



Carta al Editor

Tratamiento de los temas de salud en los medios de información en Cuba

Treatment of health issues in the media in Cuba

Lic. Yoelvis Lázaro Moreno Fernández¹.

1. Periódico Juventud Rebelde. Ciudad de La Habana. Cuba.

RESUMEN

Los temas de salud en los medios de comunicación masiva tienden a tratarse, fundamentalmente, desde la perspectiva de un periodismo informativo, sin la contextualización, análisis o la reflexión de especialistas o expertos. Ante un panorama tecnocomunicativo en el que internet ha cambiado no pocos aspectos de la relación del ciudadano con la información y la gestión en de su salud, urge a las organizaciones mediáticas revalorar jerarquías en la construcción de las agendas, buscar vínculos intersectoriales y propiciar zonas de convergencia entre el personal médico y los comunicadores. El profesional de la salud puede ser una pieza clave en la interpretación de los contenidos, la elaboración de los mensajes y la dosificación de las informaciones, al mediar entre el dominio técnico de su ámbito de competencias y el nivel conceptual que, como promedio, demanda la población o debiera estar al alcance de esta.

DeCS: MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS; PROMOCIÓN DE LA SALUD/métodos; COMUNICACIÓN INTERDISCIPLINARIA.

Palabras clave: Medios de comunicación de masas; promoción de la salud/métodos; comunicación interdisciplinaria.

ABSTRACT

Health issues in the mass media tend to be dealt with, from the perspective of informative journalism, fundamentally, without the contextualization, analysis or reflection of specialists or experts. Faced with a techno-communicative panorama in which the internet has changed not a few aspects of the citizen's relationship with information and health management, urges to the mediated organizations to revalue hierarchies in the construction of agendas, to seek intersectorial links and to promote convergence areas between medical staff and communicators. The health professional can be a key element in the interpretation of the contents, the elaboration of the messages and the dosage of the information, in mediating between the technical domain of its scope of competences and the conceptual level that, on average, the population demand or should be within reach of it.

MeSH: MASS MEDIA; HEALTH PROMOTION/methods; INTERDISCIPLINARY COMMUNICATION.

Keywords: Mass media; health promotion/methods; interdisciplinary communication.

CARTA AL EDITOR

Investigaciones y estudios sociológicos contemporáneos señalan la medicina, que es un área de la salud, como un tema que despierta gran interés en la sociedad del siglo XXI. Los medios de comunicación han aumentado considerablemente el número de informaciones asociadas a estos tópicos. Pero es preocupante que el incremento en la oferta de información sobre salud, no siempre ha estado acompañado de una mejora sustancial en la calidad de las propuestas comunicativas. Debe tenerse en cuenta que los productos comunicativos de salud tratados con insuficiente rigor científico pueden traer consigo efectos negativos en la población, pues estamos hablando de un tema importante e imprescindible: el bienestar de la sociedad; tema este que analizamos basados en la definición del concepto de salud que supera las denominaciones biologicistas y se ajusta a una concepción biológico, psicológica y social.

Durante varios siglos la concepción que se tuvo de lo que era la salud obedecía exclusivamente a la ausencia de enfermedades y de invalidez, y el enfermo tenía un papel pasivo en la lucha contra su propia enfermedad. A mediados de la pasada centuria se comenzaron a plantear alternativas a esta perspectiva con la reconsideración de otros factores implicados en la salud humana, lo que llevó a la aparición de un nuevo juicio de la enfermedad como fenómeno multicausal en el que los factores biológicos, conductuales y ambientales (físicos y sociales) tienen gran importancia¹.

En la década de los años 80, la Carta de Ottawa propuso, por primera vez, una definición de gran consenso: la promoción de la salud consiste en proporcionar a los pueblos los medios necesarios para mejorar su salud y ejercer un mayor control sobre esta².

