

El rol de la comunicación sanitaria en prensa deportiva

The role of health communication in sports press

Antonio López-Villegas¹, Daniel Catalán-Matamoros², Remedios López-Liria³, Carlos Martín-Saborido⁴, Emilio Robles-Musso Castillo¹

¹ Hospital de Poniente, El Ejido (Almería)

² Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual. Universidad Carlos III de Madrid, Madrid.

³ Facultad de Ciencias de la Educación, Enfermería y Fisioterapia. Universidad de Almería. Almería.

⁴ EUEF San Juan de Dios. Universidad Pontificia Comillas, Madrid.

Fecha de recepción: 12/10/2012 – Fecha de aceptación: 15/04/2013

Resumen

La transmisión de la información sanitaria a través de los medios de comunicación se ha convertido en la manera más rápida y eficaz de promover la salud pública. En la actualidad el deporte se encuentra en plena expansión económica y social. El deporte genera el 2% del Producto Interior Bruto en Europa. La práctica de la actividad física ayuda a contener el gasto sanitario, seguridad social y, aumenta la productividad. La comunicación en salud a través de la prensa deportiva favorece la promoción de estilos de vida saludables que inciden positivamente en la calidad de vida de la sociedad. Las noticias sanitarias que aparecen en la prensa deportiva suelen estar relacionadas con el estado físico de los deportistas.

Palabras clave: *Comunicación en salud; medios de comunicación de masas; deportes.*

Abstract

The transmission of the health information through the media has become the fastest and effective of way to promote public health. Today the sport is booming economic and social. The sport generates 2% of Gross Domestic Product in Europe. The practice of physical activity helps to contain health costs, social security and it increases the productivity. Health communication through the sports media favours the promotion of healthy lifestyles that impact positively on the quality of life of society. The health news that appear in the sports media are often related to the physical condition of athletes.

Key words: *Health communication; mass media; sports.*

Correspondencia: antoniolopezvillegas@andaluciajunta.es

Introducción

El aumento de noticias relacionadas con temas sanitarios que se han publicado en los diferentes medios de comunicación, se debe al progresivo interés de la sociedad por este tipo de información y, la necesidad de una presentación rápida e imparcial de las noticias dirigidas a un público que no siempre es especializado. Lo que explica el surgimiento de nuevas revistas de temática socio-sanitaria (WHO, 1997; Blanco & Paniagua, 2007; Catalán, Axelsson, & Strid, 2007), dado que la mayoría de las publicaciones al respecto han aparecido a partir de 1990 (Organización Panamericana de la Salud, 1997).

Desde que Randolph Hearts, propietario del “The New York Journal” publicara la primera noticia deportiva en un diario generalista en año 1895 y, la posterior aparición de la fotografía que supuso un acercamiento del deporte a los lectores creando los primeros héroes deportivos (WordPress, 2007), la prensa deportiva no ha dejado de crecer. En la actualidad ya no se limita a narrar un determinado hecho deportivo, ahora el consumidor de noticias deportivas quiere tener acceso a otras dimensiones relacionadas con el deporte y los deportistas, donde destacan las dimensiones social, económica y sanitaria.

En este artículo se analiza la dimensión sanitaria en la prensa deportiva a través de la relación entre los medios de comunicación y la salud; el deporte y sus dimensiones como fuente de progreso; y finalmente se describe, el vínculo que existe entre el periodismo deportivo y los temas sanitarios.

Medios de comunicación y salud

La importancia de la salud pública, entendida como “la ciencia y el arte de prevenir las enfermedades, prolongar la vida y promover la salud a través del esfuerzo organizado de la sociedad” (Winslow, 1920; Winslow, 1923; Acheson, 1987), se ha visto reforzada por el papel desempeñado por la comunicación sanitaria, definida por la Organización Panamericana de la Salud (1997) como “la modificación del comportamiento humano y los factores ambientales relacionados con ese comportamiento que directa o indirectamente promuevan la salud, prevengan enfermedades o protejan a los individuos del daño”.

En 2010, Catalán, Muñoz-Cruzado & Fuentes clasifican la comunicación para la salud en dos niveles:

1. Comunicación interpersonal:
 - a) Vertical: comunicación entre el paciente y el profesional sanitario.

- b) Horizontal: es la comunicación entre el profesional sanitario y el equipo en el cual está integrado, o la del paciente con su entorno más próximo (familiares, amigos, etc.).
- 2. Comunicación de masas: es la comunicación transmitida a través de los “medios de comunicación” a un elevado número de personas.

