

[MEDIOS Y SALUD]

TRES PERIODISTAS Y SU MIRADA SOBRE LA COMUNICACIÓN EN SALUD

Nora Bär, Valeria Román y Mariana Carbajal conversaron en la Universidad sobre los desafíos del periodismo en la cobertura de los temas de ciencia y salud en tiempos de Internet; las demandas del público y la novedad de los fraudes científicos



Ginés González García, rector honorario de la Universidad ISALUD, junto a las periodistas Valeria Román, Mariana Carbajal y Nora Bär

Hace 20 años solo el 12% de los estadounidenses buscaba noticias online y hoy son el 81%, y 6 de cada 10 las obtienen de las redes sociales. Un ejemplo que trasciende las fronteras de todo un cambio de época en el hábito de informarnos y de cómo llega el conocimiento a los ciudadanos. En ese contexto y en el marco de su XXVº Aniversario, la Universidad ISALUD convocó a una jornada en donde se debatió la relación de los medios de comunicación y la salud. “En los últimos 25 años, la presencia de la salud en los medios se hizo cada vez más importante y el periodismo se ha transformado en una de las herramientas clave para enten-

der la vida democrática”, destacó el rector honorario de la Universidad ISALUD, Ginés González García, en la apertura de la jornada y antes de la presentación previa de las tres periodistas invitadas y referentes en el área: Nora Bär (La Nación), Mariana Carbajal (Página 12) y Valeria Román (Clarín).

Periodista científica y editora de Ciencia y Salud de La Nación, Nora Bär planteó uno de los problemas que más preocupan en la relación entre periodismo y salud que es la necesaria toma de distancia de ciertas revelaciones tanto en el campo científico como de las publicaciones: “La posición nuestra era un tanto

diferente e íbamos a ver a los especialistas como si nos hablaran desde un púlpito y lo que nos decían era considerado palabra santa pero dos décadas y media después, cientos de retractaciones de *papers* científicos, de cambios de opinión en consejos médicos y de algunos tantos fraudes nos llevaron a una posición en la que, hoy, estamos más escépticos y un poco más distantes y cautos”.

Pero admitió también que en estos 25 años donde cambió también la circulación de noticias y en cómo se toman esas noticias, tanto el lector como el ciudadano común empezaron a ver con ojos más críticos aquello que en los medios aparecía en ne-

gro sobre blanco y era tomado como indiscutible: “Hoy todos estamos en tela de juicio y frente a esa mirada sensacionalista que persiste en las redacciones, hay grises”, opinó Bär. La información en “tono de gris” es un desafío para los periodistas científicos, en particular, al trabajar en el seguimiento de temas donde no hay un consenso unánime y abundan los matices y riesgos potenciales.

A modo de ejemplo, el abordaje del virus zika en los medios puede tomarse en tono de gris porque ni los propios científicos se han puesto de acuerdo sobre los principales efectos o modos de acción frente a la infección causada por la picadura de mosquito: “Haciendo una rápida revisión del New York Times –apuntó la periodista– se tienen 700 notas o menciones acerca del zika y si uno



“Hoy todos estamos en tela de juicio y frente a esa mirada sensacionalista que persiste en las redacciones, hay grises”

Nora Bär

las lee con detenimiento va a encontrar que las contradicciones abundan. Los mensajes que empezaban a circular eran alarmantes y daban lu-

gar a políticas de salud que incluso hasta los especialistas e infectólogos criticaban fuertemente”.

Incertidumbre

¿Cuáles son los consejos de la OPS sobre la comunicación del riesgo y que también tiene que ver con la incertidumbre? En primer lugar, ponerse en el lugar del público; segundo, no tener miedo de asustar un poco o despertar cierta alarma; y tercero, reconocer tanto lo que se sabe como lo que no se sabe. Con respecto al segundo ítem, Nora Bär advirtió que es preferible ser cautelosos porque “se pueden generar situaciones no deseadas como cierta aglomeración en las guardias, hecho que suele acontecer al anunciarse una posible epidemia (como en el caso de la Gripe A, por ejemplo): “Tal vez no podamos dar

Brindamos servicio a más de 40 instituciones, obras sociales, mutuales y entidades intermedias que confían en nuestra empresa la cobertura de sus afiliados. Ofrecemos programas de prevención y educación en el cuidado de la salud, con responsabilidad, compromiso e innovación.