Hasta aquí hemos referido, de modo general, presupuestos conceptuales básicos que han de encontrar una toma de mayor conciencia en el campo de la comunicación mediática. Sin embargo, al indagar en los resultados de estudios comunicológicos sobre los contenidos y la práctica productiva de varias organizaciones destinadas a la producción noticiosa, son evidentes los dislates terminológicos, el insuficiente predominio del análisis de los temas de salud tratados en no pocas agendas temáticas de los medios.

Estamos en presencia de una problemática que, aun cuando resulta, en esencia, un tema que corresponde al ámbito de los medios, no deja de ser también un tópico de posible interés para los profesionales de la salud y la comunidad académica e investigativa de este sector, ya que una de los posibles opciones para revertir los vacíos existentes en la producción comunicativa mediática está en la posibilidad de formular estrategias conjuntas y generar alianzas entre un grupo de especialistas de la salud y profesionales de la comunicación.

Si partimos de un análisis de contenido sobre el tratamiento realizado en sitios digitales cubanos en 2009, se puede recoger que los temas más abordados fueron las enfermedades crónicas no trasmisibles, como la enfermedad isquémica del corazón y los tumores malignos; en segundo lugar, la hipertensión arterial, las enfermedades cerebrovasculares y el asma bronquial, junto a enfermedades trasmisibles, como el VIH/sida, y enfermedades eliminadas o controladas por vacunas. Aparecieron también contenidos relativos a la atención a la infancia y a la prevención de la mortalidad materna, todos estos relacionados directamente con las prioridades del Ministerio de Salud Pública. En relación con el enfoque de los contenidos según el paradigma de la salud, el 47 % de los temas analizados tenía un marcado enfoque curativo, mientras el 35,2 % se orientaba a contenidos desde una óptica de prevención y solo el 17,6 % lo hacía mirando la salud desde la perspectiva de la promoción de la salud³. El enfoque dado a los contenidos en los trabajos examinados apuntaba a que, en general, la salud es tratada desde la medicación y el uso de tecnologías, y no con un enfoque holístico positivo que integre el bienestar humano.

En el escenario internacional, una investigación científica sobre el tratamiento de los temas de salud en la prensa española, hace alusión al término de «enfermedades mediáticas» para referirse

a aquellas que, como tema, tienen más presencia en la prensa: el sida, el cáncer, la diabetes, la anorexia y el alzhéimer ⁴.

En 1999 el Informe Quiral, que se realiza en el Observatorio de la Comunicación Científica de la Universidad Pompeu Fabra, de Barcelona, EN con la colaboración con la Fundación Vila Casas, y que se encargó de una monitorización sistemática sobre temas de salud en los cinco periódicos de mayor difusión en España (El País, El Mundo, ABC, La Vanguardia y El Periódico de Catalunya) desde 1997 hasta 2006, describió por primera vez la existencia de dos patrones distintos de cobertura periodística: «agudo» y «crónico», para cuya denominación se utilizó una terminología propia del entorno médico y sanitario. El «patrón agudo» coincide con un tipo de cobertura rápida: noticias cortas, poco especializadas, con uso de información procedente de agencias, fuentes oficiales e institucionales y gran impacto mediático. Por su parte, el «patrón crónico» describe un tipo de tratamiento periodístico de menor impacto, pero más especializado, que emplea con frecuencia textos ubicados en suplementos especializados y una mayor utilización de fuentes primarias, como revistas científicas y voces expertas, y un trabajo periodístico más elaborado, o sea, textos más largos y con mayor soporte gráfico ⁵.

Una vez expuestas las consideraciones anteriores, con vistas a fundamentar algunas claves esenciales para el trabajo conjunto entre médicos, docentes e investigadores de la salud, y periodistas, resulta valioso compartir las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades identificables en nuestro contexto nacional para el desarrollo de una alianza profesional sólida y de resultados recíprocos. Este análisis fue compartido hace más de una década por las doctoras cubanas Alina Pérez Martínez y Rosaida Ochoa Soto en la II Conferencia Internacional de Comunicación en Salud; sin embargo, se puede leer con vigencia a la luz del escenario actual.

