

015466383

070.44
med

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SALUD

130009066



José Teodoro del Pozo Cruz
Aránzazu Román San Miguel
Rocío Alcántara López
M^a Reyes Domínguez Lázaro
(Coordinadores)

ASTIGI

Coordinación:

José Teodoro del Pozo Cruz,
Aránzazu Román San Miguel
Rocío Alcántara López
M^a Reyes Domínguez Lázaro

Autores de los textos:

José Teodoro del Pozo Cruz, Aránzazu Román San Miguel,
Rocío Alcántara López, M^a Reyes Domínguez Lázaro,
Juan Turanza, Mónica Petracci, Matías Loewi, Manuel Ángel Calvo
Calvo, Antonio Manfredi Díaz, Joan Carles March Cerdá

I.S.B.N.: 978-84-939541-3-0

Depósito Legal: SE-258-2015

Impreso en Publidisa

Impreso en España

Editorial Astigi, S.L.

C.I.F. B 91154963

Teléfono 954 254 246

editorial_astigi@hotmail.com

c/ Antioquía, 1. Bloque 5, 9º B
41007 Sevilla (España)

CAPÍTULO 4. TRATAMIENTO, LENGUAJE Y TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EFECTIVAS PARA EDUCAR EN SALUD A TRAVÉS DE DISCURSOS AUDIOVISUALES

Dra. María Reyes Domínguez Lázaro¹
Universidad de Sevilla

1.- INTRODUCCIÓN

Son muchas las películas y series televisivas que deciden abordar en sus tramas distintos aspectos relacionados con la salud. A veces, se trata simplemente de reflejar algunas dolencias o enfermedades comunes del día a día como parte de las vidas de los protagonistas que además estudian, trabajan, se enamoran, tienen otra serie de asun-

¹ M^a Reyes Domínguez Lázaro es Dra. en Periodismo y Licenciada en Ciencias de la Información (Rama Periodismo) por la Universidad de Sevilla y actualmente, miembro del grupo de Investigación Estrategias de Comunicación del departamento II de Periodismo de la Facultad de Comunicación de la misma Universidad. Anteriormente, ha trabajado en distintos medios como: ABC, RNE y TVE, y desde febrero de 2002, ha estado ligada a la docencia y a la enseñanza.

tos pendientes, etc. Pero otras veces, los directores de los productos audiovisuales se atreven a ir a más allá y convierten los problemas de salud en el tema principal de sus películas o series televisivas. Cuando esto es así, y además lo que se persigue ofrecer es un enfoque educativo de la enfermedad o problema de salud que permita a cualquier espectador una posible identificación con el personaje o personajes afectados, y transmitir una serie de pautas o consejos a seguir para una aceptación o superación de las distintas patologías, sean del tipo que sea, físicas o psicológicas, es necesario utilizar un lenguaje apropiado, persuasivo y eficaz capaz de llegar a lo más hondo del público, a su razón y a su sensibilidad. Solo así, podremos decir que las técnicas de comunicación empleadas en los discursos audiovisuales son realmente efectivas y cumplen así con su objetivo final de educar para la salud.

2.- COMBINAR ELEMENTOS QUE APELEN A LA RAZÓN, EMOCIÓN Y CONDUCTA DEL PÚBLICO

Un buen mensaje efectivo que pretenda calar en el público debe ser la suma de las tres categorías de efectos existentes: cognitiva, emotiva y conductual.

De hecho, debe tener ciertas dosis de elementos cognitivos que apelen a la razón de los telespectadores, así como elementos emotivos que vayan directos a las emociones y los sentimientos del receptor, sin olvidar la necesidad de incluir mensajes directamente conductuales que indiquen claramente cuál es el objetivo perseguido y cómo se espera que quien recibe el mensaje reaccione.

En este sentido, recordemos que en una buena campaña institucional, como es el caso de las campañas de la Dirección General de Tráfico u otras campañas sociales relacionadas con los temas de violencia de género, o que eviten el consumo de drogas, etc. suelen incluir mensajes directos con datos, cifras, número de muertes, etc. que den seriedad e importancia real a la problemática existente, mientras se utilizan imágenes impactantes, duras, cercanas que apelan a las emociones, y finalmente, mensajes conductuales muy claros, como: “Si bebes no conduzcas”, “Al volante ni una gota de alcohol”, “Con el maltratador tolerancia cero”, etc.

