

Este libro es un bien público, nadie tiene derecho a subrayarlo ó anotarlo. Quién lo deteriore, estará obligado a reemplazarlo por uno nuevo

015466310

070.44

JOR



## COMUNICACIÓN Y SALUD

Una apuesta segura de futuro

i30008980

Juan Luis Manfredi Mayoral  
Rocío Alcántara López  
Aránzazu Román San Miguel  
José T. del Pozo Cruz.  
(Coordinadores)

I Jornadas Universitarias de Comunicación y Salud

Ponencias

Sevilla, 22 – 25 Noviembre 2010

## CAPÍTULO 6.- LA SALUD EN LA RADIO. “POR TU SALUD”. EL PROGRAMA DE SALUD DE LA RADIO PÚBLICA EN ANDALUCÍA

Facultad de Comunicación  
BIBLIOTECA

Enrique Jesús Moreno<sup>11</sup>  
Canal Sur Radio

### 1.- LA RADIO HERRAMIENTA DE SALUD EN EL ÁMBITO DE LO PÚBLICO.

La Radio constituye una herramienta para la salud. Su capacidad, por rapidez y penetración entre los ciudadanos la hacen muy efectiva en su más clara faceta de utilidad pública. Esto se pone de manifiesto especialmente en territorios remotos, en países en vías de desarrollo y singularmente en América Latina y otras zonas del planeta, donde tienen reconocido expresamente por varias sociedades científicas este papel (Actas del Congreso Iberoamericano de Medicina año 2000) La idea primigenia de la radio como vía de comunicación de datos de utilidad se convierte en estos territorios en un instrumento fundamental para hacer llegar mensajes en el ámbito de la salud pública y no necesariamente ante catástrofes naturales como terremotos o inundaciones, sino también en condiciones normales como difusora de medidas de prevención ante epidemias más o menos importantes y otras situaciones.

<sup>11</sup> Desde 1979 está vinculado profesionalmente a la radio. Ha trabajado entre otras, en la cadena SER en Córdoba, Huelva y Málaga. Ha colaborado en esta última ciudad con la Agencia EFE y desde 1991 desarrolla tareas de presentador en Canal Sur Radio en Sevilla. En los últimos diez años ha dirigido y presentado los programas SIN TABACO, RADIO ANDALUCIA SALUD y en la actualidad POR TU SALUD.

En nuestro entorno, la Radio, especialmente por su capacidad persuasiva ya que se basa en la transmisión mediante la voz humana, se nos presenta a mi entender como un elemento de gran potencial para incidir en la conciencia de los ciudadanos, al menos ante los problemas de salud pública más preocupantes que se dan en nuestra sociedad, como la obesidad, el tabaquismo, la HTA... el riesgo vascular... sedentarismo...

En la radio pública (que es el entorno en el que se maneja el autor de estas líneas) este uso "terapéutico" de la radiodifusión viene indicado incluso por la propia ley de la RTVA (Ley 18/2007 de 17 de diciembre) y se repite en la más reciente "Carta de Servicio Público de la RTVA" (Publicada en el BOJA del 2 de noviembre de 2010).

Y es curioso, porque por una vez la demanda de información sobre los temas de salud y el hallazgo de los responsables públicos de la necesidad de informar y formar en salud han coincidido y ojalá que sigan acompañados. De esta forma a buen seguro podrán tener repercusiones valiosas tanto para los ciudadanos, que gozarían de mejor salud; como de las administraciones que podrían ahorrar fondos o destinarlos a otros usos. Se han realizado estudios epidemiológicos que revelan un descenso notable de los infartos de miocardio en la ciudad de Nueva York (también en Italia e Irlanda) tras la aplicación de normas más restrictivas y por ende disuasorios del consumo de tabaco.

## 2.- INTERÉS POR LOS TEMAS DE SALUD

La última encuesta de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT) resalta que los temas relacionados con la salud son los más demandados por los ciudadanos españoles. Esta encuesta, elaborada con datos de 2006 a 2008 pone de manifiesto además, que por primera vez la

demanda de información relacionada con la salud -incluida la información sobre avances en medicina- supera por primera vez al interés por los temas deportivos.

Se están realizando importantes e innovadores inversiones en materia de salud e innovación en salud en Andalucía. No se trata de echar las campanas al vuelo, pero es un hecho reconocido en ámbitos científicos que este esfuerzo inversor e innovador por su formulación y por las partes implicadas; administración, empresas privadas y universidades, puede aumentar (y no sólo en términos económicos) ése valor añadido del que tanto se habla últimamente y una cota de productividad fundamentales para alcanzar niveles que repercutirán en el controvertido PIB y en definitiva en el "bienestar", si podemos seguir llamándole así con el permiso de los economistas.

