

Originales

La salud en la radio española: análisis de En buenas manos y Ser Consumidor

Health in the Spanish radio: analysis of *En Buenas Manos* and *Ser Consumidor*

Ignacio Bolea-Jover ^{1*}, María Concepción Gil-Díaz¹

¹Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual. Universidad Carlos III de Madrid

Fecha de recepción: 23/12/2013 – Fecha de aceptación: 30/05/2014

Resumen

El tratamiento de los temas relacionados con la salud que se lleva a cabo en las cadenas de radio generalistas es escaso y poco provechoso. La información de la salud no se enfoca al público mayoritario debido a la estructura de los programas que la tratan, a los presentadores que intervienen y al discurso que estos mantienen. Los temas sobre nutrición, en el caso de la SER, y los relacionados con distintas materias de la medicina, cuando hablamos de Ondacero, son la áreas con mayor presencia.

Palabras clave: Comunicación; salud; tratamiento; radiofónico.

Abstract

The treatment of health related topics found on general-interest radio stations usually is scarce and useless. Health information is not oriented towards the general audience due to the programs which focus on the subject, their presenters and their speech. The most present area on SER is nutrition whereas on Ondacero the most common topic is several areas of medicine.

Key Words: Communication; health; treatment; radio.

* Correspondencia: ignaciobolea@gmail.com

Introducción

La Salud es uno de los temas que mayor interés genera para la audiencia, según algunos estudios como EuroPNStyles¹ que afirma en sus conclusiones que casi el 70% de los españoles (65,2% los hombres y 72,3% las mujeres) valoran estar al día sobre noticias sanitarias. Este estudio añade que tan sólo un 4,5% de los hombres y un 2% de las mujeres afirman que la información de Salud carece de especial interés.

En este estudio que nos ocupa colocaremos la radio como elemento y medio de comunicación bajo el cual realizar nuestra investigación. En el caso de este artículo, nos centraremos en su capacidad como medio de radiodifusión o, lo que es lo mismo, “sistema de transmisión y comunicación por medio de la radiofonía”, según define Rodero² (2005).

Según esta autora la radio puede definirse como un medio de comunicación específico atendiendo a su inmediatez, heterogeneidad de la audiencia, accesibilidad, credibilidad, sencillez técnica y asequibilidad, es decir, es un medio de producción barato. Para esta investigación vamos a puntualizar las cuatro primeras especificidades como elementos clave a la hora de dar cabida a la información relacionada con la salud en un medio como la radio.

La inmediatez sería la característica definitoria de la radio. A diferencia de la televisión o de la prensa escrita, la radio es el medio más rápido. Actualmente, la prensa online también se colocaría del lado de la radio en cuanto a la agilidad e inmediatez, pero no responde de la misma forma que la radio a la información relacionada con la salud; como veremos a continuación.

Por otro lado, la heterogeneidad de la audiencia sería un aspecto determinante en los componentes definitorios de la radio. Debemos decir que la televisión es un medio que también recoge a un amplio y diverso público, pero actualmente esa heterogeneidad está cambiando por espacios más específicos que agrupan a los diferentes perfiles de los públicos. Ejemplo de ello es la proliferación de multitud de canales específicos para determinados públicos que ha venido acompañando al nacimiento de la TDT.

El tercer factor a destacar sería la accesibilidad que tiene este medio. Esta característica es muy importante para nuestro estudio, ya que, la posibilidad de que a todos los rincones de España llegue la radiodifusión es determinante. Lo que queremos destacar con esto es lo

¹ Realizado por la consultoría Porter Novelli. Disponible: <http://www.porternovelli.com>

² Rodero Antón, E. (2005). Producción Radiofónica, Madrid: Cátedra.

siguiente: por la distribución de la población española y las características del terreno de nuestro país, encontramos zonas dentro de la geografía española donde es muy complicado que llegue la señal de televisión. Pero no sólo eso, existen poblaciones ocupadas únicamente con unas decenas de habitantes por lo que alcanzar estas zonas es una tarea compleja para la televisión. Por lo general, estas zonas más despobladas serán municipios cuyos habitantes superen la edad adulta, por lo que dentro de sus hábitos de consumo se situaría la radio como principal medio.

