

LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA SALUD

Salud y medios de comunicación: un encuentro ineludible

HÁBITOS SALUDABLES PARA UNA VIDA RESPONSABLE

Si hay una capacidad en los medios de comunicación es la de transmitir cultura e imponer hábitos, costumbres y valores. También pueden causar desequilibrios y beneficios, físicos, psíquicos y culturales. Por ello es tan importante que expertos, técnicos, comunicadores y educadores se pongan de acuerdo y creen un debate internacional que, fruto de la investigación y la práctica constate, incite a la responsabilidad de los medios, de las autoridades y de la sociedad, y cree cauces educativos que permitan el uso adecuado de los medios.

Aularia presenta con este debate solamente la punta del iceberg, invitando a expertos de varios países, con experiencia, a participar al menos con su grano de arena en algo que debiera expandirse.

Participan en el debate la doctora **Valeria Rojas Osorio**, pediatra y neuróloga infanto-juvenil, presidenta del Comité de Medios y Salud de la Sociedad Chilena de Pediatría y docente en la facultad de medicina de la Universidad de Valparaíso, Chile, el doctor **Enrique García Sánchez**, médico microbiólogo, profesor titular de la Universidad de Salamanca, el doctor **Marcos A. Ordóñez**, médico cirujano, profesor de la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina, y el periodista **Carlos Gurpegui Vidal**, profesor consultor de Multimedia y Comunicación en la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) y coordinador técnico de Pantallas Sanas, Cine y Salud del Gobierno de Aragón. El debate lo coordina **Enrique Martínez-Salanova**, director de la Revista Aularia

Cuestiones de las que ha partido el debate

Las preguntas que se han hecho a los expertos: ¿Qué influencia tienen los medios, ante todo la televisión, el mundo audiovisual y los ordenadores, en la salud de niños y adolescentes? ¿Pueden los medios ayudar de alguna forma en la salud de la población, y en particular de niños y adolescentes? ¿Pueden servir como

elementos terapéuticos? ¿Qué se puede hacer desde la familia y la escuela para que la televisión, los audiovisuales y el mundo de las redes sociales sirvan para lograr una cultura saludable? ¿Qué responsabilidad tienen los medios en la transmisión de hábitos saludables? ¿Cómo puede ayudar el

cine en la información sobre la salud y la enfermedad y en crear hábitos saludables? ¿Hay experiencias y hechos concretos que se puedan relatar en relación con la relación entre salud y medios de comunicación?

¿Qué influencia tienen los medios, ante todo la televisión, el mundo audiovisual y los ordenadores, en la salud de niños y adolescentes?



Valeria Rojas Osorio

La televisión y el mundo audiovisual es una ventana al mundo que les permite a los niños desarrollar una gran sensibilidad y conocimiento, es parte integral de nuestra sociedad, y no solamente es informativa sino que también entretenida y per-



Valeria Rojas Osorio

Pediatra y Neuróloga Infanto-Juvenil. Presidenta del Comité de Medios y Salud de la Sociedad Chilena de Pediatría

dra.valeria.rojas.o@gmail.com

Docente en la facultad de medicina de la Universidad de Valparaíso, Chile



Enrique García Sánchez

Licenciado en Medicina y Cirugía y Doctor en Medicina por la Universidad de Salamanca. Director del Departamento de Medicina Preventiva, Salud Pública y Microbiología Médica y profesor titular de la Universidad de Salamanca. jmm-rmc@usal.es

Ha impartido docencia de primer, segundo ciclo, doctorado y master y participado en varios proyectos de innovación. Colaborador en más de 70 publicaciones docentes, debates educativos y congresos docentes. Ha participado en varios proyectos de investigación y colaborado en cerca de 100 publicaciones de carácter científico. Es miembro del Consejo Editorial de la Revista Española de Quimioterapia y Editor de la revista electrónica Revista de Medicina y Cine.

