

Editorial

Salud y medios en la sociedad actual

Health and mass media in the current society

LA SALUD ha sido siempre un don querido y deseado, sentido como una necesidad primaria por toda la población, siendo éste el motivo principal por el que toda la información relacionada con la salud goza de un gran interés por las audiencias. Pero no existe salud sin enfermedad, esta innegable presencia del binomio salud-enfermedad en la opinión pública y sus agentes, así como las posibilidades que ofrece la comunicación para el desarrollo de una sociedad más sana y el interés que todo ello ha generado en profesionales e investigadores de la comunicación, representa un campo de investigación y trabajo profesional en el mundo de la comunicación: la health communication o comunicación para la salud (Martín Algarra, 1997).

La salud suele ser un tema de interés que atrae audiencias, concienciadas de la importancia de realizar hábitos de vida saludables para adquirir mejor calidad de vida y bienestar. Por ello los medios están mostrando más interés por estos contenidos y ofrecen más espacios para temas dedicados a salud. Sin embargo, éstos no siempre dan con los modos y contenidos más adecuados para lograr una sociedad más sana, más consciente de la importancia de la salud, más conocedora

de lo que debe hacer para mantenerla e incrementarla y más proclive a los comportamientos que puedan hacer a los individuos sentirse mejor.

Por otro lado, se está produciendo un continuo aumento del uso de los medios de comunicación como la principal fuente de información para los temas de salud (OMS, 2007). El profesional sanitario ya no constituye la única fuente de información para los ciudadanos, y en muchas ocasiones ni siquiera la fuente principal. La población utiliza cada vez más los medios tradicionales e internet para informarse sobre enfermedades, tratamientos y estilos de vida saludables y, a menudo, recopilan información antes de acudir al médico y luego se presentan en la consulta con una idea preconcebida sobre su dolencia. Pero no sólo los pacientes, incluso los profesionales de la salud también acuden en numerosas ocasiones a los medios para informarse sobre temas sanitarios. Un estudio reciente (MSL, 2012) reveló que el 72% de los pacientes recurre a Internet para buscar información sobre temas de salud y que las fuentes más consultadas en la red son los foros (42%), Google (41%) y Wikipedia (27%).

Por otro lado, los medios de comunicación de masas son considerados una

herramienta potente en los ámbitos de educación para la salud, promoción de la salud y prevención de enfermedades. El Banco Mundial (1996) señaló que ningún programa de salud que pretenda abarcar sectores sociales cada vez más amplios puede siquiera pensarse al margen de la comunicación.

Sin embargo, los medios también pueden dañar la salud de la población, originando esta ambivalencia característica de los contenidos sanitarios en los medios de comunicación que forma el eje principal del estudio e investigaciones sobre la salud en los medios. Los medios pueden ayudar a controlar una enfermedad infecciosa, al mismo tiempo que pueden aumentar la práctica de conductas de riesgo, tales como el consumo de comida basura, tabaco, alcohol, práctica de relaciones sexuales sin protección, etc. Por otro lado, los medios a menudo desarrollan, de forma inconsciente y como parte de la sociedad que son, falsas creencias y estereotipos. Por ejemplo en salud mental son frecuentes titulares como este: “Un esquizofrénico desata el terror en una escuela al asesinar a puñaladas a ocho niños”. Por ello, el estudio de los contenidos sanitarios en los medios de comunicación es de suma importancia debido al enorme potencial que éstos tienen sobre la salud pública y el bienestar de la sociedad.

Por todas estas razones expuestas anteriormente, nos encontramos ante una emergente demanda y necesidad de información sanitaria pública veraz,

relevante, rápida e imparcial demandada por las audiencias. Pero también ante la necesidad de que los investigadores de la comunicación y de la salud profundicen más en este campo mediante la realización de estudios con buena calidad científica que muestren la efectividad y los efectos de los medios en la salud de la sociedad actual.

Daniel Catalán Matamoros

Departamento de Periodismo y Comunicación
Audiovisual
Universidad Carlos III de Madrid
danieljesus.catalan@uc3m.es

Referencias

- Martín Algarra, M. (1997). Las campañas de comunicación pública. La comunicación y salud como campo de estudio. *Comunicación y Sociedad*, 10, 193-201.
- MSL Group. (2012). You Share You Care. Rescatado el 1 de septiembre de 2013 de <http://www.mslgroup.com/insights/publications/2012/you-share-we-care/>
- Organización Mundial de la Salud. (2007). Statement of the Planning Meeting to Develop a European Health Communication Network. Londres: OMS, Oficina Regional para Europa.