Antropología e Historia. (INAH). México.

Correspondencia: L. Sodi Campos. Correo electrónico: isodi@yahoo.com.mx
Recibido: 15-08-11 Aceptado: 22-11-11

RESUMEN

Objetivo: Reflexionar sobre la oferta de órganos humanos por internet y establecer posibles efectos en la mercantilización y la dignidad humana. **Material y métodos:** Investigación documental. Se analizó La Ley General de Salud de México así como la información de los medios masivos de comunicación como base del conocimiento con que cuenta el público en la toma de una decisión tan importante como es donar un órgano en vida o *postmortem*. Se realizó una ronda de expertos con el propósito de efectuar una reflexión sobre la dignidad humana y su relación la oferta de órganos humanos por internet. **Resultados:** Las campañas pro-donación no respetan la dignidad y libertad del ser humano; la persona es vista como mercancía. **Conclusiones:** Una buena campaña de donación debería estimular el valor de la persona, tanto del donador como del receptor de tal manera que se dignifique el acto de dar y recibir.

Palabras clave: Donación, trasplante, dignidad humana, donador, donante.

ABSTRACT

Objective: To reflect on the offer of human organs by Internet and establish possible effects on the commercialization and human dignity. **Methods:** Research documentary. We analyzed the General Health Law of Mexico and the information of mass media as a knowledge base available to the public in making a decision as important as it is to donate an organ in life or postmortem. We conducted a round of experts with the purpose of making a reflection on human dignity and respect human organ offer online. **Results:** The pro-donation campaigns do not respect the dignity and freedom of the human being, the person is seen as a commodity. **Conclusions:** A good campaign donation should stimulate the value of the person, both the donor and the recipient in such a way that dignifies the act of giving and receiving.

Key words: Donation, transplant, human dignity, donor.

Introducción

Existe un mercado de órganos que no sólo se da en relaciones personales sino también a través del ciberespacio. Tratando de evitar el tráfico de órganos, se han descuidado las hoy llamadas redes socia-

les, donde cualquiera, desde cualquier parte del mundo, ofrece una parte de sí como último recurso para sobrevivir dentro de las problemáticas que se viven en sus respectivas regiones. Basta con ingresar en *Google* “compra de riñón” para que aparezcan foros y *blogs* con miles de ofertas para elegir la que mejor satisfaga las necesidades del receptor. *¿A qué está respondiendo esta oferta de órganos?* Independientemente de la economía global en que vivimos hay factores personales y sociales que afectan la donación de órganos *postmortem*, por lo cual se recurre a la donación entre vivos con base –lamentablemente- en un mercantilismo que se nos ha enseñado a través de varias generaciones.

¿Cómo son las campañas pro-donación en nuestro país?

En México el promedio de personas donantes es de tres por cada millón de ciudadanos¹ en la actualidad, en el 2011 la lista de espera fue de 14, 756 personas² que esperan el trasplante de algún órgano. La razón del escaso interés por la donación de órganos en la población mexicana, tiene varias razones multifactoriales, tales como: *prejuicios, aspectos religiosos, desconfianza en el uso de los órganos, falta de consentimiento de las familias, ignorancia o falta de información sencilla verás y completa*^{2,3}.

Para elevar el número de personas donantes, desde hace varias décadas, el CENATRA (Centro Nacional de Trasplantes) ha impulsado campañas, en los medios masivos de comunicación, con el fin de promover la donación altruista de órganos *postmortem*⁴.

En el año 2005 a través de folletería enviada por Teléfonos de México (Telmex) se invitaba al público receptor a llenar una “tarjeta de donador” con los órganos que estaba dispuesto a donar una vez que falleciera el portador. A finales de 2010, la campaña prodonación se denominó “héroes por la vida”. Las campañas “van y vienen” lo cierto es que la donación cadavérica, al menos en México país, no ha dado los frutos esperados.

Las campañas de donación que se llevan a cabo en México presentan dos problemas fundamentales: por un lado se enmarcan en las mismas campañas de responsabilidad social de algunas marcas comerciales, lo que demerita profundamente la respuesta de un público cada vez más cansado de ellas y de la posición heroica que presentan estas compañías⁵. Las marcas comerciales que las apoyan son entre otras: *Teléfonos de México, Fundación Televisa, Instituto Carlos Slim, además del Gobierno Federal, el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) y por supuesto el CENATRA*. Por otro lado, estas campañas sufren de una falta de información real⁶ con la cual el receptor de la campaña pueda concientizarse, reflexionar seriamente sobre lo propuesto y aceptar con convicción la idea de donar *postmortem*.