mite además entregar educación ya sea directa o indirectamente en diversos ámbitos incluyendo temas de salud pública. Sin embargo es necesario tener en cuenta que el desarrollo neurológico y emocional del niño es distinto del adulto. La maduración cerebral finaliza alrededor de los 18 a 20 años, siendo las áreas anteriores prefrontales las últimas en madurar. La corteza prefrontal del cerebro juega un papel crucial en funciones cerebrales superiores como la cognición, el control de la conducta, reflexión, juicio, análisis. Esto determina que el impacto emocional y cognitivo de lo que el niño observa en las distintas pantallas es distinto según su edad madurativa. Investigaciones han demostrado que niños pequeños, especialmente menores de 8, están cognitivamente indefensos frente a la publicidad, sensacionalismo y violencia en las pantallas. Por lo anterior la influencia de los Medios en la salud física y mental de niños y adolescentes es enorme, dado fundamentalmente por las largas horas de exposición a ellas. Investigaciones han determinado su influencia en la Conducta, Sexualidad, Autoimagen y Autoestima; Nutrición, Obesidad y Trastornos Alimentarios; Uso y Abuso de Sustancias; Aprendizaje; Publicidad, Marketing y Consumismo.



Enrique García Sánchez

Tienen una enorme trascendencia en el momento actual. Sin duda alguna, el dicho popular «una imagen vale más que mil palabras», cuyo origen se sitúa en un proverbio chino y por lo tanto es muy anterior a la era digital en la que vivimos, no ha perdido vigencia. Su sentido original se refería a la posibilidad de utilizar una imagen para transmitir mensajes o conocimientos y esto es hoy en día, más ac-

“ Enrique García Sánchez la familia, el centro escolar y el entorno de niños y adolescentes deben seguir reglas que faciliten el uso de los medios

tual que nunca. Toda la población nos movemos en torno a los medios audiovisuales y fundamentalmente la televisión que es la que en todas las franjas de edad tiene un mayor consumo.

Por ello es necesario que el entorno de los niños y adolescentes siga una reglas que faciliten el uso de estos medios como pueden ser: familia y centro escolar deben conocer el mundo audiovisual, conectarse con ellos y controlar las páginas o prohibir sitios, fomentar actividades compartidas, informarse de los contenidos y facilitarles juegos que sean adecuados a su edad, controlar los tiempos de uso de los medios, crear zonas comunes de uso, establecer normas para su utilización, enseñar a los niños y adolescentes a defenderse de la publicidad engañosa y fomentar el autocontrol.



Marcos A. Ordóñez

La sociedad, la cultura, la economía, la subjetividad colectiva e inevitablemente la salud, se encuentran atravesadas por los medios de comunicación audiovisual y sus mensajes, en un tiempo que se caracteriza por su ineludible omnipresencia. Distintos ejemplos dan cuenta del impacto que generan sobre la salud pública, pero todos en definitiva nos hablan de un vínculo indisoluble entre los grandes medios de comunicación y el mercado.

Podríamos tomar como muestra, desde una perspectiva sanitaria, un aspecto que evidencia de manera contundente y preocupante este nexo entre medios audiovisuales y salud, particularmente en el segmento de niños y adolescentes: la pandemia de sedentarismo, sobrepeso y obesidad con un conjunto de patologías asociadas.

En esto de generar mercados y ganancias a cualquier precio, la industria de la alimentación ha des-



arrollado una multiplicidad de productos, energéticamente densos, ricos en grasas y en azúcares, carentes de nutrientes, pero de altísima rentabilidad. Estos productos han logrado imponerse a través de la publicidad y el marketing, mediante tácticas sofisticadas que apuntan fundamentalmente a los niños, que se han convertido en el target por excelencia. No solo por el gasto directo que ellos realizan, sino también por la influencia que generan en las compras y consumos familiares. Garantizan además una adherencia de por vida a un estilo de consumo y una transmisión generacional de gustos. Negocio más que redondo.



Carlos Gurpegui Vidal

Si antes lo era la televisión, ahora la Red es el nuevo agente de socialización. Como afirman Sarabia y Muñoz, «Internet ofrece a los jóvenes la posibilidad de dominar determinadas habilidades, desarrollar su personalidad y hacer nuevos amigos». Desde esta perspectiva y teniendo en cuenta los diversos determinantes de salud, nos encontramos ante un nuevo escenario de 'ciberculturas juveniles' —como así define Marcelo Urresti—, nuevas formas de comunidad o microcultura donde reformular estrategias de análisis y convivencia con los medios desde lo personal, lo relacional y lo ambiental, para gestionar la nueva cultura de pantallas como un importante activo para la salud, una oportunidad de adquisición de habilidades para la vida y competencias digitales, en la búsqueda siempre de la autonomía y espíritu crítico, tanto individual como colectivo.

