

reseña



Ubaldo Cuesta, Tania Menéndez y Aitor Ugarte.
(Coordinadores)
Comunicación y Salud: nuevos escenarios y tendencias.
(2011)
Editorial Complutense
ISBN: 978-84-9938-088-9
196 páginas.
gratuito en formato pdf.

Reseñado por **Rafael Alberto Pérez**
Universidad Complutense de Madrid
(Madrid, España)

“Trabajamos con la convicción de que la comunicación no es una tarea exclusiva de los comunicadores sociales sino que compete a todos los agentes implicados en un problema de cambio social”

Hernán Alfredo Díaz, p. 35

Sirva esta cita para dejar claro que estamos ante un libro valiente y con propuestas claras para el estudioso y el profesional que tengan que enfrentarse a los problemas de la comunicación y la salud en general y en materia de adicciones en concreto. Pues esa, y no otra, es la cuestión central de esta obra. Por ello tal vez su mayor, y tal vez único error, sea su título, poco explicativo de su contenido.

Integrado por 10 aportaciones de otros tantos autores, e introducido por un corto y acertado prólogo de Tania Menéndez, el libro es fruto del mismo impulso que ha llevado a sus coordinadores a poner en marcha el Instituto Internacional de Comunicación y Salud (INICyS) y la *Revista de Comunicación y Salud* que el lector tiene en sus manos. Todo ello con el apoyo de la Fundación Abbott y de Madrid Salud (Ayuntamiento de Madrid) y el respaldo académico de la Universidad Complutense de Madrid.

La obra sigue un plan inteligente que va de lo general (imaginario, cultura, sentido, significación, participación, diálogo) a lo específico (abordajes al problema de las adicciones) descartando las soluciones que han probado ser ineficientes por otras alternativas que han surgido en los últimos años

Aunque cada autor se expresa a su aire y sin una aparente preocupación por generar un discurso de conjunto, se podría decir que existe un cierto consenso en considerar “fracasadas y superadas” tres aproximaciones clásicas:

1. La objeción moral al consumo de drogas
2. El fomento del miedo
3. La información sobre las consecuencias de su consumo

Las nuevas alternativas propuestas parecen moverse en lo que se refiere a su estrategia dentro del marco de la Nueva Teoría Estratégica de FISEC (Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación) y en cuanto a su componente comunicativo dentro de la llamada comunicación participativa de Gumucio Dragón. Pero curiosamente los autores no citan ninguna de estas dos corrientes de origen iberoamericano y prefieren acudir a referentes e investigaciones norteamericanos. Sea como sea, lo importante es que partiendo de nuevas aproximaciones los autores parecen decantarse por varias propuestas que yo me permitiría concretar en seis:

1. **Transdisciplinariedad** para su estudio
2. Perspectiva **relacional** para su diseño estratégico
3. **Investigación** previa que permita escuchar a los interlocutores
4. Mix mediático que permita el **tratamiento lo más personalizado** posible de audiencias
5. **Enfoque comunicacional** (generación compartida de sentido, significación) y no meramente informativo (transmisión de datos)
6. **Medición y evaluación de su eficacia**

Dos de las 10 aportaciones centran brillantemente el problema y el enfoque propuesto: son los trabajos de Alejandro Navas García (imaginario y cultura) y Hernán Alfredo Díaz (la perspectiva relacional).

Otras dos nos aportan investigaciones para poder juzgar por nosotros mismos. Son las aportaciones de Laura Jiménez y colegas (opinión sobre la participación de pacientes) y Aitor Ugarte (evaluaciones de estrategias de comunicación de EEUU y España).

Cuatro aportaciones se centran en aspectos instrumentales: Juan del Pozo y Miguel Farreras (el uso de la telefonía móvil como sistema de personalización y diálogo); María José Capilla (el uso de perfiles de audiencia); Ubaldo Cuesta y Tania Menendez (el uso de medios sociales y el entorno web 2.0); y mas contextual Sebastián Meschengieser (la representación de la salud en el cine).

Se dice que los elogios solo son creíbles si van acompañados de sus respectivas críticas. Pero esta obra merece poca crítica. Si hubiese que hacerlo, citaría tres cuestiones menores. Como ya comenté no comparto el título, como tampoco comparto la discutible oportunidad de dos

de las aportaciones. Una por decantarse por un enfoque periodístico/informacional y no comunicacional, planificador y no estratégico para los gabinetes de comunicación en materia de salud. Y la otra porque retoma al final del libro el enfoque persuasivo de la comunicación para la salud (que ya habíamos sustituido por otro dialogante y participativo) al tiempo que reivindica -con matices- las ventajas del miedo como medio para prevenir o aminorar las adicciones (cuando ya lo habíamos descartado). Esos dos trabajos contradicen mis propias ideas sobre sus respectivos temas, y además entiendo que contradicen también el espíritu y el consenso general de la obra. Aunque, eso sí, ponen de manifiesto la libertad con la que han trabajado los diferentes autores.

Resumiendo, nos encontramos ante una magnífica obra en la que se pueden encontrar nuevas propuestas muy serias, referencias muy sólidas y algunas pocas divergencias que nos deberían hacer pensar.