Llegamos, pues, a la última de las características de la radio que queremos abordar como determinante respecto a los otros medios. La radio es el medio que mayor credibilidad tiene respecto a la prensa y la televisión, según las encuestas de *Metroscopia* que juntas han hecho posible la publicación "Pulso de España 2010"³.

Otro de los factores a tener en cuenta y que determinan el cauce de la investigación sería la división entre los tipos de radio que existen de acuerdo al tema: generalistas y temáticas. Actualmente las radios generalistas son aquellas que no están centradas en ningún tema en concreto, sino que mantienen un contenido más diverso en su programación. Mientras, que las radios temáticas acogen a un grupo más determinado de público. Por otro lado, existe otra diferencia a la hora de enumerar los tipos de radio si lo abordamos desde la gestión de este medio. Por ello, existen radios privadas, la mayoría, y radios públicas. Actualmente las tres emisoras de radio más escuchadas son: la Cadena SER, con un share del 35,5% de la audiencia total, y Onda Cero, con un 19,5%, según la última oleada del EGM⁴. Las tres responderían a la clasificación de emisoras generalistas y de gestión privada.

Objetivos

Por esta serie de motivos que caracterizan al medio radiofónico creemos interesante abordar el tratamiento de la información sanitaria o relacionada con la salud en este medio. Además, el hecho de que el medio radiofónico sea el que despierta mayor credibilidad aumenta la eficacia de las prescripciones sanitarias radiofónicas.

³ Toharia, J.J, et (2011). Pulso en España 2010. Un informe sociológico, Madrid: Editorial Biblioteca Nueva

⁴ EGM Oleada 3

Material y Métodos

Nuestra investigación se trata de un estudio cualitativo de diferentes variables que permitan comparar el tratamiento de los temas de salud en los distintos espacios escogidos.

A la hora de realizar la elección de los espacios escogidos, creemos que acotar los programas dedicados a la salud en las radios generalistas es la mejor forma de definir cuál es el mensaje que al final recibe el oyente. Es decir, si realizáramos el estudio en radios temáticas, ni el público ni los temas tratados serán abordados de forma general. Es decir, las radios temáticas llevarán a cabo un tratamiento específico y adecuado a un público entendido en la materia que no tiene nada que ver con el público mayoritario que escucha la radio. Por el momento, la Cadena SER y Onda Cero, por ese orden, serían las dos radios más escuchadas actualmente; y por tanto los espacios escogidos se incluirían dentro de estas emisoras.

Cada uno de los programas tiene una frecuencia semanal, por lo que, concentramos un estudio de ocho espacios dedicados a la salud. Además, para inferir lo menos posible en errores, hemos realizado un estudio de los dos meses anteriores por tanto, octubre y noviembre. De esta forma, los espacios analizados sumarían doce programas completos para realizar nuestro estudio cualitativo.

Programas escogidos

El estudio se centra en dos programas reconocibles y divisibles que forman parte de la parrilla de sus emisoras. Es decir, se omiten los espacios esporádicos de temas de la salud en diferentes programas bien porque la noticia del día tenga relación con la salud o porque se está abordando ese tema de forma casual. La investigación intenta encauzar un estudio de espacios identificables donde el oyente sepa que van a tratar sobre temas de salud y puede sintonizar la emisora a la hora del programa.

‘Ser consumidor’, Cadena SER.

‘En buenas manos’, Onda Cero.

Análisis de los programas

1. Ser consumidor

El primero de los programas analizados es “SER Consumidor”, que se emite los domingos de 6 a 7 en la Cadena SER y es escuchado por 210.000 oyentes según el último EGM. Se trata de un programa centrado en los derechos de los consumidores y la defensa de los mismos, por lo que los temas de salud aparecen tratados solo de manera transversal.

