



Psicomed.com

periodismo en salud

Agosto 2010

- **Nombre del tesista**
María Luz Salazar*
Legajo: 12488/8
Arenales n° 1238 - 4° "C"
Tel: (011)4813-9327
salazarmarialuz@yahoo.com.ar

- **Título de la tesis**
"Psicomed.com/ Periodismo en salud"

- **Programa de Investigación dentro del cual se enmarca la tesis**
Comunicación y Sociedad de la Información

- **Expediente N°: 565**

- **Director**
Lic. Mario Migliorati

- **Fecha de presentación**
Agosto 2010

* Cursó la carrera de Comunicación Social con orientación en Planificación Comunicacional, en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata.

○ **Síntesis**

La tesis que se desarrolla a continuación se enmarca en la categoría de Tesis de Producción. La misma tiene como objetivo la producción de una revista virtual destinada a la cobertura de eventos científicos del área de la salud mental, desde un abordaje periodístico.

Este producto de comunicación, es resultado de un largo recorrido a partir del cual se intentó reconocer y comprender no sólo el ámbito en donde se encuadra esta publicación sino también los procesos por los que es atravesada la comunicación en salud y sus prácticas actuales, desde el lugar de sus protagonistas: los periodistas en salud.

Este recorrido fue abordado desde diferentes lugares:

- Reconociendo el contexto en que se enmarca toda publicación dedicada a la cobertura de temas de salud.
- Reflexionando sobre el lenguaje multimedial y sus alcances.
- Evaluando la presencia mediática de los temas de salud y salud mental, en sus diferentes niveles de cobertura.
- Reconociendo las problemáticas que atraviesa el periodismo en salud, con sus debilidades y fortalezas.
- Explorando el modo en que se producen las publicaciones de salud mental a cargo de profesionales de la salud.
- Entendiendo las valoraciones y desvalorizaciones de la actividad periodística actual en los temas del campo.

Es a partir de este recorrido que *Psicomed* nace y aspira a consolidarse como una publicación destinada al público en general pero especialmente a los profesionales de la salud mental.

Palabras Claves

Comunicación – Salud- Salud Mental- Revista Virtual- Comunicación en salud-
Periodismo en salud- Eventos Científicos- Medios de comunicación –
Fortalezas – Debilidades- Tratamiento Mediático – Lenguaje Multimedial

ÍNDICE

Aclaración al lector: El siguiente índice, si bien lo guiará por el recorrido de la Carpeta de Investigación del Proyecto de Producción, debe complementarse con la revista *Psicoméd* www.psicomed.com.ar ya que sin ella no adquiere el verdadero sentido asignado como marco para interpretar el proceso de gestación del medio.

1. **Introducción.** Damos lugar a señalar las primeras respuestas sobre porqué periodismo en salud Pág. 7

2. **Aproximaciones teóricas y posicionamiento frente a la Comunicación en Salud.** Nos abocamos a dar cuenta –principalmente- de la descripción del campo de acción del periodismo en salud y salud mental, lugar desde donde se aborda el concepto en cuestión. Pág. 10
 - 2.1. **Primeras definiciones frente al tema**
 - 2.2. **Conceptos sobre salud**
 - 2.3. **Comunicar la salud**
 - 2.4. **Un “paisaje” mediático**
 - 2.5. **Un debate amplio, no sólo de contenidos**
 - 2.6. **¿Desde dónde pensar al lector?**

3. **Presencia mediática de los temas de salud y salud mental.** Se sitúa este capítulo desde el lugar que le asignan éstos a los temas de salud; a partir de reconocer, interpretar y definir cómo se define una línea de trabajo. Pág. 25
 - 3.1. **La salud presente en La Nación, Clarín y Página/12.**
 - 3.2. **Medios gráficos y temas vinculados al campo de la salud mental.**
 - 3.3. **Aportes metodológicos.**
 - 3.4. **Temas de salud mental.**
 - 3.5. **Apreciaciones del Capítulo.**

4. **La opinión de periodistas y comunicadores en salud.** La propuesta avanza en considerar cuáles son los principales desafíos y problemáticas para el abordaje de las temáticas de salud. Pág. 33
 - 4.1. **Desafíos en el abordaje de temas de salud.**
 - 4.2. **Periodismo en salud: dificultades.**
 - 4.3. **Las limitaciones del periodismo en salud.**