En el caso de los discursos audiovisuales que persigan ese enfoque educativo de educar para la salud no deben faltar ninguno de los tres elementos, de modo que en la película o serie televisiva debe aparecer muy claramente cuál es la enfermedad que se va a abordar, definirla, explicarla, y esto sería el aspecto cognitivo del que hablamos. Por otra parte, los elementos emotivos suelen tener muy fácil cabida en este tipo de discursos, en el sentido de personalizar las enfermedades en los protagonistas de las películas o series, a los que además se les coge cariño rápidamente por parte del público ya que se trata de mostrar a personas de a pie, cercanas y que por circunstancias de la vida deben hacer frente a una serie de enfermedades que les ha tocado vivir. En este sentido, el uso de primeros planos que reflejen las distintas expresiones emocionales por las que pasa una persona sería un buen recurso para poder transmitir con efectividad un mensaje. Finalmente, el elemento conductual en este tipo de discursos

audiovisuales donde el protagonista se enfrenta a una enfermedad o patología que debe superar, puede aparecer de manera implícita o explícita, ya sea en boca de los doctores que llevan el caso o a través del día a día de los propios afectados, quienes expresan sus emociones, miedos, actitudes, ya sean a los especialistas, a sus familias o amigos. Se trata, de que en los discursos audiovisuales, quede muy claro el camino a seguir, las pautas, el tratamiento, los consejos, la solución. De esta manera, la representación de la salud siempre se verá de forma que pueda superarse y aceptarse.

3.- CLARIDAD DE IDEAS Y CONVENCIMIENTO

Lo que hace grande a un narrador es saber contar su historia o experiencia de la manera más efectiva posible de modo que, al final, siempre termine formando parte de la experiencia vicaria y del recuerdo entrañable de todos sus lectores o espectadores.

El éxito y la efectividad del tratamiento comunicativo de la representación de la Salud y las enfermedades en un producto audiovisual, sea película o serie televisiva, que pretenda servir al público y realmente educar para la salud, debe partir de la existencia de unos mensajes intencionales y unos valores muy claros desde el primer momento.

En definitiva, es importante que en el discurso prime lo siguiente:

- **CLARIDAD DE IDEAS** (qué se quiere transmitir). Un buen comunicador debe tener muy claro qué es lo que quiere decir, lo que quiere contar, sin vacilaciones.
- **CONVENCIMIENTO** (no se puede dudar). Un buen comunicador no puede dudar en su discurso, debe saber qué quiere decir pero también estar convencido de ello. De hecho, defender algo con lo que no se comulga es complicado. De ahí, que para la efectividad de cualquier discurso sea necesario la existencia de dicho convencimiento por parte del emisor o en este caso, director de la película o serie televisiva.

4.- CARACTERÍSTICAS DEL LENGUAJE Y TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EFECTIVAS

Abordar el tema de la salud en los discursos audiovisuales de una manera científica, rigurosa, profesional y con un enfoque educativo claro exige de la utilización de un vocabulario y lenguaje apropiado y correcto, en sintonía con las categorías de efectos pretendidas. El lenguaje, por tanto, debe ser:

- 1) Claro, espontáneo, preciso y directo.
- 2) Usar la terminología apropiada para designar a las patologías y enfermedades.
- 3) Usar y explicar el vocabulario especializado necesario para provocar la familiaridad del público con los términos médicos.

Por otra parte, en cuanto a las técnicas efectivas de comunicación complementarias, conviene destacar las siguientes:

- 4) Usar una cuidada expresión corporal y gesticulación de los personajes.
- 5) La estructura del mensaje debe ser complementaria: comunicación verbal y no verbal acorde y adecuada.
- 6) También destacar realmente lo más importante de lo demás, en el mensaje debe sobresalir la intencionalidad por encima de cualquier otro elemento superfluo o adicional.