Es destacable, como fortaleza, el hecho de contar con un sistema de salud universal, único y gratuito, con énfasis en la atención primaria. En Cuba existe una Unidad de Promoción de Salud y Prevención de Enfermedades, con estructuras homólogas a todos los niveles del sistema. Como limitaciones se pueden enunciar: las debilidades existentes en el enfoque y la promoción de la salud poblacional la limitada conciencia y prioridad del papel de la comunicación entre instituciones, con predominio del paradigma trasmisivo así como las escasas competencias, tanto de especialistas en Medicina en temas de comunicación, como de periodistas en tópicos de salud y, como consecuencia de ello, se da una limitada e ineficiente producción y distribución de contenidos y productos comunicativos.

Por su parte, la falta de políticas de comunicación en el país, el predominio de la cultura de la enfermedad sobre la cultura de la salud en la sociedad cubana, el poco desarrollo del periodismo especializado y de campañas de bien público, el insuficiente número de productos comunicativos de factura nacional generados desde las instituciones mediáticas cubanas, en relación con las necesidades de los públicos, junto a la proliferación de materiales foráneos descontextualizados, con baja calidad en los contenidos; se pueden señalar como amenazas ⁶.

Luego de esbozar estas condicionantes contextuales, y teniendo en cuenta las problemáticas declaradas anteriormente, que son resultado de investigaciones empíricas sobre el tratamiento de los temas de salud; es posible proponer algunos apuntes que coadyuvarían a la puesta en práctica de una gestión editorial integrada en los medios, así como a una estrategia de socialización de contenidos sobre salud que favorezca la labor preventiva, si se parte de la conjunción de los intereses manifestados por los públicos y las necesidades cognoscitivas de la población, identificadas o reconocidas por los propios profesionales del área médica.

En primer término, se debiera potenciar el desarrollo de una mayor toma de conciencia, tanto entre profesionales de la comunicación como de la salud, en torno a las ventajas que se originarían con la imbricación de ambas esferas, mediante el establecimiento de sistemáticos intercambios de ideas y objetivos de trabajo, de modo que las áreas se sirvan recíprocamente con los saberes que cada una de ellas está en condiciones de aportar para un mejor desempeño.

De esa interconexión pudiera derivarse una mayor comparecencia de profesionales de la salud en los espacios mediáticos, bien como entrevistados, fuentes activas y sistemáticas, o autores en un ejercicio cocreativo con periodistas y editores del medio. Por ello es necesario, por parte de las organizaciones de comunicación, revalorar la importancia que le conceden a los tópicos asociados a la salud en el entramado de jerarquías temáticas de la institución con el propósito de identificar aspectos adecuados para la generación de contenidos y construir agendas periodísticas más sólidas y eficaces en virtud de la ciudadanía.

Es indispensable que se promuevan, por interés de los propios medios, espacios permanentes de asesoramiento profesional para una proyección comunicativa estratégica dentro de la amplia diversidad de aristas y enfoques que se agrupan bajo el término «salud» como un macrotema. Pero esa intención no progresaría, por más que puedan plantearse con rigor los centros productores de comunicación, si no se encuentran oídos receptivos, con voluntad de acompañamiento, dispuestos a erigirse en entes facilitadores de los procesos de generación de contenidos desde las instituciones médicas.

El profesional de la salud puede ser una pieza clave en la interpretación de los contenidos, la elaboración de los mensajes y la dosificación de las propuestas mediáticas, al mediar entre el dominio técnico y especializado de su ámbito de competencias, y el nivel conceptual que, como promedio, demanda la población o debiera estar al alcance de esta. Al mismo tiempo, puede constituir una fuente proactiva que alerte, sugiera y señale en los procesos de construcción de agenda sobre temas de salud, al aproximarse a las dinámicas productivas de los medios y asumir como préstamos determinadas ideologías que operan en la selección y el procesamiento del material informativo.