- 4.4. Trabajar en periodismo de salud.
 - 4.5. Cobertura de eventos de salud.
 - 4.6. Elaboración y presentación de la cobertura de eventos de salud.
 - 4.7. Competencias de un periodista de salud.
 - 4.8. Desarrollo de nuevos medios en salud.
5. **Viejas preguntas, nuevos desafíos.** Avanzar en la generación de contenidos requiere pensar en las prácticas de producción y generación de contenidos, para ello es preciso incursionar y recoger la opinión de los productores del tratamiento que realizan los medios de los temas de salud. Pág. 44
- 5.1. **Una aproximación a conocer el periodismo en salud mental.**
 - 5.1.1 **Revista Topia.**
 - 5.1.2 **Revista Psyche Navegante**
 - 5.1.3 **Revista Psicoanálisis y el Hospital.**
 - 5.1.4 **Revista Acheronta.**
 - 5.1.5 **Revista El Sigma.**
6. **La opinión de los profesionales de la salud mental** Pág. 54
- 6.1. **Aportes metodológicos**
 - 6.2. **Una aproximación a las formas de abordaje mediático de la salud mental**
7. **Etapas de gestión del proyecto *Psicomed*, la página de periodismo en salud.** Pág. 59
- 7.1. **Características del proyecto.**
 - 7.2. **Imagen y estética multimedial.**
 - a. **Organización de la información.**
 - b. **Estilo de Titulación y uso de Imágenes.**
 - c. **Logotipo.**
 - d. **Tipografía.**
 - e. **Forma de lectura.**
 - 7.3. **Definición de las funciones del sitio.**
 - 7.4. **Intereses de públicos potenciales.**
8. **Bibliografía** Pág. 66
9. **Anexos** Pág. 71

AGRADECIMIENTOS

Esta tesis, si bien ha requerido de esfuerzo y mucha dedicación, no hubiese sido posible su finalización sin la cooperación desinteresada de todas y cada una de las personas que me han acompañado en cada una de sus etapas, muchas de las cuales han sido un soporte muy fuerte en momentos de debilidad. Es por ello que quiero agradecer:

Al Licenciado Mario Miglioratti por aceptarme realizar esta tesis bajo su dirección. Por su rigurosidad constante clave en la realización de este trabajo, el cual no se puede concebir sin su siempre oportuna participación.

A Sara Daneri, Jefa de Terapia Ocupacional del Hospital José T. Borda, por su valiosa cooperación, la cual me facilitó el contacto con profesionales de la salud mental, quienes enriquecieron con sus experiencias esta tesis. Y en ella a todos los profesionales que accedieron a participar brindando sus aportes a esta tesis.

A aquellos amigos y colegas que han compartido conmigo los “ires y venires” y que me han brindado apoyo, colaboración y ánimo para continuar.

A Esteban, por la fuerza y confianza que depositó en mí día a día, por sus retos y apoyo permanente.

Y, por supuesto, el agradecimiento más profundo y sentido a mi familia. Porque sin su aliento y colaboración habría sido muy difícil llevar a cabo esta tarea. A mis padres, Silvia y Raúl, por su presencia incondicional. A mi hermana, Camila, por su paciencia y generosidad... por ellos y para ellos!



1. Introducción

Son innumerables las definiciones que se han desarrollado del concepto de salud a través de los años y de las diferentes culturas y creencias.

Actualmente, uno de los organismos con mayor incidencia en el campo define a la salud como “un estado completo de bienestar físico, mental y social y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades”¹.

Sin embargo, hay autores que amplían esta definición sosteniendo que la salud es un “estado continuo de adaptación”², influenciada “por la biología, el medio ambiente, la cultura, la sociedad, los hábitos y otros factores que hacen a la constante adaptación del hombre en el medio”³.

De esta manera, plantean que “al encontrar estos determinantes, el concepto de salud debe incluir dimensiones individuales, sociales y ecológicas del ser humano”. Por lo que es en este constante cambio y en la búsqueda de un equilibrio entre el hombre y el ambiente que los conceptos de salud- enfermedad van rotando, explican.

Es ante esta situación, que “el sector sanitario no puede por sí mismo proporcionar las condiciones previas ni asegurar las perspectivas favorables para la salud”⁴. Ante esto la Carta de Ottawa plantea como necesaria “la acción coordinada de todos los implicados: los gobiernos, los sectores sanitarios y otros sectores sociales y económicos, las organizaciones, benéficas, las autoridades locales, la industria y los medios de comunicación”.

Y es en este último punto donde entra en juego la promoción de la salud. Es en este complejo contexto, donde el periodismo de salud adquiere “un papel importante en la difusión de conocimientos, en la modificación o reforzamientos de conductas, valores y normas sociales y en el estímulo a procesos de cambio social”⁵.