En el año 2012, la campaña de donación de órganos sólo varió en el cambio de nombre más no sobre el contenido de la misma. Se esfuerza en dar a conocer cifras sobre el número de personas que requieren un trasplante para vivir, así como el número de personas que un sólo donante puede salvar. Una buena campaña pro-donación tendría que explicar: *bajo qué criterios es posible ser donador, qué órganos es posible donar, cuál es el criterio que se emplea para elegir un donante, qué es la muerte cerebral, cuáles son las pruebas necesarias que deben realizarse para comprobar la muerte cerebral y finalmente las necesidades de órganos en nuestro país*. No es posible que simplemente teniendo en

nuestras manos una tarjeta para colocar nuestro nombre y órganos, o viendo un anuncio en la televisión, se crea que entendemos, reflexionamos y aceptamos ser donadores. No, la cuestión no es tan fácil.

En México la población tiene severas dudas sobre la veracidad y confiabilidad de nuestras instituciones, y el sector salud no es la excepción, por lo que siempre surge la pregunta *¿qué van a hacer con el órgano que yo done? ¿A quién se lo van a dar? ¿Lo van a vender?* Y dados los altos índices de corrupción⁵ en el país, se responde a sí mismo que sí, que seguramente el tráfico de órganos es elevado dentro de los profesionales de la Salud.

Material y métodos

Investigación documental que se realizó entre mayo y septiembre del año 2011. Se analizó La Ley General de Salud de México así como la información que proporcionan los medios masivos de comunicación como base del conocimiento con que cuenta el público en la toma de una decisión tan importante como es donar un órgano en vida o *postmortem*. Posteriormente, se realizó una ronda de expertos con el propósito de efectuar una reflexión sobre la dignidad humana y su relación la oferta de órganos humanos por internet. Los resultados se agruparon en los siguientes apartados: *La legislación mexicana, De la gratuidad de toda donación, Criterios biomédicos para ser donador postmortem y Características indispensables que deben cumplirse para realizar la donación de órganos.*

Resultados

La legislación mexicana

La Ley General de Salud en materia de control sanitario de disposición de órganos, tejidos y cadáveres de seres humanos⁷ menciona a los “disponentes” para referirse a la persona que autoriza el suministro gratuito de sus órganos ya sea en vida o después de muerto. Sin embargo, habría que aclarar dos términos ampliamente utilizados con respecto a este tema: *donador* y *donante*. A simple vista ambos términos se refieren a aquella persona que tiene la generosidad suficiente para regalar algún objeto, sin embargo entre ellos existen términos biomédicos y legales que marcan sutiles diferencias.

Donar proviene del latín *donare*. De acuerdo con el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española⁸ se utiliza para referirse a una persona que traspasa graciosamente a otra algo o el derecho que sobre ello tiene. También se utiliza para designar a una persona viva que cede voluntariamente un órgano, sangre, etcétera, con destino a personas que lo necesitan. O bien, según el mismo diccionario, se emplea para disponer que algún órgano propio sea utilizado para trasplantarse después de la muerte. Una última acepción es la de autorizar que se haga lo mismo con los órganos de un familiar muerto.

Ahora bien, el término donante, viene del latín participio activo de donar. Se refiere a aquella persona que ha donado o pagado algo (usado también como sustantivo). O bien a la persona que voluntaria----

mente cede un órgano, sangre, etcétera, destinados a personas que lo necesitan. Donador(a). (Del latín *donator -oris*). adj. Dice de la persona que hace donación (usado también como sustantivo) o de aquella que hace un don (un presente, un regalo). Así pues, un donante se diferencia de un donador en que el segundo permanece con vida antes, durante y después de realizar la donación, mientras que un donante es aquel que ha legado uno o más órganos después de fallecido. Si bien el resultado de esta distinción pareciera que sólo se refiere a la capacidad de dar en vida o después de ella, la legislación mexicana al igual que las de otros países, presenta algunos matices que son de importancia.

