

Periodismo de salud en tiempos de crisis

Health journalism in times of crisis

FERMÍN APEZTEGUIA HERNÁNDEZ

Periodista. El Correo. Grupo Vocento. Coordinador del Programa Encuentros con la Salud de EL CORREO. e-mail: fapezteguia@elcorreo.com

Fecha de recepción: 12/11/2015 · Fecha de aceptación: 03/05/2016

RESUMEN

El periodismo especializado en salud afronta en la actualidad tres crisis. A la tradicional provocada por las complejas relaciones entre médicos y periodistas, se suman la recesión general y la propia del sector de la Prensa tradicional. Desde que estallara la actual crisis económica, han cerrado en España más de 200 medios de comunicación y perdido su empleo casi 12.000 profesionales de la comunicación. Ante la limitación de recursos económicos, las empresas periodísticas han optado por reducir sus plantillas y, en muchos casos, por prescindir también de redactores especializados. La existencia de una población cada vez más envejecida que demanda con insistencia una información de mayor calidad justifica la necesidad de un periodismo especializado en salud.

Palabras clave: Periodismo especializado, salud, crisis, médicos, periodistas, desempleo, envejecimiento.

ABSTRACT

The journalism specialised in health confronts nowadays three crises. To the traditional one caused by the complex relations between doctors and journalists, the general recession and the particular recession affecting the traditional press sector are added. Since the current recession broke out, more than 200 media have closed and almost 12000 media professionals have been made redundant in Spain. In the face of limited economic resources, press businesses have decided to reduce their staff and, also in many cases, do without specialised editors. The existence of an increasingly ageing population who demands insistently higher quality information, justifies the need of a journalism specialised in health.

Key words: Specialised journalism, health, recession, doctors, journalists, unemployment, ageing.

Mi madre sufrió un infarto hace diez años. Sabíamos que era un infarto, porque no era la primera vez que le ocurría, así que corrimos con ella a las urgencias de un hospital y rápidamente informamos a los médicos de guardia de la situación. No nos creyeron. Decían que no estaban seguros de su diagnóstico y durante todo el fin de semana la mantuvieron en un box, sometiéndole a todo tipo de pruebas inútiles. Ella sintió morir, porque de hecho lo estaba haciendo, y comenzó a despedirse de nosotros uno por uno.

Cuarenta horas después, ya era lunes, harto de la situación, llamé al Gabinete de Comunicación del centro, donde tenía un buen contacto y le expliqué lo que estaba pasando. “Tranquilo, voy a ver qué puedo hacer”, me contestó mi colega. “Tenía que haberlo hecho antes”, pensé. Efectivamente, mi madre había sufrido un infarto, que obligó a su traslado urgente a una unidad de Cuidados Intensivos. Habíamos perdido un tiempo precioso por el desinterés de los médicos en comprobar la veracidad de nuestras sospechas. No nos dieron ninguna esperanza.

Pasados unos días, la mujer decidió volver a la vida, aunque, según nos dijeron, sería para poco tiempo. Como mucho, seis meses. Comenzaron a tratarla entonces con morfina con el fin de evitarle una muerte dolorosa. Fue la segunda gran negligencia. Decidimos pedir una segunda opinión y descubrimos que el equipo que la atendía -por razones que no vienen al caso, pero que tienen que ver con los reinos de Taifas de la profesión médica- había decidido no someterla a ninguna prueba de diagnóstico. Y llevaba así, dos años. La mujer había pasado de las Urgencias del hospital a los Cuidados Paliativos, pasando por la UVI, sin que nadie se preocupa-

ra en dos años de examinar el estado de sus arterias coronarias.

La operaron a vida o muerte en un centro privado de Navarra. Fueron ocho horas larguísimas, angustiosas, en medio de una intensa nevada, que le prolongaron la vida casi una década más. Cada vez que un médico me pide leer un artículo antes de que se publique, me acuerdo del momento en que firme el consentimiento informado para operar a mi madre. Lo llaman leer, pero en realidad quieren decir simplemente firme usted aquí.

Aun así, confío en los médicos. Cuando acudo a la consulta de un especialista, me pongo en sus manos. Entiendo que es él quien entiende de medicina y que soy yo quien busca su ayuda, convencido de que su conocimiento y experiencia servirá para mejorar mi salud o hacer que me sienta mejor. Con demasiada frecuencia, me encuentro en cambio con médicos que reclaman mi experiencia, pero no confían en mí. Quieren que escriba un artículo de algo que me van a contar, pero me piden leerlo por adelantado, no vaya a ser que su nombre profesional quede en entredicho. Nunca lo acepto. ¿Cómo creen que se puede aceptar un chantaje de semejantes características? ¿Firmarían ellos por adelantado que acertarán con mi diagnóstico, que me curarán o, más fácil aún, que no se dejarán llevar por las sombras que a punto estuvieron de robarle a mi madre diez años de vida?