**¿Pueden los medios ayudar de alguna forma en la salud de la población, y en particular de niños y adolescentes?
¿Pueden servir como elementos terapéuticos?**



Valeria Rojas Osorio

Los Medios pueden ser una poderosa herramienta para el desarrollo de niños y ado-

lescentes. Se sabe que la televisión edu-entretenida puede promover lectura y habilidades matemáticas, especialmente si el niño está acompañado de un adulto emocionalmente significativo para él. También hay videojuegos creados para generar adhesión a terapias de enfermedades crónicas como asma, diabetes o leucemia en niños. Para patologías específicas como el Déficit Atencional se han creado videojuegos que han demostrado mejorar las habilidades atencionales en los niños que lo juegan media hora diariamente.



Enrique García Sánchez

Sin duda alguna los medios de comunicación pueden y deben ayudar a formar en muchos temas, y por supuesto en el ámbito de la salud, a toda la población en general y a diferentes colectivos en particular como pueden ser niños y adolescentes. Para ello se requiere que el tema que queremos transmitir tenga un formato adecuado al colectivo al que irá destinado, tenga rigor la información aportada y se transmita de forma clara y concisa. Podemos poner como ejemplo como influyen los medios en la percepción de grupos étnicos, en el reparto de roles entre hombres y mujeres, el concepto de belleza y la cirugía estética, etc.

Otro aspecto interesante que ocurre con frecuencia son los numerosos avances en investigación que cada día se anuncian y que en general inducen a error dado que son avances en investigación y se comunican como si fueran ya una realidad y que la población entiende que en poco tiempo existirá un medicamento que va a curar la enfermedad estará disponible en pocos días, semanas o meses (ej. descubrimientos que se comunican cada día en avances del tratamiento del cáncer, SIDA, etc. que son en realidad estudios más o menos avanzados que se publican en revistas científicas pero que tardarán años en ser una realidad si es que alguna vez llegan a serlo y que tal y como se suelen informar estas noticias dan a entender que son terapias que estarán disponibles en poco tiempo).



Marcos A. Ordóñez

Médico Cirujano, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina, especialista en Medicina General y Familiar. marcos.salud@gmail.com

Magíster en Salud Sexual y Reproductiva. Director de la revista: Cuadernos para la Emancipación Salud y Educación. Productor de contenidos y conductor del programa televisivo: Entramados para la Inclusión. Co-conductor del programa televisivo: Principio Activo: Salud.





Carlos Gurpegui Vidal

Profesor consultor de Multimedia y Comunicación en la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) carlosgurpegui@mail.com

Máster en Comunicación Corporativa e Institucional Digital Web 2.0 por la Universidad de Alcalá. Periodista. Miembro de la Unión Internacional de Promoción de la Salud y Educación para la Salud. Coordinador técnico de Pantallas Sanas, Cine y Salud del Gobierno de Aragón. Director del Festival Aragonés de Cine y Mujer y del Festival Internacional de Videoclip de Alcañiz.



Marcos A. Ordóñez

Nuestra capacidad de simbolizar, propia de los seres humanos, hace a la comunicación un elemento central de nuestra existencia. Sobre este hecho los medios utilizan sus mensajes para construir representaciones y cultura en el colectivo social, determinando hábitos, costumbres, conductas y formas de relacionarse. Sin embargo, los medios solo son un instrumento, dependerá de la función que se les de o los intereses que los sostengan los que determinarán su capacidad de influir en la salud de manera positiva o negativa.

Sin dudas los medios pueden ayudar en gran medida en la salud de la población y quizás en mayor medida a niños y adolescentes, por ser estos nativos de la cultura audiovisual que está presente en sus vidas de manera constante en sus diversos formatos y soportes. Pero dependerá del efectivo contrapeso que se pueda realizar a las propuestas del mercado y en esto el estado pasa a ser un protagonista central.

- Regulación de la publicidad destinada a los niños (contenidos, horarios y mensajes engañosos).
- Generar contenidos publicitarios y de programación pensados para niños y adolescentes, respetando sus códigos, realidades y gustos estéticos, que promuevan actitudes saludables.
- Campañas *ad hoc* sostenidas en el tiempo
- Contemplar los distintos soportes (TV, ordenador, telefonía celular, etc)
- Fomentar y exigir el compromiso de la industria.