En este caso, la mayor parte de los contenidos sanitarios que tratan están relacionados con la nutrición. Estos tienen una presencia habitual, y aunque con una duración variable (de cinco a quince minutos dependiendo del caso), habitualmente suelen ocupar un tramo de cada programa. En ocasiones más excepcionales se tratan también temas de enfermedades, aunque relacionado con su vínculo a ciertos productos (que pueden contribuir a mejorarla o empeorarla). Debido a la propia orientación del programa -defensa de los derechos de los consumidores- se centran sobre todo en la denuncia de determinados productos que llevan a engaño a los usuarios (p.ej. los supuestos beneficios del agua de mar o las dietas que evitan el envejecimiento) o el cuestionamiento de la eficacia de ciertos elementos (p. ej. la prohibición de las grasas *trans* en ciertos alimentos o los posibles efectos de los edredones de plumas sobre fibrosis pulmonar). En ocasiones se combina esta labor de denuncia con un cierto espíritu divulgativo, para dar a conocer al público costumbres sanas como la dieta vegana. En cualquier caso, se suelen abordar estos temas a raíz de alguna noticia de actualidad (p. ej. la prohibición en EEUU de las grasas *trans*, o que Europa deje de considerar necesario los leches de crecimiento que se dan a los niños en los primeros años) y no a partir de artículos científicos aparecidos en revistas especializadas.

Al abordar estos asuntos mantienen una posición editorial clara (de denuncia), pero admiten una pluralidad de voces (de tal forma que al abordar el tema de las dietas para el crecimiento interviene tanto el Presidente de la Sociedad Española posicionado a favor como un dietista claramente en contra; o con los posibles efectos beneficiosos del agua embotellada para acabar con la diabetes o el colesterol, acuden tanto al Director farmacéutico de la empresa que la comercializa como al Asesor Médico de la Fundación para la diabetes). El programa combina las entrevistas a expertos en el tema con la aparición de colaboradores habituales. En este último caso se trata de divulgadores, autores de varios libros y colaboradores en otros medios de comunicación, más alejados del trabajo “de campo” aunque poseedores de una formación académica. Al elegir a los entrevistados, y al margen de esa pluralidad que ya hemos comentado, muestra preferencia por médicos o miembros de alguna asociación especializada (agrupaciones, sociedades científicas e incluso empresas) antes que de pacientes individuales. Normalmente suele recaer sobre estos entrevistados la labor divulgativa, limitándose los periodistas a plantear las preguntas, aunque en ocasiones sí suelen introducir el tema con un breve reportaje o comentario.

2. En Buenas Manos

El segundo programa analizado es “En Buenas Manos”, que se emite los domingos de 4 a 6 en OndaCero y posee una audiencia de 33.000 oyentes, según los datos del último EGM.

El presentador del programa es el doctor Bartolomé Beltrán, licenciado en Medicina por la Universidad de Valladolid y que durante la década de los '80 y los '90 se hizo popular con la presentación de diversos espacios médicos tanto en radio como en televisión y actualmente es también miembro del Consejo Asesor del Ministerio de Sanidad. Se trata por tanto de un especialista sanitario familiarizado con las técnicas médicas y el vocabulario especializado, lo que marca el diseño del programa. "En Buenas manos" es un programa temático sobre la medicina, asunto que aborda de manera prácticamente monográfica en casi todas sus vertientes y especialidades: cirugía, urología, cardiología,...

Lejos de mantener una estructura fija, el programa se metamorfosea en cada ocasión. En la mayoría de las ocasiones se abordan diversas especialidades en un mismo programa, pero en ocasiones se hacen especiales monográficos sobre un único tema (p. ej. la diabetes). A priori, no parece distinguirse una estructura fija sobre los temas que se abordan, sino que la selección de estos depende más bien de si se ha producido algún avance importante o simplemente si existe alguna cuestión de interés que a los responsables del acuerdo les parezca adecuado tratar. Aunque también informa de las principales novedades de avances médicos (no tanto de aspectos de la Sanidad en su sentido más amplio), es un programa poco dependiente de la actualidad para su elaboración y casi podríamos decir que posee su propia agenda temática. La actualidad en este programa esta más relacionada con un espacio temporal más amplio, lo que les permite entrar a analizar como novedad nuevos procedimientos en ciertos ámbitos médicos o en el tratamiento de determinadas enfermedades. Por último, mencionar que presenta una cierta retroactividad con otros medios del grupo (p.ej. el suplemento de Salud de La Razón, en el que también colabora el doctor Beltrán) de cuyos temas se hacen eco en el programa.