Pero ¿cuáles son las estrategias de comunicación más adecuadas para comunicar la salud? ¿Cómo se debe pensar al lector en este proceso de comunicación? ¿Cuáles es el medio mas consultado para la búsqueda de información?

Un estudio realizado en el año 2006 sobre los medios de comunicación - publicado por Archives of Internal Medicine⁶– evidencia que Internet para ese entonces, y teniendo en cuenta que su acceso no era aún de carácter masivo, era el medio de comunicación a partir del cual se consultaba la mayor cantidad de información de salud en la Red.

Este dato, evidencia la importancia que adquieren las publicaciones online como

¹ Definición de salud de la Organización Mundial de la Salud. Se puede leer en http://www.who.int/features/factfiles/mental_health/es/index.html

² Battistella, Gabriel. “El proceso salud enfermedad”. Se puede leer en <http://www.scribd.com/doc/5057353/El-proceso-salud-enfermedad>

³ Battistella, Gabriel. “El proceso salud enfermedad”. Se puede leer en <http://www.scribd.com/doc/5057353/El-proceso-salud-enfermedad>

⁴ Carta de Ottawa para la Promoción de la salud. Puede leerse en <http://www.cepis.ops-oms.org/bvsdepts/fulltext/conf1.pdf>

⁵ Mosquera, Mario. “Comunicación en Salud: Conceptos Teorías y Experiencias”. Se puede leer en el sitio Web <http://www.comunit.com/en/node/150400> .

⁶ Trust and Sources of Health Information. The Impact of the Internet and Its Implications for Health Care Providers: Findings From the First Health Information National Trends Survey. Arch Intern Med. 2005

fuentes de información en salud al igual que los periodistas digitales como generadores de contenidos de este ámbito.

De esta manera, la presente tesis aspira a ser parte de este desafío y producir una revista virtual destinada a la comunicación de la salud mental.

Psicomed/ Periodismo en salud, como se la denomina, tiene como fin dar a conocer, desde una perspectiva periodística, eventos del área de la salud mental a fin de que los profesionales de la salud y lectores de otras disciplinas interesados en la temática, cuenten con un instrumento útil, ágil, de actualización permanente, donde encuentren información sobre cursos, seminarios, conferencias, jornadas, congresos y simposios que se estarán dictando; como también los contenidos sobre lo alcanzado en cada uno de ellos.

La realización de esta revista no se plantea como un instrumento más de comunicación referido a cuestiones de la salud mental sino que su elaboración surge de ahondar en las prácticas de comunicación en salud, desde el ámbito en donde se sucede el proceso de conocimiento médico-científico, como también de la reflexión del lenguaje multimedial. Es el análisis de los sentidos construidos por los profesionales que trabajan en periodismo de salud y salud mental en relación al proceso de comunicar la salud, lo que ha permitido definir su recorrido y elaboración.



2. Aproximaciones teóricas y posicionamiento frente a la Comunicación Social

La complejidad abordada para realizar este proyecto promueve necesariamente un sustento conceptual no sólo orientado hacia el conocimiento y reconocimiento del lenguaje multimedial, sino también a alcanzar acuerdos fundados en las distintas definiciones de cómo interpretamos y desde qué lugar la comunicación en salud.

Los primeros presupuestos teóricos, pensados y definidos a la hora de delinear este proyecto, llevan a superar el conocimiento y saber puramente técnico, que surge frente al debate de qué hacer, para hacer hincapié necesariamente en los modos de construcción e interpretación, permitiendo así desarrollar esta propuesta integral de comunicación definida como Revista *Psicomed, Periodismo en Salud*.

Para avanzar con el proyecto *Psicomed* es necesario establecer la temática de investigación y pensar en la construcción de este objeto de estudio. Desde esta perspectiva no sólo se define desde o con la elaboración del producto sino que se requiere –necesariamente– de la investigación que lo sustente. Así, alcanzar claridad y distinción frente a la definición y sentido que promueve esta propuesta, permite identificar prioridades y crear articulaciones e intertextualidades al pensar el medio.

La planificación y coordinación de las etapas de la revista se sustenta en la evaluación de necesidades, de expectativas y en la profundización del análisis sobre los desarrollos actuales que se producen en torno al periodismo en salud. Todas acciones concurrentes a elaborar síntesis parciales para descubrir ejes articuladores ante la totalidad del proyecto.