Carlos Gurpegui Vidal

Roberto Rossellini afirmaba desde su pedagogía cinematográfica cómo un espíritu libre no debe aprender como esclavo, lema de Platón en 'La República'. Lo mismo puede y debe suceder con la fenomenología de pantallas, donde ya sea por con-

tenidos o por formas de uso, estos se presenten ante los medios como herramientas de trabajo y transformación. «La promoción de la salud es el proceso que permite a las personas incrementar su control sobre los determinantes de salud y, en consecuencia, mejorarla» (Ottawa, 1986). Medios audiovisuales y web social que son cultura, marcados por la emoción y el sentimiento, que invitan a la reflexión y al cambio. Claro que sí son elementos arteterapéuticos, incluso muchas veces utilizados-

beneficiados de forma no consciente. Las tecnologías audiovisuales y de la comunicación no son sólo un medio de alfabetización, sino también de desarrollo de habilidades y crecimiento personal, que pueden ayudar en el estímulo de la cre-

atividad, la innovación y el empoderamiento, buscando, como la Carta de Ottawa, individuos socialmente activos y participativos y, por tanto, más saludables.

“ Carlos Gurpegui Vidal gestionar la cultura de pantallas como un importante activo para la salud, una oportunidad de adquisición de habilidades para la vida

¿Qué se puede hacer desde la familia y la escuela para que la televisión, los audiovisuales y el mundo de las redes sociales sirvan para lograr una cultura saludable?



Valeria Rojas Osorio

Para un uso saludable es necesario preparar a los niños desde muy pequeños para vivir en esta *Era de los Medios*, comprender la cultura mediática que le rodea y participar en ella activamente. Si bien es necesario dar normas y restricciones respecto a usos y horarios, mucho más importante aún, es promover la autorregulación y el buen uso de la Tecnología, la comprensión, el análisis crítico y, progresivamente, la producción de medios realizada por el propio niño. . Esto se logra a través de la Educación

en Medios, la cual es concebida como un conjunto planificado de actividades que tiene como objetivo la ALFABETIZACIÓN, es decir, el desarrollo de capacidades y competencias para analizar, comprender y evaluar con sentido crítico los mensajes transmitidos por los medios, por un lado, y por otro, el desarrollo y movilización en las personas de capacidades y competencias para el acceso, manejo técnico y uso eficaz de los medios. Estos programas deberían integrarse a todos los niveles de la educación y en los programas de formación a lo largo de la vida.



Enrique García Sánchez

Será muy importante que el contacto entre las familias y los centros educativos fuera fluido y permanente. En el entorno familiar se deben potenciar estilos que favorezcan el buen uso de la televisión y los medios audiovisuales, realizar actividades conjuntas con los hijos ayudándoles a seleccionar los programas y a comentarlos para fomentar que puedan distinguir la entre realidad y ficción, comprender la información recibida y discutir sobre modelos inapropiados.

En el caso de la televisión, desgraciadamente, la cultura imperante en estos momentos es el todo vale y lo único que importa son las audiencias. Además las televisiones públicas no cumplen con el objetivo primordial que debería ser informar con imparcialidad y profesionalidad, educar y entretener sobre todo en estos momentos que, al menos las televisiones estatales no tienen publicidad y por tanto la importancia de las audiencias pasa a un segundo plano.

Otro aspecto que puede ser eficaz es organizarse e intentar crear plataformas a través de Internet que

promuevan la recogida de firmas e intenten sensibilizar a la clase política (en el caso de las televisiones públicas) y a los empresarios (en las privadas) sugiriendo franjas horarias adecuadas para emitir programas que promuevan una cultura saludable. Puede ser muy eficaz actuaciones similares a las llevadas a cabo desde diferentes colectivos como la Plataforma de Infancia que reclama ante el Consejo de Medios Audiovisuales que garantice los derechos de la infancia en televisión (<http://plataformadeinfancia.org>).



Marcos A. Ordóñez

Aquí se presenta un problema que nos trasciende, porque esta transmisión de modelos culturales invade todos los ámbitos, todos los espacios y no deja intersticio sin ocupar. La cultura manda, dictamina, exige, e incluye o excluye según seas parte o no de ella. Por lo tanto la familia y la escuela no quedan al margen.

Naturalmente familia y escuela deberían ser los reductos de contención y protección ante el bombardeo mediático, ejerciendo el contradiálogo en aquellos aspectos que ameritan su intervención.

Esto requiere de una capacidad de lectura crítica de los mensajes, que muchas veces no se tiene o no se ejercita.