El abordaje de los temas se suele hacer a través de la entrevista a médicos especializados en el asunto a tratar. La mayoría de las veces se trata de colaboradores habituales, sin sección u hora fija, pero que sí tienen una cierta presencia continua en los distintos programas. En otras ocasiones se recurre a la entrevista (dialogada) a algún especialista concreto (que no es colaborador habitual), pero nuevamente se trata de médicos o especialistas, no de pacientes o miembros de asociaciones. Gracias a la larga duración de los programas (dos horas), los temas pueden ser tratados en profundidad y algunas de estas entrevistas-diálogo pueden llegar a prolongarse hasta media hora. Debido a que se trata de la conversación entre dos médicos y que a menudo se abordan temas técnicos, el lenguaje es en ocasiones demasiado especializado para el oyente medio. El enfoque es asimismo predominantemente médico, para gente con unos ciertos conocimientos en el mundo de la salud. Esto lleva a que incluso se aborden temas que son casi más del ámbito particular de la profesión, como cuál es la responsabilidad civil del médico, que concierne al ámbito general de la sociedad.

Este cierto alejamiento de los oyentes se intenta contrarrestar en ocasiones con un reportaje o un comentario introductorio que les permita situarse respecto al tema. También es destacada la presencia de la música, temas típicamente españoles, utilizados como cortinilla para separar los distintos espacios y en ocasiones sirve también como fondo para las distintas entrevistas. No obstante, los oyentes también tienen reservado su espacio y pueden trasladar sus dudas a los especialistas, normalmente grabados (debido al horario, poco propicio para recibir llamadas telefónicas) pero en ocasiones también en directo. En estos casos, tanto el doctor Beltrán como el especialista que lo acompaña se afanan en intentar responder a la duda o consulta utilizando un lenguaje más próximo y asequible para el oyente no especializado. Sin embargo, apenas hay mención o presencia de las redes sociales, que no son utilizadas ni como canal de preguntas ni para recabar las opiniones de los oyentes.

Discusión

Existen claras diferencias entre ambos espacios lo que determina que el tratamiento de la salud en ellos sea completamente diferente. Entre ellos no se pueden determinar unas pautas o pilares comunes que determinen, por ejemplo, el esquema del programa, los temas trabajados, etc. Por lo tanto no se puede construir un esquema común que permita realizar un estudio comparativo sobre los espacios radiofónicos que hablan de la salud. Ello perjudica al tema de la salud en cuestión pues no hay un modelo que permita su estudio dentro del medio radiofónico que ayude a una mejor comunicación de los temas relacionados con la salud.

En ambos casos aunque los planteamientos de estos programas se centren en aconsejar al paciente no le permiten un segmento de intervención por lo que son espacios pobres en este aspecto. Los temas de la salud que analizan se alejan un poco de lo común, sobre todo en el caso de “En Buenas Manos” dado que su presentador ofrece un discurso demasiado hegemónico y profesional de los temas de salud que no están reservados para un entendimiento de todos los públicos.

No existe una frescura en ninguno de los dos programas que acerque el tema de la salud al público mayoritario. También la estructura falla, sobre todo en el programa “En Buenas Manos”. No apreciamos ningún apartado dentro de los programas diseñado a consejos comunes o cercanos que sirvan en el día a día de los oyentes. Se trata de una estructura demasiado robusta donde intervienen especialistas pero que no deja margen para una divulgación del tema más cotidiana. Los programas analizados no explotan los recursos que ofrece el medio radiofónico en la comunicación que realizan sobre los temas de salud.

