

Medios de comunicación y relaciones en salud

Dr. José Carlos Bermejo

Religioso Camilo. Director del Centro de Humanización de la Salud. Tres Cantos, Madrid España.

Media and relationships in health

Los medios de comunicación son algunos lugares comunes a los que muchos ciudadanos acudimos para sentirnos informados, hacernos una idea de las cosas, además de entretenernos, disfrutar... Son lugares comunes, y como tal crean “tópicos”. Eso significa la palabra “tópico”. No siempre los lugares comunes nos ayudan a hacernos un criterio personal sobre la realidad, porque también absorbemos acríticamente.

Efectivamente, los medios de comunicación tienen una influencia increíble sobre cómo se forma la opinión pública. Yo creo que es urgente que comprendamos cómo se informa de las noticias y quién está trabajando detrás del escenario.

Tópicos en salud

En el mundo de la salud, de la enfermedad, del sufrimiento y de la muerte, vivimos mucho de tópicos. Con ellos salimos al paso en el encuentro con el que sufre, en la relación con nuestro anciano en casa, en la interpretación de una desgracia de un accidente, en el deseo de consolar a quien es víctima... A veces incluso los tópicos, como es propio, han cristalizado en refranes y en ellos nos refugiamos en las pretendidas relaciones de ayuda: “es el destino”, “antes o después nos toca a todos”, “ya verás cómo el tiempo todo lo cura”, “la esperanza es lo último que se pierde”, y un sinnúmero de frases hechas que nos sirven para escaparnos.

Para escaparnos, sí. Del compromiso personal de escuchar y acoger la experiencia personal de cada uno. Escapamos de la angustia que nos produce no saber qué decir, no aguantar el silencio, responder con un simple gesto o atrevernos a decir que no entendemos o no sabemos qué decir.

Y esto sucede lo mismo en el ejercicio de las profesiones de la salud y de intervención social que en las relaciones con nuestros seres queridos o conocidos en momentos de sufrimiento. Digamos la verdad: es normal que nos comportemos así. ¿Quién no responde con una ristra de frases hechas o quién no cae en tópicos?

Y bien sabemos la importancia que tiene la palabra, la comunicación correcta en los procesos diagnósticos, terapéuticos, rehabilitadores. De la comunicación depende, en muy buena medida, el éxito, el grado de adherencia, dar

con la clave fundamental para generar salud, así como la atención integral a la persona. Es la comunicación humana la que nos hace ser lo que somos: personas.

En principio, gracias a los medios de comunicación, los tópicos podrían estar al servicio de la sabiduría, transmitida de manera fácil y socializada en sentencias que, de forma breve, podrían acumular experiencia y conociendo. Por eso los refranes contienen mucha sabiduría, sobre todo cuando no son moralizantes o provocadores de miedo para ejercer algún tipo de poder desde alguna instancia interesada.

Todos sabemos, por otro lado, que cuando necesitamos ayuda, lo que necesitamos es que los tópicos queden a un lado, que la relación sea fruto del genuino encuentro interpersonal, que la experiencia individual sea validada y no juzgada, que el consuelo barato no sea una huida de nuestro interlocutor.

Medios y salud

Afortunadamente cada vez más los medios se están haciendo sensibles al mundo de la salud. Lo hacen ofreciendo claves preventivas, información, teniéndonos al día de descubrimientos y posibles avances científicos y, en ocasiones, mostrándonos algo del complejo mundo de la asistencia sanitaria. Esto último, sin duda, es mucho más escaso y sesgado.

Pero inmediatamente surgen cuestiones de no poca relevancia: ¿Qué conceptos de salud nos ofrecen?, ¿qué capacidad crítica generan sobre cuestiones éticas relacionadas con la salud?, ¿qué idea de justicia y buen uso de los recursos nos lanzan?, ¿cómo nos invitan a cuidar a los enfermos?, ¿qué rol juegan los discapacitados, enfermos, ancianos, pobres en los medios?, ¿cómo se presenta a la persona, tanto del profesional como del paciente; es decir, qué antropología hay detrás?