Aún así la familia desde su propio espacio debería equilibrar esta desigual influencia tratando y analizando contenidos en conjunto, para que los niños/as puedan tener otra mirada y análisis para cotejar el exceso

**“ Valeria Rojas Osorio
deben ser los países
quienes implanten Políticas
Públicas que determinen
cómo deben actuar los medios**



de información que reciben. También desde el ejercicio de la ciudadanía mediante el reclamo y la participación activa en la exigencia de medidas y acciones contra aquellos contenidos que resulten nocivos.

La escuela por su parte podría ser de gran aporte si se delimitan políticas educativas que contemplen el panorama actual y las nuevas necesidades con abordajes actualizados.



Carlos Gurpegui Vidal

Los mediadores, la escuela y la familia, padres y madres, como inmigrantes digitales debemos hacer un esfuerzo inicial y cotidiano para acercarnos a los nuevos contextos, aportando criterios e invitando a valores. Poco a poco nos sorprenderemos al ver cómo se van cayendo multitud de mitos sobre nuestros 'nativos digitales'. Somos el principal referente en las conductas de nuestros hijos e hijas. Acompañamiento apoyado en el observar, com-

partir, preguntar mutuo, educando al adolescente en una responsabilidad prospectiva y capacitante ante las nuevas realidades de la multitarea, gestión de la comunicación y demás competencias digitales. Creo que los principales retos pasan por la construcción de una nueva identidad y reputación de la adolescencia, el establecimiento de una protección que invite a la promoción de la salud, la generación de buenas prácticas de coeducación y resolución de conflictos, la potenciación de habilidades ante la nueva

**“ Enrique García Sánchez
Es muy importante que el contacto entre las familias y los centros educativos sea fluido y permanente**

forma de entender el emprendimiento, y el desarrollo de entornos saludables abiertos y conectados. Retos tareas a las que familia, escuela y medios están más que llamados.

¿Qué responsabilidad tienen los medios en la transmisión de hábitos saludables?



Valeria Rojas Osorio

Los Medios en sí mismos no son responsables, ya que la gran mayoría de ellos están movidos por la fuerza del marketing y consumo, de tal manera que deben ser los países quienes determinen Políticas Públicas respecto al uso que le van a exigir a aquellas corporaciones o empresas de los Medios que lucran a costa de la calidad. El espectro electromagnético de la TV Digital es un bien nacional de uso público, de tal manera que al ser entregado a las Concesionarias, el Gobierno debería exigir a cambio una preocupación de estas señales por la calidad de lo entregado.

En estos momentos lo que domina a los Medios es la publicidad y el lucro. Recientes estudios realizados informan que la publicidad es una influencia omnipresente sobre niños y adolescentes, quienes se ven expuestos a más de 40 mil avisos cada año sólo en televisión. Esta sobreexposición influye en el desarrollo de niños y jóvenes en los siguientes aspectos:

1. Obesidad: Un 70% de la publicidad para niños en TV es de comida chatarra lo cual según numerosas investigaciones tiene una relación directa con el aumento de obesidad en Chile.



2. Bienestar emocional: existen profundos vínculos entre la inmersión en la cultura del consumo y la depresión, ansiedad, baja autoestima, y conflictos con padres.

3. Trastornos en auto-imagen y el comportamiento sexual.

4. Manejo adecuado del dinero: niños abandonan la escuela secundaria sin un conocimiento básico de las cuestiones relacionadas con el ahorro y el endeudamiento.



Enrique García Sánchez

La respuesta de la primera pregunta sirve como preámbulo e ilustra a la perfección la importancia y la responsabilidad que tienen los medios de comunicación en la vida cotidiana.

Sin duda los medios tienen una gran trascendencia en la transmisión de hábitos saludables aunque esta responsabilidad debería recaer básicamente en la familia y en parte, en los centros escolares dado que los alumnos pasan allí muchas horas y realizan numerosas actividades. Pero también es cierto que los niños y adolescentes no pueden estar aislados de la influencia de los medios y por lo tanto tienen acceso a gran cantidad de información que le viene suministrada por los medios de comunicación, sobre todo televisión y a partir de una franja de edad por las revistas juveniles a las que tienen acceso.

Por tanto, asumiendo que los medios tienen una gran importancia debemos atribuirles una alta responsabilidad. En este punto de inflexión sería necesario analizar la información que se le ofrece y si cumple o no unos estándares éticos, profesionales y de calidad. Sería importante que todos nos hagamos algunas preguntas como: ¿La información o el problema que se plantea está bien planificada? ¿Tiene interés para estas franjas de edad? ¿Es correcta la información que dan los medios de información? ¿Han contado con asesores y expertos en el tema? ¿Se está utilizando el formato adecuado?