Los periodistas tenemos fama de sanguijuelas y ‘vendemadres’, de estar dispuestos a aceptar lo que sea en tal de llevarnos a la redacción un buen titular. Es como si nadie nos exigiera calidad en nuestro trabajo. Como si fuéramos inmutables a toda enfermedad. Como si no tuviéramos familiares y amigos que a menudo

enferman y en ocasiones se mueren. De infartos, de cánceres, de enfermedades neurodegenerativas, de todo lo que se mueren las personas. Cada vez que me siento a escribir, me acuerdo de todos ellos.

Vivimos los periodistas de salud en la actualidad tres crisis y la primera de ellas está relacionada con nuestro trabajo diario, grabada en el mismo ADN de nuestra actividad profesional. Médicos y científicos no se fían de los profesionales de la comunicación. Necesitan de nosotros –como nosotros de ellos– para difundir el resultado de sus investigaciones y hacer prevención, que forman parte ambas de su rutina laboral, pero no se fían. Quizás digan que no lo hacen porque han tenido malas experiencias o porque han asumido como buenos los muchos tópicos que existen en torno a nuestra profesión, como en todas. No es por eso. No confían porque médicos y periodistas procedemos de mundos tan radicalmente distintos que la diferencia les genere desconfianza. Como en el libro de John Gray, los médicos proceden de Marte y los periodistas de Venus.

DOS MUNDOS DIFERENTES, PERO COMPLEMENTARIOS

El médico, como el científico, es un profesional cuyo pensamiento se construye en función de su actividad diaria y su entorno. Las decisiones de un profesional de la medicina se adoptan después de un largo proceso de reflexión, de consultar mil y un manuales sobre el asunto en cuestión y tras un debate, generalmente intenso, con los compañeros más cercanos. Llegados a este punto, muy a menudo, la conclusión a la que llegan no es definitiva, o no creen que la es, y ante la posibilidad

de equivocarse, optan por escribir o hablar en condicional. “Todo ello nos lleva a pensar que tal vez el enfermo podría morir, o quizás no, porque la medicina no es una ciencia exacta”. Las publicaciones del profesional sanitario suelen ser textos muy largos, profusos en detalles que pueden parecer nimios para el profano, pero no lo son, y que son fruto de meses, incluso de años de trabajo y reflexión.

La actividad del periodista es justo la contraria. El trabajo en la redacción se caracteriza por la falta de tiempo, por la necesidad de síntesis y por la obligación de tener que resolver las situaciones de un minuto para otro, especialmente ahora con las nuevas tecnologías, que empujan a lanzar la noticia en internet en el tiempo que se tarda en decir ya. La información se precisa de una manera urgente. En la Prensa escrita, se dispone de apenas unas horas para contrastar la información, porque el periódico ha de llegar al kiosco al día siguiente. Hay temas que se trabajan más, porque son para el fin de semana o se preparan con antelación, pensando en la próxima llegada de un puente o unas vacaciones, pero el tiempo siempre es justo. Para colmo, a los periodistas no nos vale el “podría” que tanto gusta a los profesionales de la salud. Para nosotros, las cosas son o no son. Se está vivo o se está muerto, no hay término medio (Apezteguía, 2006).

Tenemos, como digo, una manera de pensar radicalmente distinta, pero estamos forzados a entendernos. Los profesionales de la salud necesitan de los periodistas y nosotros de ellos. Si viajara en coche con un médico y viéramos un conductor atrapado en el interior de un turismo, estoy convencido de que el especialista vería un paciente y yo una noticia, pero

para los dos sería una persona que sufre. Los dos haremos nuestro trabajo bien, no lo dudo, con profesionalidad, conscientes de que está en juego la vida de un ser humano. Mis lectores sabrán de lo sucedido en una hora a través de la web, con más detalle al día siguiente en el periódico. Los de mi compañero de viaje tendrán que esperar un año para conocer las causas que provocaron ese siniestro y otros 2.000 más similares; junto a las razones que, al parecer, llevan a la muerte a un buen número de automovilistas. Al final, ambos trabajos estarán bien hechos. Cada uno de ellos pensado para una audiencia completamente diferente y, en consecuencia, elaborado de una manera muy concreta. Los venusianos que compran el periódico no son los marcianos que leen informes médicos.