5.- EJEMPLO DE UN CASO CONCRETO: LA SERIE TELEVISIVA "PULSERAS ROJAS"

Para ejemplificar la teoría anterior, nada mejor que verla aplicada a un caso práctico concreto, el de la exitosa serie televisiva "Pulseras Rojas", un producto audiovisual que ha contado con el reconocimiento del público, de los profesionales de la salud, pedagogos, críticos, etc. Se trata de una serie de televisión creada por el escritor y guionista catalán Albert Espinosa. Este vivió tres cánceres: de pierna, de pulmón y de hígado y durante diez años, desde los 14 a los 24 años, tuvo que vivir en un hospital. Esta tremenda historia la ha querido expresar y comunicar de *todas las formas posibles: novela (El mundo amarillo), teatro (Los pelones), cine (Planta 4ª), y por último, en televisión (Pulseras rojas), primero en TV3 y después en Antena 3.*

La serie televisiva "Pulseras Rojas" trata de cómo la vida de seis niños cambia de forma radical cuando llegan a un hospital y poco a poco se van configurando sus diferentes caracteres sintiéndose especiales gracias al valor de la amistad y al espíritu de superación personal que encuentran en el grupo.

A) Patologías y enfermedades que aparecen: Niños y adolescentes con cáncer y con otras enfermedades graves en el hospital. Algunas ideas claves al respecto:

- Como se puede observar, sería el tipo de argumento que a priori espantaría a casi cualquiera. Sin embargo, el tratamiento del tema, la naturalidad y la sencillez empleada en el discurso audiovisual hace que sea de interés y además, por el público en general, pues se trata de una serie familiar.
- En un principio, los programadores de Antena 3 estuvieron recelosos hasta que el éxito arrollador les hizo recular, claro está. Debemos tener presente que en pleno mes de agosto, su primera temporada, la serie obtuvo más de 3 millones de espectadores y un 20% de share.
- "Cada año surgen 1.300 nuevos casos de cáncer infantil en España; pero el dato positivo es que el 80% se curan". La primera causa de muerte infantil en España es la leucemia. Una realidad desconocida a la que no hay que darle la espalda.
- La serie también refleja algunos aspectos de la vida hospitalaria como el trato con los médicos y profesionales del centro, las relaciones de amistad

que se producen entre ellos y sobre todo, lo dura que es la quimioterapia.

- Por otra parte, la serie también aborda la anorexia, la bulimia, el síndrome de Alzheimer y otras discapacidades como la discapacidad mental,...

B) Público Objetivo al que van dirigidos los mensajes

Pulseras Rojas es una serie familiar dirigida a todos los públicos. La edad de los principales personajes provoca una conexión especial y cierta empatía sobre todo entre los niños, adolescentes y jóvenes. De hecho, en todo momento está muy presente la necesidad de juego que tienen los niños.

En palabras de Albert Espinosa, "*Con Pulseras rojas quise que los niños de hospital tuvieran héroes: un pulsera roja, un luchador de vida*".

La serie aborda muchos temas que en la escuela no se suelen trabajar y en muchas familias también se intentan evitar. Entre ellos, encontramos temas relacionados con la salud, y sobre todo, problemas graves que son delicados y no se sabe realmente cómo abordar. Destaca incluso el tema de la muerte a causa de una enfermedad.

El hecho de que sea una serie familiar brinda la oportunidad de abordar estos temas en casa, fomenta la comunicación sobre salud entre padres e hijos, hermanos, permite expresar las distintas opiniones, sentimientos, etc.

La representación de la Salud en esta serie tiene un enfoque educativo de gran valor.

C) Tratamiento, lenguaje y técnicas de comunicación utilizadas en la serie para la representación de la Salud.

En esta serie, destaca la mirada inocente que se ofrece ante algo como son las enfermedades, y ante el hecho inevitable de la muerte y las pérdidas.

Los protagonistas de la serie apenas salen de entre los muros del hospital, ese es el mundo que constituye su hábitat, pese a que tras una dura sesión de quimio jueguen a imaginar que están en otro lugar, en una playa al sol, bañándose entre amigos.