Marcos A. Ordóñez

La responsabilidad de los medios en este contexto es muy grande, nuestra manera de mirar y percibir el mundo se encuentra formateada por una estética y una lógica que los medios, desde el cine hasta las nuevas tecnologías audiovisuales, han ido constituyendo en el tiempo. No existe capacidad de imaginación, pensamiento o creatividad por fuera de las estructuras culturales en las que nos hemos desarrollado. Y las nuevas generaciones desde que nacen habitan el espacio de una cultura de la imagen y el sonido.

Con contenidos preestablecidos, envasados, recortados, exaltados o minimizados, los medios dejaron de ser solo un registro de la realidad y una manera de contar historias, para encarnar a partir de los intereses de la industria, de la economía y de la política, un rol de fabricante de realidades y tendencias.

Por eso dependerá de los intereses que sostengan sus contenidos, su responsabilidad en la transmisión de hábitos saludables. Sin son los del mercado difícilmente la salud aparezca como una prioridad. Pero si son los de la responsabilidad civil y los del bien común, podrían jugar estos un papel fundamental en la salud poblacional.

**“ Marcos A. Ordóñez
La responsabilidad civil y el bien común, podrían jugar un papel fundamental en la salud**



Carlos Gurpegui Vidal

Como antes sucedía especialmente con la publicidad, este es un buen momento para poder comentar lo que se encuentra detrás de los medios y de las tecnologías: mercados y costes, intereses creados, modelos de vida y de consumo, sociedad de la apariencia y cultura del éxito, etc. Sin quitar responsabilidad al ejercicio de la ciudadanía, los medios de comunicación del XXI tienen más que nunca una gran responsabilidad en el calado de valores y



establecimiento de las reglas de juego. Un compromiso que muchas veces se manifiesta contradictorio en varios pulsos que básicamente se reducen a dilemas de roles entre ser consumidor o ciudadano, jugador o receptor, prescriptor o dinamizador social. Creo que el reto pasaría por dar la oportunidad a los

“ Carlos Gurpegui Vidal noticia es toda información que la gente necesita para tomar decisiones acertadas sobre sus vidas

medios para convertirse en un ‘activo para la salud’, en un recurso que facilite la capacidad de las personas y comunidades para mantener y promover su salud y bienestar. Y por tanto este ejerciera su razón de ser, comunicación de buenas prácticas, ante los significados de la nueva audiencia. Porque no olvidemos que noticia es la información sobre una ruptura del flujo normal de los eventos, una interrupción de lo esperado, pero también —y sobre todo— noticia es toda la información que la gente necesita para tomar decisiones acertadas sobre sus vidas”.

¿Cómo puede ayudar el cine en la información sobre la salud y la enfermedad y en crear hábitos saludables?



Valeria Rojas Osorio

El cine en sí mismo como una forma de arte no tiene un fin de crear hábitos saludables y debería ser libre de tendencias sobre salud, sin embargo, de las diversas temáticas expuestas en el cine podemos rescatar contenidos para darle una mirada desde la salud como un estado de bienestar, no solo biopsicosocial, sino que también espiritual.



Enrique García Sánchez

El cine y la televisión son dos canales eficaces para crear hábitos saludables. El cine

lo entendemos como entretenimiento pero a lo largo de la historia se ha utilizado también con otros fines: *propaganda política* (Roberto Koch, *el vencedor de la muerte/ Robert Koch, der Bekämpfer des Todes*, 1939), divulgación histórica (*La tragedia de Louis Pasteur/ The story of Louis Pasteur*, 1935), denunciar situaciones poco éticas (*El experimento Tuskegee/ Miss Ever's Boys*, 1997) o formativos (se pueden ver numerosas experiencias que han sido publicadas en la **Revista de Medicina y Cine**).

¿Por qué utiliza el cine la salud y la enfermedad en sus guiones? El séptimo arte se nutre de historias humanas. En las historias humanas el enfermar y la enfermedad juegan un papel muy importante. La realización de una obra cinematográfica implica tenerlas en cuenta, bien como ambientación, para hacer una historia creíble, o como núcleo central del argumento. Si en el devenir de la vida humana la enfermedad irrumpe de vez en cuando e indefectiblemente en su final, igual ocurre en el cine.