El reconocido periodista vasco Iñaki Gabilondo dijo en una ocasión que “el colectivo médico sólo se hace presente cuando tiene un problema gremial. Si no, no existen. Quizás no se den cuenta de la importancia de asomarse al debate público”. Quizás no se den cuenta, añadiría yo, que el paciente de hoy, nuestros lectores de prensa, es un paciente informado, a menudo organizado, que devora los medios de comunicación en busca, ahora más que nunca, de una información sanitaria de calidad. La población está envejecida; y cuantos más años se cumplen, más se preocupa uno por las cuestiones de la salud. Las noticias de salud figuran, cada vez más, entre las informaciones más demandadas por los lectores de prensa y usuarios de Internet. Es necesaria, en consecuencia, una mayor confianza de los médicos en los periodistas y una contribución profesional más fluida (Peñafie Sáiz y Echegaray Eizaguirre, 2014).

RECURSOS NECESARIOS PARA UN PERIODISMO ESPECIALIZADO

Según lo dicho, ¿qué necesitamos los periodistas de la salud de los profesionales sanitarios, de médicos, científicos, enfermería, biólogos, etcétera? Fundamentalmente cinco herramientas.

1.- Accesibilidad. Necesitamos informantes que estén disponibles cuando les necesitamos. La noticia se produce en un momento determinado y posiblemente dentro de un rato haya perdido interés informativo. Muchas veces, nuestra llamada no busca un comentario, sino contrastar información de una fuente fiable, saber si lo que tenemos entre manos es importante, si se trata de un avance relevante o si, en realidad, no es para tanto y debemos echarla a la papelera.

2.- Tiempo. Necesitamos que nos atiendan a tiempo y que nos dediquen también el tiempo necesario. Una de las respuestas más comunes de los médicos a los periodistas es “te llamaré más tarde, estoy en consulta”. Es importante que los profesionales sanitarios perciban que el tiempo es oro en cualquier profesión y que los quince o veinte minutos que lleva una entrevista -el tiempo que se tarda en atender a dos pacientes- pueden contribuir a una información que llegará, cuando menos, a decenas de miles de personas. Como campaña de prevención, no está nada mal.

3.- Claridad. Necesitamos que se nos informe en un lenguaje llano, como cuando se habla a los pacientes. Cuanto más claros se sea con los mensajes, mejor llegará la información a los lectores, que son también pacientes. Los profesionales de la información sanitaria, especialmente los que trabajamos en medios de información general, estamos obligados a que

nos entienda cualquiera que nos lea, vea o escuche, sean nuestros hijos pequeños o nuestros padres mayores.

4.- **Confianza.** Necesitamos confianza, aunque el periodista sea un indocumentado. Una de las críticas más comunes de los profesionales sanitarios es que no siempre los periodistas que les entrevistan están formados en salud. Lo ideal es que la información sanitaria la cubran periodistas especializados, pero no siempre es posible, porque los 'titulares' también tienen sus días libres y de vacaciones y, sobre todo, porque los más jóvenes también tienen que formarse. La especialización, sea en Periodismo o en Medicina, requiere su tiempo y también comprensión. De la Facultad de Medicina, como de la de Periodismo, nadie sale con una dilatada experiencia.

5.- **Noticias.** Somos periodistas. No es necesario explicar que necesitamos titulares. Noticia es por definición todo lo que sea novedad. Buscamos nuevos enfoques, estudios, investigaciones, avances en el conocimiento de enfermedades, patologías desconocidas, conocer más sobre dolencias sin tratamiento, el desarrollo de nuevas técnicas quirúrgicas, novedades en torno a cuestiones de salud pública, tales como epidemias, focos infecciosos, brotes, testimonios de pacientes... En una palabra, noticias.

LA SACUDIDA DE LA CRISIS

¿Qué nos está pasando ahora? Algo tan obvio como que vivimos tiempos de recesión económica y ajustes financieros que están repercutiendo de manera sensible en nuestra profesión. Las otras dos crisis a las que me refería al principio de este informe tienen que ver con esta cuestión. Los que nos hemos dedicado durante

prácticamente toda nuestra vida profesional al periodismo escrito estamos viviendo un cambio de modelo de negocio que ha coincidido en el tiempo con la mayor crisis económica que se conoce desde la Gran Depresión de 1929. La desaparición de los periódicos de papel es una amenaza que cierne sobre nuestro sector desde antes de que se desatara la actual crisis, a finales de 2008, con el derribamiento de la compañía estadounidense de servicios financieros Lehman Brothers. Es cierto que, a pesar de los grandes nubarrones y nefastos presagios que se nos auguraban, los grandes medios de Prensa escrita de nuestro país han logrado sobrevivir a la crisis, mejor incluso que muchas empresas de sectores que, a priori, parecían más fuertes. No reconocer, en cambio, que el impacto de la recesión en los medios de comunicación ha sido brutal en este tiempo sería tanto como cerrar los ojos a la realidad.