De esta manera, este trabajo entra en permanente tensión entre lo deseable y lo factible, frente a los constantes desvíos en los que se puede incurrir al transformarse en un mero instrumento formal de publicación, vacío de contenido y viabilidad. Estas dudas son las que nutren el debate teórico a la vez que consolidan el conocimiento previo y la información como recursos estratégicos para la formación profesional, cierre que reconoce la tesis.

Aunque parece ajeno lo hasta aquí dicho frente a la definición conceptual sobre comunicación en salud, se la considera integrada si se pretende adquirir una posición de actor frente a nuevas prácticas profesionales que se ejercen a fin de dar cuenta e internalizar las construcciones posibles y las deseadas, expresadas en *Psicomed*.

Los conceptos con mayor significación en este proyecto surgen de la reflexión frente al rol de los actores vinculados con la temática, como también de la definición de perfiles, las necesidades y expectativas personales y del potencial de la Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs). Para lo cual fue preciso recopilar opiniones de un sector que constituye una dimensión real de trabajo, que tiene un rol preponderante ante la opinión pública a la hora de informar sobre salud.

Sin lugar a dudas trabajar sobre comunicación y salud no apunta a definir un nuevo enfoque en lo periodístico; aunque desde lo académico es definido como

temática emergente⁷, ya que como posibilidad de abordaje tiende a consolidarse, especialmente desde la especialización en posgrado e incipientemente en las tesis de grado de esta casa de estudios.

El desafío del presente trabajo se vincula principalmente a una investigación en donde se procura que el avance del conocimiento no quede circunscripto únicamente a la visión preponderante de la tecnología y la metodología frente al tema; sino que se introduzca en el contexto de la generación de contenidos en cuanto a: cómo se definen los temas y cómo se producen, porqué ciertas especialidades médicas adquieren mayor o menor relevancia en los medios, hacia dónde se dirige la labor profesional en periodismo en salud, entre otras preguntas. Línea de trabajo que se va articulando desde la investigación con los modos de producción de la revista, es decir, a través del análisis de las funciones de las prácticas periodísticas en salud vigentes y las coberturas de eventos realizadas. Prestándose particular atención al desarrollo de la construcción discursiva de medios en soporte papel y en Internet; lo que permite por un lado disponer la atención sobre la incumbencias actuales al tratamiento de las temáticas, a la vez que definir cómo sería formulado este medio electrónico.

2.1- Primeras definiciones frente al tema

La salud da lugar a pensarse desde la perspectiva comunicacional y con herramientas inter y transdisciplinarias. Se presenta como desafío frente al campo de conocimiento y permite un abordaje que habilita al diseño y elaboración de productos e instrumentos comunicacionales que utilizan los diferentes lenguajes para los diferentes formatos y medios.

Intervenir desde la comunicación en salud permite establecer definiciones teóricas. Así es que en primera instancia se propone una combinación de conceptos que actualmente plantea nuevos desafíos, relaciones y puntos de vista ante los nuevos procesos de producción social, económica, política y cultural.

Esta área de conocimiento y de producción desde la comunicación pretende instalar la necesidad de discutir cómo es posible orientar los estudios en comunicación en este campo del saber; al establecerse como partícipe fundamental en *"la modificación o reforzamientos de conductas, valores y normas sociales y en el estímulo a procesos de cambio social"*⁸. Se plantea entonces un modo de comunicar que se renueve y que promueva la salud desde diversas estrategias, con un fin fundante como es: acortar la brecha entre dos actores específicos, es decir, los especialistas médicos y la población.

⁷ Políticas Científicas de la Comunicación. Un enfoque estratégico desde la Universidad Pública. Ediciones de Periodismo y Comunicación Social N°10. FPyCS – UNLP. Octubre de 1998. Pág. 121

⁸ Mosquera, Mario. "Comunicación en Salud: Conceptos Teorías y Experiencias". Se puede leer en el sitio Web <http://www.comminit.com/en/node/150400>

Surge así, a partir de estas nuevas formas e interrelaciones, o, de intervención en el entendimiento de las prácticas profesionales al investigar problemáticas del campo relacional de la comunicación y salud, este proyecto de comunicación que propende a la generación de un mecanismo de difusión y comunicación en salud, incorporando la tecnología digital que abre y potencia la información del universo profesional de la medicina, apuntando a la especialidad en psiquiatría, y facilita su acceso para el crecimiento y la participación informada de la sociedad médica y no médica desde un criterio de producción periodístico.