Contamos con una red de prestadores en todo el País, dando respuestas en el ámbito local y regional a cada una de las necesidades médico-asistenciales.

Visitar, una solución adaptable a cada necesidad.



011-5552-0000

Av. San Martín 3244, (B1604DEO), Florida Oeste, Poia. de Buenos Aires
comercial@visitar.com.ar, www.visitar.com.ar

noticias concluyentes y solo podamos publicar incertidumbres –advierde Nora Bär– pero eso es más veraz y leal con el público que desvirtuar conocimientos que no arrojan consejos que se puedan llevar a la práctica o ahondan el problema. Hay que ser escéptico –a secas– y dejar de lado términos como cura mágica y no caer en el infantilismo de pregonar el triunfalismo científico como si la ciencia tuviera la respuesta de todo porque hacerse adulto es, también, aprender a vivir con la duda y la incertidumbre”.

Mariana Carbajal viene abordando en el periodismo gráfico y televisivo temas que tienen que ver con los derechos de la mujer, la niñez, la adolescencia y dentro de estos uno de los ejes en los que viene batallando es por los derechos sexuales y reproductivos, que son derechos humanos, desde la premisa de que los medios de comunicación forman opinión. Las pautas de comportamientos que proyectan pueden contribuir a mantener y perpetuar las relaciones de desigualdad entre los hombres y mujeres o favorecer la construcción de otro significado en beneficios de



**“Hay que informar teniendo en cuenta la evidencia científica”
Valeria Román**

lograr la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres: “Yo me inscribo en esta senda del periodismo de promover otros significados en pos de lograr una sociedad con igualdad de oportunidades”, destacó Carbajal. El ángulo que se elige para contar una historia o la simple imagen para ilustrar una nota ponen a prueba la mano del editor que debe librar estas pulseadas diarias en una redacción. Mariana Carbajal citó el caso de la cobertura de una adolescente que a los 16 años iba a dar a luz a trillizos por segunda vez (y era también ya madre de otro hijo), cuya crónica fue presentada en un matutino importante con la siguiente volanta: “Un fenómeno de fertilidad de la que habla toda Córdoba”. Se elige la instalación de una historia “desde el fenómeno, el sensacionalismo”. Y ¿cuál era la otra historia que no se contaba? “La de la vulneración de los derechos –apuntó Carbajal– porque en ese entonces no había una ley de anti-concepción quirúrgica como un derecho y para la mirada del diario era un fenómeno de fertilidad y quedaba por fuera la mirada social, humana, sobre el lugar de esta adolescente en la sociedad y el que el Estado le estaba ofreciendo en ese momento de la vida”.

Bioética

Para la periodista Valeria Román también el problema es cómo se cuentan esas historias: “Los periodistas tenemos distintas miradas y el tema es cómo usar la bioética o los contenidos en el tratamiento o la selección de noticias que se cuentan. Mucho tiene que ver en qué cosas incluimos y cómo las contamos. Cuando informamos sobre las enfermedades tenemos que pensar cuánto estamos violando el derecho a la intimidad. Hay mucha discusión al respecto, de famosos que tienen una enfermedad y no quieren contar



**“Yo me inscribo en esta senda del periodismo de promover otros significados en pos de lograr una sociedad con igualdad de oportunidades”
Mariana Carbajal**

y para mí están en todo su derecho si no lo quieren hacer. En la comunidad de periodistas es un debate pendiente, se dice que si la información está hay que contarla y yo no creo que tengamos esa obligación”.

Román se refirió a un tema puntual como el del turismo sobre las células madre, un tema que desde 1998 se vienen realizando investigaciones como posibles tratamientos para distintas enfermedades: “Se generan muchas expectativas que aún no fueron satisfechas, y hay personas que tratan de sacar provecho de toda esa situación y se promueven clínicas donde se ofrecen “terapias” con células madres. Así se genera una expectativa en torno a un tratamiento o forma de controlar determinadas enfermedades que hoy no tienen cura. Hasta se organizan campañas para juntar dinero y en el interior de los medios se plantea la situación si eso está bien o no que se difunda porque son cuestiones experimentales y muchas veces no son ensayos clínicos probados. Hay que informar teniendo en cuenta la evidencia científica”. [U](#)