En el caso particular de México es importante señalar que la Ley General de Salud antes mencionada, no los llama ni de una ni de otra forma sino que a ambos los denomina “disponentes”, habiendo dos tipos de ellos: el disponente originario o primario y el disponente secundario. Con base en esta distinción es que se pueden llevar a cabo las diversas donaciones que existen en la actualidad.

Disponente originario o donador: Es “la persona con respecto a su propio cuerpo y los productos del mismo”⁷ (Art. 11). El donador por su carácter de persona viva está limitado a donar ciertos órganos, mismos que, al ser sustraídos le permitan llevar una vida sana y sin mayores complicaciones ni riesgos médicos. Los órganos que puede se pueden donar son:

- *Médula ósea (no más de 15 mililitros por kilogramo de peso)*
- *paratiroides (no más de dos)*
- *suprarrenales (una)*
- *riñón (uno)*
- *páncreas (segmento distal)*
- *intestino delgado (no más de 50 centímetros).*

El disponente originario se entiende de aquella persona que ha dispuesto, a título testamentario, donar sus órganos *postmortem*.

Disponentes secundarios -de acuerdo al siguiente orden de preferencia-:

- *el cónyuge*
- *el concubinario*
- *la concubina*
- *los ascendentes*
- *los descendientes*
- *parientes colaterales hasta el segundo grado del disponente originario*

Autoridad sanitaria competente; el Ministerio Público, la autoridad judicial y los representantes legales de menores e incapaces.

Los órganos que pueden ser donados después de la muerte son: *Riñones, páncreas, hígado, corazón, pulmón, intestino delgado, córnea, piel, hueso, cartílago, tejido nervioso, paratiroides, suprarrenales y tiroides*.

De la gratuidad de toda donación

La definición de donación se refiere a la gratuidad, sin embargo ha sido necesario hacer resaltar esta característica desde la misma Ley General de Salud y el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de control sanitario de la disposición de órganos, tejidos y cadáveres de seres humanos⁹.

La primera, en su artículo 327 dice⁷:

Está prohibido el comercio de órganos, tejidos y células. La donación de éstos con fines de trasplantes, se regirá por principios de altruismo, ausencia de ánimo de lucro y confidencialidad, por lo que su obtención y utilización serán estrictamente a título gratuito.

Mientras que el Reglamento⁹ establece, en los artículos 21 y 22:

La disposición de órganos y tejidos para fines terapéuticos será a título gratuito (...) Se prohíbe el comercio de órganos o tejidos desprendidos o seccionados por intervención quirúrgica, accidente o hecho ilícito.

Es importante señalar que ni la Ley ni el Reglamento especifican ¿Cómo es que se puede saber si un donador está o no vendiendo el órgano en cuestión? Desde nuestra perspectiva y con base en la información analizada podemos precisar que existen al menos tres caminos diferentes para realizar la compra- venta de órganos en nuestro país:

- 1) La compra-venta que se da en el interior de las redes sociales del receptor
- 2) Se busca la transacción en Internet; 3) Se lleva a cabo la negociación con parientes de pacientes con muerte cerebral.

1) Compra-venta al interior de las redes sociales del receptor. Cuando un paciente renal es diagnosticado como tal y se entera de la necesidad de un trasplante, a las primeras personas que recurren en busca de solución es a la propia familia nuclear. Si algún miembro de la familia no puede o quiere donar, el círculo se expande hacia otros parientes e incluso amistades ya que la Ley en su artículo 333 fracción VI permite la donación por parte de personas no relacionadas cuando no exista donador relacionado por consanguinidad, civil o de afinidad. Y ahí es cuando puede darse el mercado de órganos.

2) Si no se ha encontrado donador entre las redes sociales se puede hacer una búsqueda en Internet o bien se puede publicar una solicitud en el mismo medio. Estas transacciones siempre son comerciales, nunca existe altruismo en los anuncios de Internet. Se pueden conseguir órganos casi de cualquier parte del mundo y a precios que oscilan entre los 20,000 y los 80,000 dólares.