¿Por qué la medicina se ha interesado por el cine? El cine y la televisión son sin duda dos medios de gran impacto social y tienen enormes posibilidades para informar, divulgar mensajes y formar a la población. En la era preantibiótica numerosas películas mudas y sonoras fueron utilizadas para alertar de los peligros de la sífilis y como evitarla. La irrupción del SIDA determinó el estreno de numerosas cintas con esta temática en las que están presentes numerosos aspectos informativos y educativos. Lo mismo podría decirse de otras patologías.



Marcos A. Ordóñez

Los tiempos narrativos del cine presentan ventajas comparativas para pensarlo como una estrategia en salud. Al distanciarse del vértigo y las resoluciones rápidas de los contenidos hechos para televisión, el cine permite un tiempo para la reflexión y pierde la intencionalidad directa de las campañas de salud que en general carecen de llega-



da sobre niños y adolescentes. Nada más potente que una historia de vida, para lograr sensibilizar sobre una temática. Los distintos géneros cinematográficos al igual que las nuevas técnicas como la animación digital podrían transformarse en herramientas ideales para informar y concientizar de una manera distinta. La identificación con los personajes, las historias que rozan los contextos las realidades y las vivencias de estos grupos etarios entregan credibilidad a los mensajes. El cine presenta un potencial excepcional para trabajar tanto en salud como en educación. Numerosos títulos del cine dan cuenta del valor agregado que presenta este formato.



Carlos Gurpegui Vidal

Como lúcidamente afirma Ryszard Kapuscinski, «cada vez más historias virtuales ocupan el lugar del mundo real en nuestro imaginario». «Salud es aquella manera de vivir que es autónoma, solidaria y profundamente alegre» (Gol, 1978). Y el cine como gran medio es capaz de ejercer, a través de sus historias y sus personajes, los tres principales modelos de la educación para la salud: informativo (conocimientos), motivacional (conductas) o participativo (desarrollo y cambio). Los tres modelos son caminos de creación de capacidad, invitación a metáforas y moralejas, actitudes y buenas prácticas, en definitiva comportamientos, valores y compromisos que hacen del relato cinematográfico mentor privilegiado de multitud de fines nobles. Así recuperaremos un cine aura, esencia, que aunque no vaya siempre a lo trascendente de lo cotidiano —como hacían algunos de los maestros como Yasujiro Ozu o Carl Theodor Dreyer—, al menos recupere su razón moral de ser, aborde el género que sea. Un cine-aventura que ofrezca y revalide su compromiso con la alegría de vivir.

¿Hay experiencias y hechos concretos que se puedan relatar en relación con la relación entre salud y medios de comunicación?

¿Hay experiencias y hechos concretos que se puedan relatar en relación con la relación entre salud y medios de comunicación?



Valeria Rojas Osorio

Hay numerosas experiencias, por ejemplo cuando en telenovelas se han introducido propositivamente temas como embarazo adolescente, enfermedades de transmisión sexual, uso de anticonceptivos, esto ha generado cambios cuantitativos en índices de salud en relación a dichos tópicos. El usar la TV como una herramienta de salud pública, es una oportunidad despreciada por muchos países.



Enrique García Sánchez

Existen varios medios escritos (prensa diaria y revistas) que semanalmente ofrecen secciones de salud. Entre los primeros podemos citar las secciones que ofrecen los periódicos El País, El Mundo, etc. En cuanto a las revistas semanales se pueden citar: Hola, Pronto, Cuore, etc.

También están disponibles en la red revistas de carácter científico y humanístico que ofrecen experiencias docentes como puede ser el caso de la Revista de Medicina y Cine (<http://revistamedicinacine.usal.es>), publicación on-line, gratuita y de publicación trimestral, la revista Comunicar (<http://www.revistacomunicar.com>), etc.

Otras experiencias pueden ser las páginas web (<http://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/salanova.htm>)

o blogs (<http://medicinaycine.blogspot.com.es>).

¿Cuál es la diferencia entre el primer bloque y el resto? Básicamente el rigor con el que se tratan los temas y el tratamiento informativo/formativo. Sin duda, en términos generales las revistas científicas y humanísticas y determinadas páginas web y blogs ofrecen una información contrastada, realizada por expertos en el tema y orientada a comunicar una información a un colectivo concreto. En el caso de los diarios y re-



vistas semanales no siempre se cumplen estos parámetros ya que con frecuencia se dan informaciones sin contrastar con expertos, no siempre tienen un formato accesible a los potenciales clientes, en ocasiones inducen a error y no suelen discriminar grupos de interés.