Los medios de comunicación de masas juegan un papel muy importante en los países más desarrollados, donde tienen gran influencia en las opiniones y actitudes públicas (Reuelta, 2006). La transmisión de la información sanitaria a través de los medios de comunicación puede convertirse en la manera más rápida y eficaz de promover la salud pública (Catalán, 2010).

La prensa especializada en la comunicación sanitaria presenta sus informaciones a través de los llamados medios de comunicación de masas, en la mayoría de los casos en las secciones de noticias y las de servicio, como los suplementos de salud, artículos de revistas ilustradas y, programas de radio y televisión (Organización Panamericana de la Salud, 1997).

La información sanitaria que se recoge en los medios de comunicación, se puede agrupar en tres grandes áreas temáticas (Blanco & Paniagua, 2007):

- 1.- Política sanitaria
- 2.- Divulgación científico-médica
- 3.- Sucesos de índole sanitaria

En el Informe Quiral (2008) se analiza la información sanitaria que recibe la población española a través de la prensa diaria. Entre otras, se extraen las siguientes conclusiones:

- 1. El aumento del interés por la salud en la prensa, se debe fundamentalmente al crecimiento de las tecnologías de la información y de la comunicación (TICs).
- 2. En la prensa escrita se ha producido un aumento de las noticias relacionadas con la salud
- 3. Los temas sanitarios son tratados desde una perspectiva informativa, sin entrar en ningún tipo de reflexión u opinión experta.
- 4. En función del tema sanitario a tratar, los intereses de los editores, articulistas y lectores, se moverán de lo general a lo particular.
- 5. La sección de cartas al director, podrá ser utilizada por los lectores como herramienta estratégica para llegar a las personas con responsabilidades sanitarias.

6. La información sanitaria que aparece en prensa se centra principalmente, en las fuentes y personas más mediáticas que son las que marcan la agenda social. Tanto las fuentes como los medios se utilizan mutuamente en función de sus propios intereses.
7. Aunque la tendencia está cambiando, sigue siendo el sexo masculino el que ostenta el papel más importante en la información pública que se da sobre salud, tanto en los niveles de alta dirección de la prensa como en el papel que juega como fuente de información.

Otro informe (March, 2000), puntualiza las prioridades a tener en cuenta en la relación entre los medios de comunicación y el sector sanitario:

- 1) Facilitar que los medios de comunicación y el Sistema Nacional de Salud conozcan las prioridades y las normas de funcionamiento del otro.
- 2) Cooperar a todos los niveles, estableciendo y promoviendo encuentros personales y conjuntos a lo largo del tiempo y no sólo en momentos puntuales.
- 3) Promover en el ámbito sanitario la formación en habilidades de comunicación, consiguiendo de esta manera perder el miedo a sentarse frente a los medios y, convertirse en la fuente primaria de los temas de salud que se publican en los medios.
- 4) Fomentar el trabajo en común basado en la transparencia, promoviendo la formación de coaliciones y redes.

En el estudio de Mínguez (2006), se describen los errores que con mayor frecuencia cometen los periodistas en el tratamiento de las noticias sanitarias, entre ellos destacan los siguientes:

1. Utilización errónea de información (datos, términos y conceptos).
2. Amarillismo/Sensacionalismo.
3. Centrarse en la enfermedad, dejando en segundo plano la prevención.
4. Escaso interés del tema sanitario por parte de los editores o dueños de medios.
5. Limitar las publicaciones de temas de alta sensibilidad socio-culturales.
6. Subjetividad en el tratamiento de las noticias.
7. Falta de instrumentos adecuados en el abordaje de conflictos éticos.
8. Intrusión en los contenidos periodísticos, de temas publicitarios.

El deporte y sus dimensiones como fuente de progreso

El deporte se define como todas las formas de actividad física que a través de la participación organizada o no, tiene como objetivo la expresión o mejoría de la condición física y el bienestar mental, las relaciones sociales o la obtención de resultados en competición a todos los niveles (Council of Europe, 2001, World Health Organization, 2011).

El deporte se puede abordar desde tres perspectivas diferentes:

El deporte como función social: el deporte profesional está incrementando de manera progresiva su importancia y, contribuye igualmente al papel que desempeña el deporte en la sociedad como elemento de cohesión, al eliminarse las barreras sociales. Además de mejorar la salud de los ciudadanos europeos, el deporte se está desarrollando en otras dimensiones como la educativa, social, cultural y, recreativa. (Comisión de las Comunidades Europeas, 2007).

El deporte como fuente de salud: la práctica de la actividad física se constituye como el principal elemento de promoción de la salud en la sociedad moderna. El deporte incrementa la longevidad, además de proteger contra la manifestación de las principales enfermedades crónicas no transmisibles como las cardiopatías, hipertensión, diabetes mellitus, osteoporosis y cáncer de colon (Comité OMS/FIMS de Actividad Física para la Salud, 1994; World Health Organization, 2003; del Valle, 2010; Comisión Europea, 2011).