3) Negociación con parientes de pacientes con muerte cerebral. Este tipo de negociación no ha sido estudiado, pero puede pensarse fácilmente que, una vez que el paciente se encuentra hospitalizado dada la gravedad de su enfermedad, puede enterarse de la existencia de pacientes en muerte encefálica y podría ponerse en contacto con las familiares y llegar a un acuerdo económico respecto al otorgamiento del órgano en cuestión.

En cualquiera de los tres casos no sólo existe una transacción comercial, sino también una desvalorización sobre lo que es el ser humano. Pareciera que el mismo donador se autodefine como un conjunto de piezas disponibles como en un escaparate de las cuales puede disponer a su antojo para venderlas al mejor postor⁵.

Criterios biomédicos para ser donador postmortem

En un estudio realizado en Chile¹⁰ se apunta que con respecto al fenómeno de la donación *postmortem*, los entrevistados se preguntan *¿Por qué si cada vez hay más personas en su país anotadas en la lista de donación cadavérica, la demanda de órganos sigue siendo tan elevada?* Este punto genera dudas y desconfianza entre los posibles donadores y es que el problema estriba en la falta de información sobre las características de las personas que son indicadas para donar sus órganos después de muertos, porque no toda persona que muere es apta para ser donante aun cuando así lo haya expresado en vida.

Características indispensables que deben cumplirse para realizar la donación¹¹:

- edad: hombres menores de 45 años, mujeres menores de 50 años
- sin neoplasias diseminadas
- sin evidencia de diabetes mellitus u otra enfermedad sistémica
- sin septicemia
- sin evidencia clínica o de laboratorio de hepatitis, SIDA, sífilis u otras enfermedades transmisibles
- compatibilidad con el tipo de sangre; A,B,O
- electro y ecocardiograma normales
- sin exudado purulento en vías respiratorias
- con adecuado control sobre las complicaciones de la pérdida de vida
- sin antecedentes de farmacodependencia
- compatibilidad con el receptor, incluso en el tamaño de los órganos a donar¹¹.

Además deben elaborarse tres pruebas básicas antes de realizar la ablación de órganos:

Se determinan las lesiones, la condición hemodinámica, el diagnóstico de pérdida de vida y la antropometría para determinar una adecuada relación de volumen donador-receptor, así como la toma de muestras sanguíneas para el tipo de sangre y rastreo de infecciones:

- Se hace una evaluación más completa por sistemas y se determina qué órganos serán de utilidad.
- El cirujano realiza en el quirófano una revisión directa para decidir si los órganos son adecuados para el trasplante¹¹.

De esta manera aunque se haya formado parte de la lista de donadores *postmortem* y de que hayamos comunicado nuestra decisión de donar con familiares y amigos, no es seguro que seamos candidatos idóneos para donar a la hora de nuestra muerte.

Puede crecer, año con año, la lista de donadores, pero si no se cumplen todos estos requisitos, de nada sirve que la lista de personas altruistas sea mayor que la de personas necesitadas de órganos.

Discusión

Las campañas de donación y la oferta de órganos que es posible encontrar en Internet, nos hace establecer esta pregunta: ¿Qué es el ser humano? A partir de los grandes avances de la biomedicina, el cuerpo humano ha perdido su valor como tal para adquirir de golpe un valor comercial.

El ser humano ha sido fragmentado en una lista de componentes, de refacciones para otros seres que están conformados por las mismas “piezas”. Estas refacciones cada vez son más requeridas conformando una demanda que la oferta no puede abastecer. Le Breton¹² dice: “el cuerpo se convierte en un objeto disponible (...) objeto que no es fácilmente asequible, descompuesto en múltiples elementos que pueden ser utilizados por otros cuerpo-objeto los cuales quizás, con estas ‘piezas’, puedan continuar latiendo”. El cuerpo es así, una ‘prótesis’ para otros cuerpos”¹³, donde es precisamente el cuerpo el que tiene valor y no el ser humano.

Dos ejemplos identificados en la presente investigación.

Tengo problemas económicos, vendo riñón. Estoy sano, soy deportista. Dispuesto a hacerme las pruebas que solicite. Precio: 350 mil pesos (www.quebarato.com).