Hay muchísimo menos dinero en la calle y, en consecuencia, las ventas de periódicos han caído de manera importante. Un informe basado en datos extraídos del Estudio General de Medios concluye que desde el comienzo de la crisis a finales de 2008 hasta hoy, los diarios impresos han visto reducidas sus ventas en más de un 30% y su difusión en casi un 40%. La caída ha resultado mucho mayor en las grandes cabeceras, como 'El País' y 'El Mundo'; y se ha contenido mejor en los medios regionales, que han visto reforzado su protagonismo, como 'La Vanguardia' (Barcelona), 'la Voz de Galicia' y 'El Correo' (Bilbao), al que yo pertenezco. Los diarios gratuitos, que crecieron de manera espectacular con el cambio de siglo, prácticamente han desaparecido. '20 minutos', que se mantiene, tenía 2,6

millones de lectores en marzo de 2008 y en la actualidad el EGM le concede algo más de 1 millón (1,04) (PrNoticias, 2015). La falta de liquidez ha obligado a las empresas a ajustar sus gastos, lo que ha dañado seriamente al sector de la publicidad, principal fuente de ingresos de la Prensa escrita. La falta de recursos procedentes del ámbito publicitario es la principal causa del cierre de empresas informativas que se ha producido durante todos estos años. Esta situación ha provocado, a su vez, una auténtica guerra en el mercado publicitario, que ha llevado a una caída de las tarifas. De 2008 a esta parte, los medios tradicionales cuentan, en definitiva, con menos anunciantes, vienen contratando menos anuncios y se han visto, como consecuencia, en la necesidad de atraer clientes o mantenerlos con precios más atractivos y soluciones imaginativas.

La Asociación de Prensa de Madrid (2015) viene publicando desde hace una década un documento titulado 'Informe Anual de la Profesión Periodística', que supone la mejor radiografía de lo que está ocurriendo en el sector en España. A la espera de que se publique el trabajo relativo a 2015, la agrupación profesional estimó en su último documento, el referido a 2014, en un total de 11.875 la cifra "demoledora" de empleos de periodista destruidos desde el comienzo de la crisis. El cambio de modelo de negocio y la recesión han provocado en estos siete u ocho años el cierre de más de 200 medios.

Como buena noticia, el documento aportaba el hecho de que la pérdida de empleo se hubiera detenido en 2014 y que el número de periodistas en situación de desempleo descendiera ese año -por primera vez desde 2008- hasta 9.451, que

es en todo caso una cifra muy alta, si se tiene en cuenta el número de medios de comunicación existentes. Los 2.400 empleos destruidos en 2014 supusieron también un mejor dato que los 2.700 perdidos en 2013. El director del informe, Luis Palacio, aclaró en su presentación que a la hora de analizar todos estos datos debería tenerse en cuenta que "no todos los profesionales en paro se registran en las oficinas de empleo". A esta circunstancia, habría que añadir otras dos más. En estos años, un buen número de periodistas se han visto en la necesidad de aceptar contratos en condiciones extremadamente precarias para comenzar a ejercer la profesión o, simplemente, para continuar ejerciéndola.

Por otra parte, a partir de determinadas edades, muchos profesionales han optado por adelantar su jubilación, cuando han podido hacerlo, o directamente, han cambiado de profesión. "La precariedad laboral es alarmante", alerta el trabajo, en un oficio en el que durante 2014 aumentaron "los planes de bajas incentivadas, los recortes salariales y las prejubilaciones". En medio de este panorama, se dio en 2014 una nueva realidad relativamente buena. El número de medios creados por periodistas pasó de los 297 que se contabilizaron en 2013 a 406. La luz genera sus propias sombras. Un 13% de todos esos proyectos no facturó absolutamente nada y el 58% lo hizo por debajo de los 50.000 euros.

Ante semejante panorama, cabe preguntarse cómo afecta la actual situación de crisis al periodismo de salud. Lógicamente, las empresas periodistas se han visto en la necesidad de adoptar medidas de saneamiento económico que dañan al periodismo especializado. Cada vez hay

menos becarios en las redacciones y los que están permanecen en ellas durante menos tiempo. Las jubilaciones anticipadas están favoreciendo la desaparición de especialistas, que están dando paso a periodistas multitarea y multicanal. Aunque estén adscritos a una sección concreta, pueden trabajar también para otras con pocas o ninguna posibilidades de especializarse, porque se ven forzados a seguir la agenda informativa del día, que es siempre amplia y variada. Además, no sólo trabajan para un formato concreto, sino que han de elaborar sus informaciones para varios a un mismo tiempo. A su trabajo tradicional en el periódico o la emisora de radio, se suma ahora la web, el canal de televisión, los especiales del fin de semana... La suma de unas otras condiciones lleva, en consecuencia, a la pérdida del periodismo especializado.