Desarrollo económico a través del deporte: La práctica de la actividad física, ayuda a contener el gasto en salud y seguridad social, aumenta la productividad y mejora la calidad de vida. La educación y formación recibidas contribuye a la creación de nuevos puestos de trabajo (Comisión Europea, 2011).

En la actualidad el deporte se encuentra en plena expansión económica y social, su destacada contribución al crecimiento y al empleo, supera la media de crecimiento que se experimenta en otros sectores. El 2% del PIB europeo es generado por las competiciones y la celebración de grandes eventos deportivos. Supone además el desarrollo del turismo en aquellas ciudades y países, en los que tiene lugar la celebración de una determinada competición deportiva (World Economic Forum, 2009; Comisión Europea, 2011).

La importancia de la relación entre el deporte y los medios de comunicación se ha ido incrementando a medida que los derechos de difusión se han convertido en la primera fuente de

ingresos del deporte profesional en Europa (Comisión de las Comunidades Europeas, 2007). El deporte se ha convertido en un negocio donde las grandes cadenas de televisión pagan cantidades importantes de dinero, por tener los derechos de la retransmisión de grandes acontecimientos deportivos como por ejemplo los Juegos Olímpicos, campeonatos del mundo de atletismo, campeonatos y grandes ligas de fútbol profesional, tenis y, Fórmula 1.

Periodismo deportivo y salud

En la actualidad uno de los sectores más demandados por los ciudadanos es el periodismo deportivo. En España, la prensa deportiva es la más leída diariamente según el Estudio General de Medios (2012). El Marca y el As son adquiridos diariamente por 3 y 1,5 millones de lectores respectivamente. La prensa deportiva supera en gran medida a otros periódicos de prensa generalista tales como El País y El Mundo que son consumidos por 2 y 1,2 millones de lectores respectivamente. Esto refleja el enorme poder que la prensa deportiva puede tener en la promoción de la salud y la prevención de enfermedades por ser el medio de comunicación impreso más consumido por la población.

Al mismo tiempo, estamos contemplando como aumenta de manera importante el seguimiento que se realiza desde los diferentes medios de comunicación de masas a los deportistas en general y, en particular a los futbolistas “estrella”. Este seguimiento en ocasiones puede traspasar la parcela deportiva y, adentrarse en la vida personal (Rojas, 2010). Este gran interés por la vida de deportistas ha sido también utilizado en numerosas campañas de concienciación y prevención de enfermedades, en las que se ha invitado a alguna “estrella” para protagonizar estos eventos.

En prensa deportiva, las noticias sanitarias que aparecen suelen estar relacionadas con las aptitudes físicas de los deportistas, principalmente de fútbol. En menor medida, se encuentran noticias sanitarias de otros deportes que en la mayoría de los casos se trata de deportistas de élite como por ejemplo Rafael Nadal en tenis o, Alberto Contador y Lance Armstrong en ciclismo.

Tras emitirse un parte médico, el periodista debe ser capaz de acercar y explicar esta terminología científica a sus lectores, para una mejor comprensión de la noticia. Este fenómeno está haciendo que los periodistas que cubren este tipo de noticias, tengan que habituarse a esta terminología y, en la mayoría de los casos adquirir cierta formación sanitaria (Castañón, 2008; Rojas, 2010). Por ello, los programas de formación en periodismo científico son importantes para asegurar la diseminación efectiva de contenidos sanitarios en prensa deportiva.

El objetivo principal del periodista deportivo especializado en comunicación sanitaria, además de informar sobre las aptitudes físicas de los deportistas, es también ayudar a la promoción de estilos de vida y políticas saludables con el fin último de contribuir en la mejora de la calidad de vida de la población. Otro de los cometidos del periodista deportivo especializado en salud es la educación en temas sanitarios, evitando el sensacionalismo en sus publicaciones. Además debe tener en cuenta que está trabajando con información de gran complejidad que si no la maneja con cuidado, puede tener un efecto contrario al que se pretende (Blanco & Paniagua, 2007).

Reflexiones finales

1. Existe un incremento de las noticias sanitarias publicadas en los medios de comunicación, debido al interés de la sociedad por este tipo de información y, por el crecimiento de las TICs.
2. La información deportiva es una de las parcelas de la comunicación más demandadas y consumidas por los ciudadanos.
3. En prensa deportiva la comunicación sanitaria es una herramienta clave en la promoción de estilos de vida y políticas saludables con el fin último de contribuir en la mejora de la calidad de vida de la población.
4. Las noticias sanitarias que aparecen en la prensa deportiva suelen estar relacionadas con las aptitudes físicas de los deportistas.