Sí detrás. Porque esta es la cuestión, que detrás de los medios hay personas, ideologías, referentes éticos, así como fragilidad y tópicos, prejuicios y tendenciosidad ante los complejos aspectos que se juegan en la salud. Sin duda, las experiencias personales de los responsables de los medios influyen en su toma de decisiones.

Las personas que seleccionan y enmarcan las noticias,

Ética, Humanismo y Sociedad

los artículos de la prensa, los programas de la televisión, no son, ni pueden ser, asépticas en el sentido ético. Y es fácil que nos situemos con ellos en una especie de intimidad intelectual preconsciente. Normalmente sabemos muy poco sobre la persona que escribe una editorial sin firma o sobre las personas que crean las noticias por la noche. En una sociedad de la información como la nuestra, las personas que nos sirven la información controlan en buena medida la conversación pública y parte de la privada.

Es posible por eso que los medios de comunicación ejerzan un cierto "imperialismo suave". Si no conocemos la química personal de los hombres y mujeres que nos traen nuestras noticias, si no conocemos sus puntos de vista culturales y políticos, sus presiones económicas y sociales, sus convicciones éticas, erraremos con los medios encuadrándolos en un estándar demasiado bajo. Y quizás también erraremos nosotros mismos al descuidar el pensar y el actuar como ciudadanos inteligentes.

¿La era del no pensamiento?

Por otro lado, durante los últimos 50 años nuestra cultura se ha deslizado desde la palabra impresa y la información entregada cara a cara, a las comunicaciones visuales, que se inclinan mucho más hacia la sensación y el consumo pasivo. Estos medios prosperan con la brevedad, la velocidad, el cambio, la urgencia, la variedad y los sentimientos. Pensar, en cambio, requiere lo contrario. Pensar lleva tiempo. Necesita silencio y los metódicos hábitos de la lógica.

Soy hijo de esta era, utilizo estos medios, pero ya me lamento también de la herida producida en la disciplina intelectual que una vez teníamos más desarrollada, cuando las principales herramientas de comunicación y aprendizajes eran los libros y las publicaciones impresas. En nuestra

época, en el mundo de los medios de comunicación cuentan más los lemas llamativos y eslóganes tribales pensados para conformar nuestro pensamiento que caminos empeñados en animarlo y estimularlo. Baste pensar en cómo son tratados los problemas éticos relacionados con la salud en los programas televisivos o en los artículos de prensa.

Alfabetización ética

Estoy convencido de que hoy, más que nunca, necesitamos realizar un trabajo de alfabetización ética. Hemos de ayudarnos creativamente de la potencia de los medios para comunicar y promover conceptos adecuados para construir una torre de inteligencia y consenso, y no de Babel. No es posible que no podamos hablar serenamente de la eutanasia o de la limitación del esfuerzo terapéutico sin saltar emotiva e impetuosamente. No es bueno que intentemos discernir sobre el aborto y las leyes ignorando el impacto generado por las vallas publicitarias y los debates acalorados.

Un poco de control emocional nos vendría bien para, habiendo visto y oído en los medios, seamos capaces de ponernos siempre en el lugar de las personas que se encuentran en las situaciones sobre las que hablamos. Pero también un poquito de mayor expertía en los que comunican cuestiones éticas es necesaria para hacerlo con rigor.

Y es que la ética del cuidado de la salud está estrechamente relacionada con la comunicación. Más aún, los problemas éticos más complejos se detectan, se abordan, se delibera sobre ellos, mediante la comunicación. Por eso, la comunicación ha de ser sanada, ha de ser impregnada de salud, de libertad, de verdad. Liberada de tópicos, de prejuicios, de la intensidad de los impulsos. Entonces, y sólo entonces, podremos realizar procesos saludables de relación y cuidado en salud a la medida de lo que exige el paradigma de la humanización.