De hecho según me han adelantado hace unos días, algunas patentes médicas, fruto de la investigación desarrollada en Andalucía, empiezan a revertir ingresos.

Personalmente creo que la sociedad andaluza debe estar informada de este proceso en el que estamos, que no digo que vaya a convertirse en el salvador de nuestra forma de vida pero que sí que junto a otros puede dar un impulso necesario a la economía y peso específico global de esta tierra.

## 3.- LA INFORMACION DE SALUD EN LA RADIO

### 3.1.- Informativos (sanitarios)

La salud genera ciertamente cada vez más interés por parte de la audiencia de la radio y los editores de los informativos han recibido el mensaje. Ya saben ustedes que la radio es un medio frugal... "palabras que lleva el viento..." y no es fácil para un redactor explicar en un minuto de radio, con corte de voz incluido, lo último que nos presenta determinado

investigador o grupo de investigación y que resulta relevante. Si además hemos de tener en cuenta que no está bien crear expectativas falsas a enfermos y familiares, es evidente que estamos ante una información sensible y delicada que es necesario cuidar extremadamente.

Sé que, aunque no hay en la radio una sección dedicada a la salud y la medicina en el sentido clásico de sección, la sensibilidad de las personas que trabajan estos contenidos informativos es notable. Desarrollan un esfuerzo importante por afianzar sus conocimientos de fondo e intentar comprender algo que inicialmente se presenta complicado si se quiere trasladar correctamente la información.

Por otra parte quizá convenga distinguir entre información sanitaria e información de salud. La primera parece tener cierto matiz relacionado con lo administrativo, lo social o lo laboral, mientras que la segunda tendría un carácter más preventivo o de educación para la salud.

### 3.2.- Programas

En una apreciación personal, el programa de radio podría ser al informativo lo que la revista al periódico. Acogiéndome a un clásico que aún se utiliza en la escuela secundaria, me atrevo a proponer que si el informativo "informa" el programa debería de "formar" en analogía a la máxima: el periódico informa, la revista forma.

Como hemos visto al principio, tanto la Ley de la RTVA como la Carta de Servicio Público expresan claramente el papel activo que la radio ha de tener en nuestro contexto socio cultural presente.

Con este argumento como punto de referencia la estrategia que me propongo al poner en marcha un programa, no

diré especializado, sino específico de salud es lanzar al "aire" (*broadcasting* es sembrar a voleo, un término que procede de la tarea agrícola de la siembra del grano) lo que defino como un arco de información y experiencias que:

- puedan generar una visión crítica ante determinados temas de salud,
- puedan servir al oyente para posicionarse sobre temas concretos y
- llegado el caso les permita tomar decisiones que afecten a su propia vida.

Ya he mencionado la palabra "oyente" y tengo necesariamente que detenerme unos instantes en la idea que tengo acerca de "qué es el oyente"

Mis primeras vivencias profesionales están relacionadas con una pequeña emisora local que sin embargo gozaba de una estupenda salud en cuanto a audiencia pese a no estar ligada a ninguna gran cadena de radiodifusión o se basaba en fórmula alguna diseñada para obtener el máximo de audiencia. Quienes la hacíamos teníamos una herramienta genial para analizar las repercusiones de nuestro trabajo; teníamos un contacto casi diario con quienes la escuchaban.

Es cierto que este *modus operandi* era algo caótico y no me cabe duda de que hubiera podido mejorarse, pero sin embargo me enseñó algo que no he olvidado en más de 30 años y es que los oyentes tienen rostro, estados de ánimo, emociones... es decir que son personas con todas sus consecuencias y que el radiofonista ha de tener necesariamente en cuenta todo esto a la hora de ponerse delante del micrófono, además de jugar con una gramática específica en el lenguaje global del medio. Ha de tenerlo en cuenta y ser consciente continuamente de que está hablando a personas que están viviendo situaciones distintas pero que buscan algo más allá del lenguaje verbal.

Sin duda buscan humanidad, otros semejantes... aquello de la "voz amiga de la radio" es pura verdad más allá de lo tópica que pueda parecer la expresión.