Referencias

- Acheson Report. (1987). Committee of Inquiry into the Future Development of the Public Health Function. London, Great Britain.
- Blanco, E., & Paniagua, F. (2007). Periodismo, salud y calidad de vida. Contenidos y fuentes. [Documento en línea]. Consultado el día 03 de Septiembre de 2012, de la World Wide Web: <http://www.monografias.com/trabajos917/periodismo-salud-calidad/periodismo-salud-calidad.pdf>
- Castañón, J. (2008). Médicos de fútbol y medios de comunicación. [Documento en línea]. Consultado el día 19 de Agosto de 2012, de la World Wide Web: www.idiomaydeporte.com/medicos.htm
- Catalán, D., Axelsson, R., & Strid, J. (2007). How do newspapers deal with health in Sweden? A descriptive study. *Patient Education and Counseling*, 67, 78-83.
- Catalán, D., Muñoz-Cruzado, M., & Fuentes, M. (2010). Técnicas de comunicación para la prevención y el control de enfermedades. *Rev Esp Com Sal*, 1 (1): 50-65.

- Comisión de las Comunidades Europeas. (2007). Libro Blanco sobre el Deporte. Bruselas: Comisión Europea.
- Comisión Europea. (2011). Desarrollo de la dimensión europea en el deporte. [Documento en línea]. Consultado el día 23 de Agosto de 2012, de la World Wide Web: <http://www.guiafc.com/images/pdfs/2011-COM-012.pdf>
- Comité OMS/FIMS de Actividad Física para la Salud. (1994). El ejercicio y la salud. Bol Oficina Sanit Panam, 119 (5), 468-470.
- Council of Europe. (2001). European Sports Charter (revised). Brussels: Council of Europe.
- Del Valle, M. (2010). Ejercicio físico y salud. ¿Dónde estamos?. Archivos de Medicina del Deporte, XXVII (139), 327-28.
- Asociación para la investigación de Medios de Comunicación. (2012). Estudio General de Medios (EGM), Abril de 2011 a Marzo de 2012. [Documento en línea]. Consultado el día 04 de Mayo de 2012, de la World Wide Web: <http://www.aimc.es/Entrega-de-resultados-EGM-1ª-ola,1067.html>
- March, J. (2000). El papel de los medios de comunicación en la salud pública. Gac Sanit, 14 (6), 501-502.
- Minguez, S. (2006). Los desafíos del periodismo en salud. [Documento en línea]. Consultado el día 03 de Septiembre de 2012, de la World Wide Web: <http://www.periodismosocial.org.ar/notacompleta.cfm?id=2760>
- Organización Panamericana de la Salud. (1 y 2 de diciembre de 1997). Comunicación y salud. OMS. 20.
- Revuelta, G., & de Semir, V. (2008). Medicina y Salud en la prensa diaria. Informe Quiral 1997-2006. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.
- Revuelta, G. (2006). Salud y medios de comunicación en España. Gac Sanit, 20 (Supl1), 203-208.
- Rojas, J. (2010). Información y promoción de la salud a través del deporte. [Documento en línea]. Consultado el día 03 de Septiembre de 2012, de la World Wide Web: <http://periodismodeportivodecalidad.blogspot.com.es/2010/02/informacion-y-promocion-de-la-salud.html>
- WHO, Regional Office for Europe. (1997). Statement of the Planning Meeting to Develop a European Health Communication Network. [Documento en línea]. Consultado el día 29 de Agosto de 2012, de la World Wide Web: http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0009/118557/E58830.pdf
- Winslow, C. (1920). The untilled field of Public Health. Mod. Med, 2, 183-186.
- Winslow, C. (1923). The evolution and significance of the modern Public Health campaign. New Haven: Yale University Press.

- WordPress. (2007). Orígenes de la comunicación deportiva (I). [Documento en línea]. Consultado el día 23 de Agosto de 2012, de la World Wide Web: <http://elsieteblanco.wordpress.com/2007/02/04/origenes-de-la-comunicacion-deportiva-i/>
- World Economic Forum. (2009). World Economic Forum Annual Meeting 2009. [Documento en línea]. Consultado el día 02 de Septiembre de 2012, de la World Wide Web: <http://www.weforum.org/events/world-economic-forum-annual-meeting-2009>
- World Health Organization. (2003). Health and Development Through Physical Activity and Sport. Geneva, Switzerland: World Health Organization.
- World Health Organization. Regional Office for Europe. (2011). Promoting sport and enhancing health in European Union countries: a policy content analysis to support action. Copenhagen, Denmark: WHO. Regional Office for Europe.