La tesis de producción da lugar a la edición y coordinación de la revista en el seguimiento en temas de salud dirigido hacia el sector médico y no médico, interesado en la cobertura periodística y apuntando al seguimiento de eventos de orden estatal, institucional, organizacional y empresarial.

De tal modo, *Psicoméd* en su primera edición 2010 -desde la virtualidad- presenta, invita, cubre y difunde eventos del área de la salud mental realizados a nivel nacional.

Al mismo tiempo, pretende comenzar a transformarse en un instrumento útil, ágil y de actualización permanente que brinde a los profesionales de las diferentes especializaciones del campo médico y sanitario información sobre los distintos cursos, seminarios, conferencias, jornadas, congresos y simposios que se realicen en el país, incluyendo una síntesis de los temas principales abordados. Asimismo, la revista está destinada a aquellos lectores -que desde sus diversas disciplinas- estén interesados en profundizar cada una de las temáticas del campo.

2.2- Conceptos sobre salud

Teniéndose en cuenta los conceptos de salud, salud mental y comunicación en salud por los que se encuentra atravesado esta tesis de producción se considera esencial realizar un breve abordaje de cada uno de ellos.

Para ello, como forma de entender el lugar desde donde establecer distinciones para realizar conceptualizaciones, se hace referencia a lo pronunciado por dos de los organismos de mayor relevancia en el ámbito de la salud: la Organización Mundial de la Salud (OMS), y la Organización Panamericana de la Salud (OPS).

La Organización Mundial de la Salud (OMS), desde su perspectiva, define la salud como un “estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades”. De igual manera, se refiere a la salud mental como un “estado de bienestar en el cual el individuo es consciente de sus propias capacidades, puede afrontar las tensiones normales de la vida, puede trabajar de forma productiva y fructífera y es capaz de hacer una contribución a su comunidad”⁹.

En tanto que la Organización Panamericana de la Salud (OPS) hace hincapié en la

⁹ Puede leerse en http://www.who.int/features/factfiles/mental_health/es/index.html

importancia que actualmente tienen los medios de comunicación en la promoción y formación de personas, familias y comunidades en los temas de salud.

Es de destacar que estas organizaciones internacionales son generadoras en la actualidad de programas de comunicación que promueven el bienestar en los pueblos mediante la promoción de políticas de salud. Ambos organismos han reposicionado a los medios de comunicación como sujetos claves de este proceso y como herramientas capaces de fomentar el bienestar público, persuadiendo a los individuos, modificando sus comportamientos y hábitos de vida con el fin de que adopten y mantengan otros más saludables.

Otra declaración que se considera fundamental hacer mención destaca la relevancia del abordaje de los temas de salud en medios de comunicación emitida en 1986 en la "Carta de Ottawa"¹⁰, luego de realizarse la Primer Conferencia sobre promoción de la salud. En esta oportunidad se define el concepto como el acto de "proporcionar a los pueblos los medios necesarios para mejorar su salud y ejercer un mayor control sobre la misma". Para ello se apunta a "facultar a las personas para que aumenten el control que tienen sobre ésta y para mejorarla".

A partir de esta Primer Conferencia se plantea que para alcanzar un estado adecuado de bienestar físico, mental y social era necesario que el individuo o grupo supiese identificar y realizar sus aspiraciones, satisfacer sus necesidades y cambiar o adaptarse al medio ambiente.

De aquí es que se comienza a percibir la salud no como el objetivo sino como la fuente de riqueza de la vida cotidiana, considerándose el concepto desde un lado positivo. Así la salud como bienestar comienza a trascender "la idea de formas de vida sana" e intenta que "la promoción de la salud no concierne exclusivamente al sector sanitario".

De esta manera, se concluye que "la promoción de la salud exige la acción coordinada de todos los implicados: los gobiernos, los sectores sanitarios y otros sectores sociales y económicos, las organizaciones benéficas, las autoridades locales, la industria y los medios de comunicación"¹¹.

¹⁰ Vale citar que es en los setenta y los ochenta, cuando la salud pública se renueva a partir de las conferencias de Alma Ata (1978) y Ottawa (1986) proporcionando los lineamientos a partir de los cuales aún hoy se orientan las políticas de salud pública. En los documentos que emanan de ambas conferencias se define la Atención Primaria de la Salud (1978) y la Promoción de la Salud (1986). Alma Ata entiende la salud como derecho humano fundamental y recomienda la atención primaria de la salud como estrategia de atención asentada en la "asistencia sanitaria esencial basada en métodos y tecnologías (...) científicamente fundados y socialmente aceptables (...) al alcance de todos los individuos y familias de la comunidad mediante su plena participación y a un costo que la comunidad y el país puedan soportar (...)".