Los resultados de investigaciones médicas que se socializan en revistas científicas, requieren mirarse con intencionalidad mediática, es decir, teniendo en cuenta el impacto social y el grado de relevancia pública de lo que se formula o presenta, que no es más que el análisis de los valores noticiables. El hecho de llevar el planteamiento resultante de las investigaciones compartidas en publicaciones especializadas a un medio de comunicación, supone un riguroso ejercicio de relectura, síntesis y reapropiaciones de conceptos, que pudiera verse enriquecido con posibles negociaciones de intereses entre el facultativo y el comunicador, lo que le confiere credibilidad y veracidad tanto a la institución mediática como a la institución médica.

Ante un panorama tecnocomunicativo como el actual, en el que internet ha cambiado no pocos aspectos de la relación del ciudadano con la información y la gestión de su salud, y las tecnologías de la información y la comunicación han producido profundas transformaciones en el trinomio médico-paciente-información, muchas veces el propio paciente consulta información por sí mismo para comprender sus enfermedades y actuar contra ellas; el desafío y las complejidades por las que atraviesan los medios son cada vez mayores. Por ello, urge a las organizaciones comunicativas buscar apoyo intersectorial, propiciar zonas de convergencia profesional, de manera que los productos mediáticos tengan una orientación educativa de promoción y prevención de salud, con incidencia en el mejoramiento del cuidado de la salud o en la prevención de las enfermedades en general. Es necesario enunciar acciones para adquirir hábitos y estilos de vida más saludables.

Si bien el principal cometido en la puesta en práctica de una gestión editorial más eficiente en temas de salud corresponde a los actores de la comunicación, los médicos pueden ayudar de modo especial. De la capacidad que se tenga para aunar propósitos, sistematizar procesos de diagnóstico, planificación y evaluación de contenidos de los medios, y transformar viejos cánones trasmisivos en los haceres mediáticos por dinámicas más participativas en las que se privilegian las audiencias y adquieran un papel más activo y dialogante las fuentes, dependerá el cambio en el tratamiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Documentos generales de Promoción de la Salud [Internet]. [citado 17 de diciembre de 2016]. Disponible en: http://www.medicinafamiliaruc.cl/html/promocion_salud.html
2. OMS. Carta de Ottawa para la promoción de salud. [La primera Conferencia Internacional sobre la Promoción de la Salud reunida en Ottawa el día 21 de noviembre de 1986 emite la presente carta dirigida a la consecución del objetivo "Salud para Todos en el año 2000]. Ottawa:OMS;1986. Disponible en: http://www.famp.es/racs/intranet/otras_secciones/documentos/CARTA%20DE%20OTTAWA.pdf.
3. Pérez Martínez Alina. La comunicación sobre la salud en medios digitales cubanos. Rev Cubana Salud Pública [Internet]. 2011 Sep [citado 2017 ene 08]; 37(3): 288-305. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662011000300010&lng=es.
4. Revuelta G; Minelli de Oliveira J. La Salud y la biomedicina en la prensa diaria: un análisis de diez años. Periodística: revista académica [Internet]. 2008 [citado 2017 ene 08]; 11: 55-67. Disponible en: <http://www.raco.cat/index.php/Periodistica/article/view/245697/328972>
5. Semir V, Revuelta G. El Observatorio de la Comunicación Científica presenta el estudio Medicina y Salud en la prensa diaria. Informe Quiral 10 años. Barcelona: Rubes Editorial; 2008. <http://www.well-comm.es/wellcommunity/wp-content/uploads/medicina-y-salud.pdf>
6. Pérez Martínez A, Ochoa Soto R II Conferencia Internacional de Comunicación en Salud. Estado actual y desafíos de la comunicación para la salud en Cuba. Universidad Calos III de Madrid. Comunicaciones orales, 2005 <http://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/22216?show=full#preview>

Recibido: 2017-02-16

Aprobado: 2017-02-24