Dicho esto, la fugacidad y la frugalidad con la que tiene que expresarse la RADIO puede sin embargo dejar un sedimento en los oyentes que tiene una componente emocional. Aquí hay metalenguaje... hay algo de subliminalidad... pero sobre todo hay cierto vínculo emocional que sin duda tiene que ver con la voz humana, con su capacidad persuasiva y su credibilidad, y la intuición del receptor para percibir la veracidad del mensaje que se le está haciendo llegar.

Los publicistas conocen bien todo esto que, como tantas otras cosas, puede llegar a tener un efecto perverso. Les entresaco algunas citas de trabajos universitarios sobre la voz que me ha parecido interesante traer a esta ponencia:

*"Se podría encuadrar la voz dentro de los estímulos externos que, como afirman muchas corrientes de investigación y ya anunciaban Demócrito, Platón o Aristóteles como componentes de percepciones inconscientes, provocan procesos psíquicos que afectan y estimulan nuestra conducta al margen de nuestra voluntad"*

*"Los mensajes radiofónicos intentan lograr la máxima efectividad y significación en el menor tiempo posible; ofreciendo, además, todas las armas persuasivas necesarias de atracción del oyente a un ritmo demasiado acelerado para el conocimiento consciente". No hay tiempo para la reflexión.*

#### 4.- LA LINEALIDAD

Es evidente que hay una forma de trasladar los géneros periodísticos a la radio. Si salvamos las servidumbres del

tiempo (que es verdaderamente un tirano en este medio) la noticia, el reportaje, la entrevista u otros, tienen su sitio en la información de salud.

Sin embargo, mi experiencia y los comentarios que recibo tras algunos programas me llevan a pensar que en la radio es preferible la linealidad de los contenidos, al menos en los programas que he presentado y que vienen emitiendo a primera hora de la mañana.

Como he dicho antes se trata de acompañar a las personas que oyen la radio, en adelante oyentes, en sus quehaceres del momento que pueden ser muy distintos obviamente e incluso no ser ninguno, es decir te pueden estar escuchando desde la cama y ponen la radio porque les resulta grato, incluso les reconforta que les hablen.

Aquí es donde pienso que salvo si el contenido lo requiere o considero que puede trasladar mejor determinado asunto prefiero ser un hilo conductor, dar la hora de vez en cuando por si alguien llega tarde a algún sitio, reconvertir siempre que se pueda una entrevista en una conversación y de esta forma no abusar de reportajes o noticias donde necesariamente la radio tiene saltos temporales, cambios de registro vocal, cambios de la propia voz y entonación del radiofonista que ha grabado determinada pieza, etc.

Sé que lo que les voy a decir puede resultar una obviedad, pero lo hago porque a veces en la radio se calcan moldes -fórmulas- foráneos que no dan en nuestro entorno los resultados que consiguen en otros lugares.

Si pretendiera dirigirme a una audiencia potencial a una hora distinta de las 7 y tres minutos de cada mañana de sábado, en una zona del planeta distinta de esta y en un contexto cultural distinto, inevitablemente tendría que diseñar

una estrategia diferente. Pero permítanme decirles que esta que he adoptado en los primeros años del siglo XXI y lo más importante en Andalucía; ha dado sus frutos y espero siga haciéndolo independientemente de quién se haga cargo del asunto en el futuro.

## 5.- LA AUDIENCIA DEL PROGRAMA

Seré escueto en este apartado. El Estudio General de Medio de la pasada primavera) dá al programa una cuota de audiencia del 43 por ciento, es líder en su tramo, y el número de oyentes es en torno a cincuenta mil en la media de sábado y domingo. (II oleada Estudio General de Medios 2010)

Son unos datos de los que me siento especialmente orgulloso, principalmente porque estas cifras se han conseguido en poco más de un año y partiendo de cero... o de un número poco relevante de oyentes.

Me permito llamar la atención además sobre el siguiente hecho: el programa tiene una hora de tiempo de emisión, por lo que no cabe sumar oyentes, es decir que si se dispusiera de dos horas y pudiéramos conseguir unos niveles parecidos estaríamos hablando de en torno a cien mil, como ocurre con otros programas de la parrilla. Esto es el número total de oyentes viene expresado con la suma de oyentes por cada hora de programa.

Estos datos han sido publicados por la RTVA por primera vez, aunque no difieren mucho de los obtenidos en anteriores oleadas del EGM pero que por alguna razón que desconozco no se habían destacado como se ha hecho ahora... es justo que agradezca a los responsables de la radio que hayan tenido a bien reconocer esta realidad. Son costes reducidos y resultados que ustedes pueden juzgar por sí mismos.