4) Objetivos COMUNICATIVOS de "Pulseras Rojas". En este ejemplo práctico de discurso audiovisual observamos como Albert Espinosa siempre tuvo muy claro lo que quería decir, lo que quería contar y además estaba muy convencido de ello porque además todo esto lo había vivido y sentido en primera persona. Esto hace que el mensaje audiovisual sea muy efectivo. Asimismo, los objetivos comunicativos perseguidos fueron:

- a) Reflejar en todo momento, en la salud y en la enfermedad (por dura que sea), una alegría de vivir contagiosa e inteligente.
- b) Mostrar una imagen rica de la adolescencia como periodo de formación del carácter y como período de creación del yo. (alejándose totalmente de las imágenes flojas y vanales de la adolescencia que tradicionalmente habían mostrado otras series)

- c) Realizar un canto a la amistad y al compañerismo.
- d) Resaltar la importancia del ser frente al tener.
- e) Exaltar la virtud de lo trascendental: el dolor y la muerte olfateados cortan pronto, y de raíz, el llamado "pavo o tontería juvenil"(maduran antes); lo importante brilla y se muestra, clarificado.

5) Características del LENGUAJE utilizado en "Pulseras Rojas" para la representación de la Salud y las enfermedades:

- a) Claro, espontáneo, preciso y directo. Los mensajes son directos, no se dan rodeos, ni tampoco se dulcifica nada por duro que sea. Son mensajes creíbles y cercanos.
- b) Se usa la terminología apropiada para designar a las patologías y enfermedades. Si hablamos de cáncer, anorexia, tumor, Alzheimer... se les designa por su nombre, se habla con propiedad y sin miedos.
- c) Presencia continua de vocabulario especializado, lo que provoca la familiaridad del público con los términos médicos. Palabras como amputación, tibia, quimioterapia, rehabilitación... están muy presentes en boca de los personales. A veces, e incluso se explican algunos de los términos o conceptos. Esto ayuda a entender de qué se habla, a entender las enfermedades, los tratamientos, etc.

6) Principales técnicas de COMUNICACIÓN empleadas en "Pulseras Rojas"

- Presencia continua y conjunta de las tres categorías de efectos existentes: Efectos cognitivos, efectos emotivos y efectos conductuales.
- Cuidada expresión corporal y gesticulación de los personajes. Cuando por ejemplo alguien dice: "Claro que sí", gesticulando mucho con su lenguaje corporal otorga mucha mayor seguridad al mensaje que diciendo lo mismo pero permaneciendo quieto como una estatua.
- Elegir inteligentemente las palabras más adecuadas y estructurar la frase para que lo más importante del mensaje sea siempre la visión positiva de cualquier tipo de experiencia vivida. Algunos ejemplos concretos de frases que aparecen ya desde el primer capítulo de la serie: "*Aquí (en el hospital) puedes encontrar una buena razón para vivir*"; "*Las pérdidas son positivas. Con el tiempo pueden llegar a convertirse en ganancias*".
- Se trata de "*aprender a perder*". De ahí, la idea que se propone de hacer una fiesta de despedida a la pierna que le van a quitar a uno de los "Pulseras Rojas".
- Después, la imagen de verse reflejado en el espejo desnudo, sin pierna, sería otro ejemplo de valentía y superación.

Por último, podríamos concluir con una de las frases más efectivas de la serie: "Si crees en los sueños, ellos se

crearán porque el creer y el crear están solo a una letra de distancia” (Albert Espinosa).

6.- REFERENCIAS

Webs consultadas de interés

www.albertespinosa.com

<http://www.antena3.com/series/pulseras-rojas/>

<http://blogs.antena3.com/blog-pulseras-rojas/>

COSTA, Miguel y LOPEZ Ernesto, Educación para la Salud, Barcelona (España), Editorial Pirámide, 2000.

CHOQUE, Raúl, La comunicación para la salud, Huancavelica (Perú), FAS, 1997.

DEL VALLE ROJAS, Carlos, Comunicar la salud, Temuco (Chile), Ediciones Universidad de la Frontera, 2003.

GOMEZ, Mauricio, Teoría y guía práctica para la promoción de la salud, Montreal (Canadá), USI, 1998.

RESTREPO, H. (et al.), Promoción de la salud: cómo construir vida saludable, Bogotá, Editorial Médica Internacional, 2001.

PEREZ TORNERO, José M, Comunicación y educación en la sociedad de la información, Barcelona (España), Paidós, 2000.