*Vendo mi riñón. Absoluta seriedad para ayudar a mi familia, necesito 100 mil dólares, soy sangre B positivo. Soy joven de 25 años de edad, en perfecto estado de salud. No me he enfermado más allá de una gripe, (...), dispuesto a hacerme cualquier tipo de análisis clínico. No uso drogas, no tomo (alcohol), no fumo. Vivo actualmente en Tijuana B.C. México.*¹⁴

Conclusiones

El ser humano es una persona única e irrepetible, posee dignidad lo cual significa que debe ser visto y tratado como fin y nunca como medio ni para él ni para otros. Esta dignidad esta cimentada en la libertad del ser humano, es decir en su capacidad de elegir los medios necesarios para alcanzar un fin, de tal manera que las campañas pro-donación, al no respetar esta característica fundamental del ser humano restringen su libertad, su autonomía y lo hacen pensarse como cualquier otro objeto de publicidad, susceptible a ser comprado y vendido, separado en fragmentos intercambiables. No debe sorprendernos pues, que existan personas que oferten uno o varios de sus órganos como lo hacen los medios de comunicación, es decir enlistando las características físicas y de salud que ostenta cada dueño del bien a vender.

Mientras no seamos capaces de valorarnos y valorar a los demás, mientras los medios de comunicación nos hagan pensarnos objetos de consumo, mientras las redes sociales no sean más que otro medio para localizar oportunidades mercantiles, mientras las Instituciones no nos den nuestro lugar como seres humanos, seguiremos tratando de obtener el mejor beneficio sobre nuestros órganos y pensándonos como refaccionaria viviente que está “a la venta del mejor postor”.

Referencias

1. Casa-Martínez M L. Consentimiento explícito y documento probatorio en donación cadavérica. Primer Foro Bioético sobre Enfermedad Renal. *Biosð.* No. 2, abr. México: 2011. P.16
2. Querevalú-Murillo W, Orozco-Guzmán R, Díaz-Tostado S, Herrera-Morales KY, López-Teliz, T, Martínez-Esparza A C, Torres-Barragán P A, Miranda-Coutolenc S. Iniciativa para aumentar la donación de órganos y tejidos en México, *Revista de la Facultad de Medicina de la UNAM*. Vol. 55, No. 1. En-feb 2012. México. P.13.
3. Morales-Arias TT, Rodríguez-Weber FL, Salcido de Pablo PA, González-Patiño MA, Martínez-Balbuena M M, Sánchez-Reyes P A. Medicina Interna de México. 2010;26: 313-18.
4. Centro Nacional de Trasplantes (CENATRA), [accesado 17 jun 2011]. Disponible en: www.cenatra.salug.gob.mx.
5. Arévalo-Leal J S. "Donación cadavérica de órganos y tejidos. Dilema bioéticos". Seis miradas sobre la bioética clínica. Santafé Bogotá: Ediciones del Bosque; 2001.
1. Hernández-Peraza C, Ochoa-Estrada M C, Villa-Rivas F, Gallegos-Alvarado M. Conocimiento de la población hacia la donación y trasplantes de órganos. *Revista CONAMED*. 2011;16:183-87.
2. Ley General de Salud. Diario Oficial de la Federación. Última reforma publicada DOF 24-04-2013. Disponible en: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/142.pdf>
3. Diccionario de la lengua española. Espasa Calpe. 22^a ed. Tomo uno. Madrid. 2001. pp. 848.
4. Reglamento de la Ley General de Salud en materia de control sanitario de la disposición de órganos, tejidos y cadáveres humanos. Ley General de Salud. México: Porrúa; 2001.
5. Guerra Carrasco R. Donación de órganos. Comprensión y significado. [Tesis de Licenciatura en Sociología], Santiago de Chile: Universidad de Chile; 2005. http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2005/guerra_r/sources/guerra_r.pdf
6. Agüero R, Castaño R, Careaga G. Trasplante de corazón, pulmón y corazón-pulmón. México. Ciencia y Cultura Latinoamericana;1995. P.36.
7. Le-Breton D. Antropología del cuerpo y modernidad, Buenos Aires: Nueva Visión; 1995.
8. Sodi L. La experiencia de donar, México, Plaza y Valdés; 2003.
9. "Ante la crisis, venden órganos en internet". El Sol de Torreón, el Universal. Nacional, 25 de abril 2009 (accesado el 17 jul 2011). Disponible en www.prensaescrita.com/america/coah.