Conclusión

En primer lugar, destacar que la tercera emisora más escuchada a nivel nacional, la COPE, no cuenta con ningún espacio similar al de sus competidoras en materia y contenido que trate el tema de la salud. El único espacio que conseguimos localizar que mantuviera una relación con algún tema medioambiental o científico fue 'Agropopular'. Este programa se centra en destacar aspectos relacionados con el sector de la agricultura y la ganadería. Este hecho supuso la decisión de prescindir de este programa al no guardar relación con la temática tratada en este trabajo. Aunque no se haya realizado estudio de campo de este espacio concreto, es preciso destacar la por qué no lo ha habido. El hecho de que una cadena como es la COPE no tenga ninguna sección o espacio que recoja los temas sanitarios es un aspecto importante a destacar. Esta sería una evidencia de la poca inclusión que este tipo de temáticas tiene en las radios generalistas españolas. Aunque como veamos a continuación, los dos programas analizados cuenten con un tratamiento favorable, el hecho de que tan solo existan pocos ejemplos de estos programas muestra la falta de intención, por parte de las emisoras, de que la salud tenga una cabida real en sus contenidos.

La existencia y las buenas cifras de audiencia de estos programas prueban que la información sobre temas sanitarios puede tener un espacio en la radiodifusión española. El hecho de que sean contenido habitual -ya sea transversal o principal- permite que se generen unas ciertas dinámicas informativas favorables a la divulgación de estos temas y el medio radiofónico proporciona la posibilidad de llegar a un público heterogéneo y no excesivamente segmentado socialmente. Estos espacios permiten la visibilización de ciertos periodistas especializados que realizan una importante labor divulgativa. Asimismo, proporcionan un altavoz a los profesionales sanitarios, que de esta manera tienen también un importante altavoz por el que dirigirse y con el que acercarse a su público. Únicamente se echa en falta una mayor interacción con los oyentes, así como una mayor presencia de voces provenientes de los propios pacientes, ya sea a nivel de colectivos y asociaciones o a título particular.

Aunque estos programas están ya plenamente establecidos, hay que ser conscientes también de lo limitado del espacio que ocupan y las posibilidades de expansión que tiene ante sí. Una mayor consolidación de estos programas favorecería a su vez que estos contenidos tuvieran una mayor presencia en los principales espacios de la cadena. En contra de esto juega la heterogeneidad entre ambos espacios, pues en ningún caso comparten contenidos y esto dificulta la elaboración de una agenda común que tenga una fuerte presencia e irrumpa así en la agenda mediática de estos grandes programas. Por último, habría que reseñar el importante papel que en esto puede desempeñar Internet, pues al estar ambos programas disponibles en formato podcast y ser especializados y "atemporales" pueden ser escuchados en cualquier

momento por el público interesado. Un aumento en el número de descargas y podcasts escuchados de estos programas favorecería su consolidación en la parrilla radiofónica (amenazada también por posibles ajustes de presupuesto) y permitiría también que los temas en ellos tratados pudieran tener un mayor recorrido informativo.

Referencias

- AMC (2013), 3ª Oleada Estudio General de Medios.
- Balsebree, A. (2004) El Lenguaje Radiofónico, Madrid: Cátedra.
- Diaz, E. J. (2004). La radio y el multimedia, dos alternativas para la divulgación científica. Barcelona: Revista Quark (nº34).
- Huertas, A y Gutiérrez, M (2005). Salud y Radio, un análisis de la práctica periodística, Barcelona: Cuadernos del Consejo Audiovisual de Cataluña.
- Rodero Antón, E. (2005). Producción Radiofónica, Madrid: Cátedra.
- Roskelley, S., Llorente, F. et al. (1999). Cómo se decide la programación sobre salud en radio y en televisión. Barcelona: Revista Quark (nº16).
- Toharia, J.J, et (2011). Pulso en España 2010. Un informe sociológico, Madrid: Editorial Biblioteca Nueva.

Anexo 1. Podcasts programas analizados

Puede consultar los podcast de los programas analizados en:

- www.ivoox.com/podcast-ser-consumidor_sq_f1289_1.html
- www.ivoox.com/podcast-en-buenas-manos_sq_f11094_1.html