EL EJEMPLO DE EL CORREO

La crisis en la que están inmersos los medios de comunicación tradicionales es de tal calibre que después de todos estos años ninguna empresa periodística, en ningún lugar del mundo, ha dado aún con las claves para salir del atolladero. El medio en el que trabaja el autor de este informe, una empresa lógicamente afectada por la recesión, pero claramente saneada y en situación de beneficio, ha apostado -en contra de la tendencia general- por mantener el periodismo especializado y abrirse a las nuevas tecnologías con mecanismos que permitan al lector disfrutar de una información de calidad a un precio competitivo. En la redacción, más allá del apoyo puntual de otros redactores, existen de manera permanente dos periodistas dedicados a la información sanitaria. Uno, mi compañera

María José Carrero, cubre la parte institucional, y otro, que soy yo, se ocupa del ámbito de la salud, de la parte más científica y de divulgación.

El medio convirtió, asimismo, su web el pasado mes de septiembre en un nuevo producto multimedia, bautizado como El Correo On, que incluye contenidos exclusivos, aplicaciones para móvil y tabletas (APP) con la última tecnología, acceso ilimitado a la web y descuentos y promociones a través de un nuevo Club de Suscriptores. La oferta, inédita en el panorama de la comunicación en España, permite a los suscriptores por el simbólico precio de 4,95 euros al mes disfrutar no sólo de una información de calidad, sino acceder a importantes descuentos y ofertas específicas en la red de teatros y museos de Euskadi. La apuesta por nuevas fuentes de financiación garantizará, según se espera, el ejercicio de un periodismo libre y también especializado, acorde con la nueva realidad del sector.

Nuestro compromiso con la prevención de las enfermedades se ha traducido además en la consolidación de un programa llamado Encuentros con la Salud de EL CORREO, que contribuye a la financiación del medio, sin que este aspecto suponga la menor merma del rigor informativo. La asesoría científica de la Academia de Ciencias Médicas de Bilbao y de la Facultad de Medicina y Odontología del País Vasco, y la colaboración de una agencia de comunicación, Docor, favorecen la consecución de este objetivo.

En resumen,

- Vivimos tiempos de cambio, tanto desde el punto de vista social como profesional
- El periodismo especializado en salud se enfrenta en la actualidad a tres crisis. A

la tradicional provocada por la compleja relación histórica entre médicos y periodistas, se suma la recesión general y la propia de los medios informativos tradicionales.

- La crisis económica ha provocado desde 2008 el cierre de más de 200 medios y la destrucción de casi 12.000 empleos en el sector. Disfrutar de un periodismo especializado se ha convertido en un auténtico lujo para las redacciones periodísticas.
- Es necesario, más que nunca, favorecer el trabajo en común de médicos y periodistas especializados, con el objetivo de atender mejor a una población que envejece a pasos agigantados y cuenta con pacientes cada vez mejor informados.

BIBLIOGRAFÍA

Apezteguia, Fermín (2006). Claves de éxito para aparecer en los medios. Ponencia en el Taller de Portavoces IV Campaña Nacional de Salud Sexual. San Sebastián, 10 de mayo de 2006.

Asociación De Prensa De Madrid (2015). Informe Anual de la Profesión Periodística 2014. Recuperado el 10 de septiembre de 2015 en: [<http://www.apmadrid.es/noticias/generales/informe-de-la-profesion-periodistica-2014-se-detiene-la-destruccion-de-empleo-pero-aumenta-la-precariidad-laboral-y-profesional?Itemid=209>]

Peñafiel Sáiz, Carmen Y Echegaray Eizaguirre, Lázaro (coords.) (2014). Estudios de Comunicación y Salud, Cuadernos Artesanos de Comunicación CAC 63. Recuperado el 10 de septiembre de 2015 en: [<http://issuu.com/revistalatinadecomunicacion/docs/cac63>]

Redacción PR Noticias (2015). El hundimiento de la prensa escrita: 'El País' pierde 800.000 lectores desde 2008. PRNoticias 16/04/2015. Recuperado el 10 de septiembre de 2015 en: [<http://prnoticias.com/prensa/20140437-egm-el-pais-se-desploma-en-lectores>]