

EDITORIAL

COMUNICACIÓN Y SALUD

PETER BUSSE, Universidad de Lima, Lima, Perú (pbusse@ulima.edu.pe)

SERGIO GODOY, Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, Chile (sgodoye@uc.cl)

La comunicación en salud es un tema relevante y consolidado en todo el mundo; sin embargo, es débil en las escuelas de comunicaciones y de salud pública de América Latina, donde ambas disciplinas casi no conversan entre sí, salvo en materias muy específicas. Este número especial de Cuadernos.info busca llenar este vacío ofreciendo una serie de artículos que tratan tanto de cuestiones teóricas como prácticas en esta área, enfocándose en Iberoamérica.

La comunicación en salud ha sido definida como el arte y las técnicas para informar, influir y motivar al público sobre temas de salud relevantes desde la perspectiva individual, comunitaria e institucional. Se ocupa de la prevención de enfermedades, las políticas de salud y el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades y los individuos. Como su propio nombre lo indica, es un campo totalmente multidisciplinario: además de ciencias de la salud y de la comunicación, se enriquece con la antropología, la sociología, la psicología, la neurociencia y la ingeniería, entre otras disciplinas. Ninguna de estas especialidades puede abordar por sí sola los problemas y desafíos que emergen de este territorio mixto. Naturalmente, nos ocupamos de asuntos relacionados con la creación y la reproducción de sentidos entre diferentes actores, a través de diferentes medios de comunicación.

El campo surgió gradualmente en los últimos 50 años. En Estados Unidos, la Asociación Internacional de Comunicación (ICA), con sede en Washington D.C., creó un grupo de comunicaciones terapéuticas en 1972, que en 1975 cambió su nombre a comunicación para la salud (*Health Communications*). La

nueva denominación fue más allá de la relación interpersonal médico-paciente para incluir especialidades como la comunicación organizacional, la creación de contenidos, la persuasión, el marketing social y los efectos de los medios de comunicación. En el año 1989 se fundó *Health Communication*, una de las revistas más antiguas y reputadas del mundo en la especialidad, y desde entonces el campo ha crecido enormemente. La prevención de la salud, en particular, es muy relevante considerando los crecientes costos de la salud médica curativa.

Existen al menos tres rasgos muy poderosos de la comunicación en salud que justifican este esfuerzo editorial. El primero es su profundidad teórico-académica y su alcance, dada la riqueza de cada disciplina particular implicada –ya sea aislada o en conjunto con otras– y la complejidad de los fenómenos que trata. La segunda se refiere a las vastas dimensiones de interés público del campo, ya que la salud es una dimensión que afecta a todos y requiere de una amplia gama de instrumentos de política pública, tanto a nivel nacional como internacional. Por último, tiene una enorme importancia económica: para el erario público, que paga por los sistemas de salud sobreestresados, y para todos los actores privados involucrados, ya sean beneficiarios o pacientes –un concepto cuestionable en sí mismo– o aseguradoras de salud y empresas de la industria farmacéutica, entre otras.

Por lo tanto, hay una necesidad y una oportunidad para discutir sobre la comunicación en salud al más alto nivel, mediante una revista que tradicionalmente se centra en el estudio de la comunicación. Los trabajos presentados en esta

edición proceden de diferentes partes del mundo y fueron seleccionados con mucho cuidado. Estamos orgullosos de presentarlos a la comunidad académica.

El artículo de Abril asume el Modelo de Mediación de la Comunicación para enmarcar el rol de la comunicación interpersonal como motivadora de conductas de donación de sangre en Colombia. Por su parte, la contribución de Fernández-Gómez y Díaz-Campo caracteriza a las estrategias de comunicación de los medios sociales de organizaciones sin fines de lucro que luchan contra el cáncer en Argentina, Chile, Colombia y España. Desde una perspectiva institucional, Perelló-Oliver, Muela-Molina y Hormigos-Ruiz examinan sistemáticamente las quejas recibidas entre 2010 y 2015 por la entidad española autorreguladora de la publicidad, para evaluar su eficacia en la corrección del contenido de publicidad engañosa y la publicidad de productos con supuestos beneficios para la salud. En el artículo de González de Garay, Frutos y Del Arco se aplica el análisis de contenido a las representaciones de las enfermedades en la serie de televisión española Hospital Central emitida entre 2000 a 2012, información que se compara con los datos de salud de la población nacional durante el mismo período. Por último, y como parte de un proyecto más amplio, Condeza y sus colegas dan a conocer los resultados de la investigación formativa acerca de la necesidad de una comunicación preventiva de la salud en una muestra de adultos mayores de Chile y proponen nuevas rutas en la agenda de investigación del campo de comunicación y salud en América Latina.

Adicionalmente, los invitamos a revisar los ocho artículos que hemos incluido en la sección Temas Generales, que dan cuenta de la variedad de contenidos que se están investigando en Iberoamérica. En este apartado, encontramos dos trabajos centrados en el mundo del periodismo, uno enfocado desde el análisis de exclusivas (Lamelas, Pont-Sorribes y Alsius) y otro centrado en la problemática sobre la calidad informativa (Gómez-Domínguez, Aguilar, Villanueva-Baselga y Sánchez). Desde una perspectiva centrada en el uso, apropiación y significación de nuevos espacios comunicativos encontramos el trabajo de Igartua y Rodríguez de Dios sobre los motivos de uso de Facebook de los jóvenes en España, el de Hidalgo-Mari y Sánchez-Olmo sobre el uso de YouTube por parte de mujeres fans de determinadas series de televisión, y el de Del Moral y Guzmán sobre las potencialidades y riesgos comunicacionales de jugar CityVille. Por otro lado, los estudios de Gómez y Cabeza (sobre los newsgames desarrollados a partir de un caso de corrupción política en España) y de Guerrero-Pico y Scolari (sobre la narrativa transmedia y los crossovers) exploran las capacidades de los usuarios de las nuevas tecnologías para generar nuevos contenidos. Finalmente y desde una perspectiva completamente distinta, los invitamos a leer el trabajo de Aguilera y Saa sobre la normalización de lo juvenil en la revista chilena Margarita.