## 6.- RADIO-TERAPIA

En los diez años que presento el programa de salud no he mencionado el nombre de un medicamento y he evitado que algún invitado o algún oyente en una intervención telefónica espontánea lo hiciera. Todo lo más se ha podido hablar de principios activos, o de recursos medicamentosos capaces de provocar en el organismo tal o cual efecto.

Ahora creo de debo hablarles de cierto efecto terapéutico que sí que ha podido tener la radio. Al principio me resistía a usar la palabra incluso a creer que el programa pudiera tener algún valor terapéutico, pero tras conocer las experiencias de personas que proclamaban abiertamente que habían conseguido eliminar el tabaco de sus vidas a raíz de escuchar determinada experiencia o comentario de algún profesional en el programa y eso les impulsó a tomar una decisión tajante y abandonarlo o bien se decidió a expresar este deseo o su médico de familia o consultar a su farmacéutico; comprendí que la radio tenía también ése poder.

Todo esto si se mantenían tres elementos fundamentales a los que me he referido ya: mantener una línea de ida y vuelta abierta, interactiva, sincera y consciente con la audiencia; utilizar la capacidad persuasiva sin forzar las cosas, es decir sin manipular o dicho de otro modo poner a voleo (*broadcasting*) ésa serie de testimonios y información que llega desde el ámbito científico médico para impulsar decisiones importantes para la vida de los oyentes y hacer llegar todo esto con la linealidad que consigue que la mente del receptor no perciba excesivos saltos en el discurso.

Además, hacer una radio agradable de oír, sin estridencias y que dada la temprana hora de emisión surtiera cierto efecto locomotora del resto de la programación. Lo que yo llamo LA RADIO DESPIERTA (que se note que está despierta)

## 7.- EL CASO “SIN TABACO”

Tengo que referirme ya a un programa que me ha enseñado mucho y que se pone en marcha en septiembre de 2001, que ha pasado por “n” épocas (se ha emitido de nueve a diez, de ocho y media a nueve, primero los sábados luego los domingos también... en la emisora generalista, en la todo-noticias...) y que cuando se pone en marcha parece dudoso que pueda aguantar siquiera una temporada en antena.

Creo que ése efecto terapéutico, lo que yo personalmente haya podido ayudar fuera del programa a algunos oyentes, sin duda alguna el respaldo de profesionales de la medicina y la estrategia de continuidad “sin corte” a la que me he referido tienen mucha relación con que el programa siga vigente y con buena salud por cierto.

A pesar de su colocación en diferentes tramos de la parrilla de la radio los oyentes han venido “siguiendo el rastro” mientras que los costes por oyente para la empresa son bajos, especialmente si se comparan con otras producciones.

Sin duda puede que alguien haya pensado en ésa vieja máxima que dice que la insistencia en el mensaje produce rechazo y tengo que decir que aunque en algunas ocasiones se me haya podido escapar en el directo algún comentario negativo, siempre se ha enfocado el asunto en positivo. Nunca hemos dicho que estemos contra el tabaco. Lo que hemos dicho es que estamos a favor del abandono.

Quien se dirige a ustedes (quien les habla) ha tenido la suerte de anticiparse de una forma intuitiva a la filosofía del NUDGE (empujoncito) una idea de los economistas Richard Thaler y Cass Sunstein, que se basa en no realizar prohibiciones a nivel de organizaciones e incluso a escala estatal, sino prácticas que promuevan la consecución de un objetivo,

como sentir que si no haces algo te quedas solo en el camino o la de recibir algún tipo de compensación. (“Un pequeño empujón - Nudge”, Cass R. Sunstein. Editorial Taurus. Primera edición en Español marzo de 2009)

Si le buscamos el aspecto más positivo y personal a esta idea es indudable que muchos oyentes han utilizado en su propio beneficio la idea de la radio pública de Andalucía para tomar una de las decisiones que más repercusiones beneficiosas tiene para la salud humana: dejar de fumar.

A día de hoy el programa está en seguir una estrategia parecida en lo que tiene que ver con el ejercicio físico y la alimentación que son pilares básicos para una buena calidad de vida. Sin olvidar el compromiso que el programa tiene con los andaluces para mantenerles en contacto con los avances vertiginosos que se están dando en biomedicina, medicina regenerativa, genómica y otras ramas.

Si alguien quiere conocer más cosas... oír programas... de esta experiencia les sugiero que visiten el blog:

<http://portusalud.posteous.com>  
[www.canalsur.es](http://www.canalsur.es)  
[www.facebook.com/portusalud](http://www.facebook.com/portusalud)