Si se introducen en Google las palabras cine, salud y medicina podemos encontrar numerosos ejemplos de relación entre los medios de comunicación y la salud/enfermedad.



Marcos A. Ordóñez

Al igual que algunas enfermedades, la salud puede transmitirse culturalmente y es aquí donde los medios adquieren un rol protagónico y en donde la controversia mercado/salud se evidencia nuevamente. En la Argentina a partir del año 2003 la comunicación se transformó en política de estado, con una fuerte inversión en los medios estatales y en la creación y financiación de señales educativas y culturales de alto nivel realizativo. Se inauguró la televisión digital abierta con señal a todo el país y con entrega de decodificadores de manera gratuita a los sectores más vulnerables. Estos medios públicos pasaron a ejercer un contrapeso cultural de los grandes medios privados monopolizados. Con propuestas independientes del mercado, que hacen hincapié en la cultura, en las realidades locales y en las necesidades de cada rincón del país. Desde estos medios se promueven campañas en salud, se promueven hábitos y conductas saludables y se fomenta la solidaridad y la inclusión, con fuerte hincapié en el derecho a la información, la cultura y la salud de todos los habitantes. Sumado a esto se aprobó una *Ley de Medios*, aún en discusión a nivel de la justicia, que propone entre varios puntos evitar el monopolio de los medios diversificando las voces y la regulación de aquellos contenidos que puedan resultar perniciosos para la salud.



Carlos Gurpegui Vidal

Educar para la salud con las Nuevas Tecnologías pasa por tener hábitos saludables de consumo, sociabilidad y emociones en este nuevo entorno, actitudes y conductas donde el joven usuario se cultive y disfrute de la convivencia con las pantallas. Desde las iniciativas socioeducativas Pantallas Sanas (www.pantallassanas.com) y Cine y Salud (www.cineysalud.com) de la Dirección General de Salud Pública del Gobierno de Aragón, tras más de doce años de trabajo de base desde la Educación Secundaria, podemos compartir la belleza de multitud de buenas prácticas de 'ver cine y hacer cine' o multimedia, de construir pantallas y realidad y, desde ahí, profundizar en relaciones, emociones, adicciones, afectos, sexualidad, alimentación y vida cotidiana, multitud de variables de salud que los nuevos adolescentes prota-

gonizan en directo, online y de forma abierta ante este nuevo milenio de la comunicación. Nuevos mensajes devueltos a sus iguales a partir de la creación de cortometrajes y piezas para enriquecer debates y ganar en empoderamiento, gracias al audiovisual como herramienta privilegiada.

Otras aportaciones que se deseen hacer a este debate



Valeria Rojas Osorio

Los niños nacen y crecen en una cultura altamente mediatizada. La sociedad del conocimiento - con el avance explosivo de las tecnologías de información y comunicación- ha producido profundas transformaciones en el desarrollo de niños y jóvenes en aspectos conductuales, pedagógicos, morales, sexuales, nutricionales, etc. No basta sólo con regular (que siempre es muy necesario), sino también debemos preparar a los niños a vivir en la cultura mediática que los rodea, de tal manera que ésta favorezca su desarrollo pleno .



Enrique García Sánchez

Sería importante que los medios audiovisuales tuvieran en cuenta a la hora de tratar temas de salud y enfermedad que:

- La información debe estar contrastada
- Se debe contar con expertos en cada tema
- No deben inducir a error en la interpretación de la noticia
- Debe ser aconsejable dirigirla y adaptarla a la edad o características de la población
- No generar falsas expectativas ni alarmas injustificadas



Carlos Gurpegui Vidal

Creo que el momento actual por el que atravesamos está marcado por la interactividad, especialmente condicionada por la afirmación de la identidad y sus afectos. Como afirman Estrella Martínez y Rosario Segura, una interactividad que tiene especial relación con el desencadenamiento de las emociones, con la inmediatez y su rapidez, con la personalización en diversidad de contextos lúdicos y de tarea, y con la participación, piedra angular de la web social, reformulada ahora como una invitación continua a interactuar. En la medida que sepamos acompañar esta 'gestión de la interactividad' —y me atrevo a decir de 'sus diversos vínculos'—, habremos tenido éxito en nuestra misión vocación como socioeducadores en este paradigmático, apasionante y sorprendente rol que nos ha tocado y toca desempeñar.