Esperamos que este número, que aborda fenómenos de comunicación a través del individuo, la comunidad y las instituciones, constituya un hito en la agenda de investigación en el campo de la comunicación y, especialmente, en el de la comunicación y la salud en nuestra región.

EDITORIAL

HEALTH COMMUNICATION

PETER BUSSE, Universidad de Lima, Lima, Perú (pbusse@ulima.edu.pe)

SERGIO GODOY, Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, Chile (sgodoye@uc.cl)

Health communication is an established, relevant topic throughout the world, but comparatively weak in many Latin American schools of communications and public health, where both disciplines hardly talk to each other, except for very specific matters. This special issue, number 38, of *Cuadernos.info* wants to fill this gap by offering an array of articles dealing with practical and theoretical issues in this area, with focus on the Ibero-American region.

Health communication is defined as the art and techniques to inform, influence and motivate audiences about relevant health issues from an individual, community and institutional perspective. It deals with disease prevention, healthcare policies and improving the quality of life of communities and individuals. As its name suggests, it is a multidisciplinary field: aside from health and communication sciences, anthropology, sociology, psychology, neuroscience, engineering, and others disciplines, enrich it. None of these specialities can deal by itself with the problems and challenges emerging from this mixed territory. Naturally, we deal with issues involving the creation of meaning and reproduction among different actors by different means of communication.

The field emerged gradually in the last 50 years. In the United States, the International Communication Association, based in Washington D.C., created a group of Therapeutic Communications in 1972, which changed its name

to Health Communications in 1975. The new denomination went beyond the medical-patient interpersonal relationship to include specialities such as organizational communications, content creation, persuasion, social marketing and mass media effects. Health Communication, one of the world's oldest and most reputed journals in the speciality, was founded in 1989; since then, the field has grown enormously. Health prevention, particularly, is extremely relevant considering the rising costs of curative medical healthcare.

There are at least three very powerful traits of health communication that justify this editorial effort. The first is its theoretical/academic depth and reach, given the richness of each particular discipline involved—either isolated or as a mixture—and the complexity of the phenomena it deals with. The second attribute is the vast public interest dimensions of this field, since health affects everybody and requires a full array of policy instruments, both nationally and internationally. Finally, it has an enormous economic significance: both for government expenditure, which pays for the overstressed healthcare systems, and for the private actors involved, beneficiaries and patients—a questionable concept—, or for health insurance companies, the pharmaceutical industry and others profit businesses.

Therefore, there is a need and an opportunity to discuss health communication at the highest standard from a traditionally communications-only journal. The works presented

in this issue came from very different parts of the world, and were thoroughly selected. We are proud to present them to the academic community.

The first article, by Abril, assumes the Communication Mediation Model to frame the role of interpersonal communication as a motivator for blood donation behaviours in Colombia. In the second contribution, Fernández-Gómez and Díaz-Campo characterize the social media communication strategies of non-profit organizations that fight cancer in Argentina, Chile, Colombia and Spain. González de Garay, Frutos-Esteban and Del Arco apply, in the third article, content analysis to the representations of illnesses in the Spanish TV series *Hospital Central* from 2000 to 2012, and compare that information with national population health data during the same period. From an institutional perspective, Muela-Molina, Perelló-Oliver and Hormigos-Ruiz systematically examine the complaints received by the Spanish self-regulatory organization for advertising between 2010 and 2015, in order to assess its effectiveness in correcting misleading advertising content and the advertising of products with alleged health benefits. Finally, and as part of a larger project, Condeza and her colleagues report formative research findings about the need for preventive health communication in a sample of Chilean seniors, breaking grounds in the health communication research agenda of Latin America.

In addition, we invite you to review the eight articles included in the section *Other Topics*, which demonstrate the variety of research topics in Latin America. In this section there are two papers focused on journalism, one analyzing scoops (Lamelas, Pont-Sorribes and Alsius) and another about the quality of information (Gómez-Dominguez Aguilar, Villanueva-Baselga and Sánchez). Three additional works focus on the use, ownership and significance of new communicative spaces. The first, by Igartua and Rodríguez de Dios, deals with motivation for the use of Facebook among the Spanish youth; the one by Hidalgo-Marí and Sánchez-Olmo focuses on the use of YouTube by female fans of certain TV series and the last, by Del Moral and Guzmán, is about the communicative potentials and risks of playing *CityVille*. On the other hand, studies of Gómez and Cabeza (about newsgames developed from a case of political corruption in Spain) and Guerrero-Pico and Scolarì (about transmedia narrative and crossovers) explore the capabilities of the users of new technologies to generate new contents. Finally, from a completely different perspective, we invite you to read the work of Aguilera and Saa about the normalization of youth identity in the Chilean magazine *Margarita*.

We hope that this issue, which covers communication phenomena across the individual, community and institutional levels, will mark a milestone, mainly in the health communication research agenda of our region.