Ya a partir de la Carta de Ottawa la salud es entendida como: "La fuente de riqueza de la vida cotidiana". Se trata por tanto de un concepto positivo que acentúa los recursos sociales y personales así como las aptitudes físicas. "Se crea y se vive en el marco de la vida cotidiana: en los centros de enseñanza, trabajo y recreo. La salud es el resultado de los cuidados que uno se dispensa a sí mismo y a los demás, de la capacidad de tomar decisiones y controlar la vida propia y de asegurar que la sociedad en que uno vive ofrezca a todos sus miembros la posibilidad de gozar de un buen estado de salud".

¹¹ Mosquera, Mario. "Comunicación en Salud: Conceptos Teorías y Experiencias". Se puede leer en

Frente a estos manifiestos, ya no alcanza con pensar en la reproducción o simplificación del proceso con el acento puesto en la información, sino que se desplaza hacia la producción/consumo de la cultura. Se abre el problema del intercambio, la apropiación y la validez social del modelo presentado como dispositivo de comunicación.

A la vez que *Psicomed* se presenta como oferta en el contexto de los medios especializados de comunicación en salud, también apunta a establecerse como una opción que transita entre la producción de información y una práctica profesional compleja, poco explorada o sin distinciones aparentes en el tratamiento de las temáticas. La propuesta y el desafío de elaborar un producto de comunicación que establece sus fijezas en la producción periodística dirigida hacia la población, en temas de agenda cotidiana en salud y recientes descubrimientos en ciencia y tecnología médica, implica una constante revisión de las prácticas y al mismo tiempo vigilancia epistemológica¹² propia al proceso de investigación científica.

2.3- Comunicar la salud

En este apartado, se presenta una situación que suele vincularse con que los profesionales de la salud no siempre cuentan con las herramientas necesarias para comunicar la información de manera sencilla y efectiva. Y aunque se reconoce que es en ese lugar donde los profesionales de la comunicación deben proceder, son pocas las veces en las que se encuentran con información referida a los avances vinculados con el campo de la salud. Principalmente con aquellas informaciones que al ser receptados por el lector se orientan a la promoción y cambios en la salud sustentados en las acciones de la vida cotidiana¹³.

el sitio Web <http://www.comminit.com/en/node/150400>

¹² Bourdieu, Pierre; Chamboredon, Jean-Claude; Passeron, Jean-Claude. *El Oficio de Sociólogo*. 1° era. edic. 1° era. Reimpresión. Buenos Aires. Siglo XXI Editores. 2004. En "El orden epistemológico de razones". Pág. 24

Parecería que se tratara de concepto ajeno a una tesis de producción, aunque nos resulta necesario pensar en este concepto dado que como investigadores nos proponemos mantener una coherencia teórica con nuestra propia línea de pensamiento. Así, tal como se analiza en este documento, somos los portadores de la necesidad de identificar cuáles son nuestros errores y, dentro del marco teórico propuesto, buscar superar los obstáculos que se han ido presentando. Entendemos también que esta formulación distingue o se vincula con la capacidad de transpolar conceptos y métodos a otros trabajos de investigación en el marco de la búsqueda de antecedentes y/o el estado del arte a fin de que permitan una reflexión más compleja respecto del estado de construcción de conocimiento.

Traer a nuestra tesis la vigilancia epistemológica se debe a la necesidad de hacer constante la subordinación del uso de técnicas y conceptos, desde un examen continuo, sobre las condiciones y los límites de su validez.

¹³ "Crear las condiciones para el ejercicio del derecho a la salud y ambientes sanos" (Art. 41 de la Constitución Nacional de la República Argentina) implica implementar estrategias destinadas a garantizar su accesibilidad. Esta tesis no viene ni se propone suplantar el rol del Estado en la generación de políticas públicas, pero si se piensa a partir de analizar, interpretar y reconocer la realidad de la salud mental en Argentina. Al respecto, el Estado es el principal portador y garante de la salud al propiciar la accesibilidad de la población en general como la información (aunque no nos proponemos indagar qué y cómo se comunica la salud desde los organismos estatales), pero los distintos grupos sociales, de acuerdo a franjas etarias, lugares de residencia, estilos de vida, demandan distintas estrategias, atendiendo a sus situaciones específicas. Aquí es donde nuestro rol toma

2.4- Un “paisaje” mediático

Al momento de realizar un producto de comunicación no se debe minimizar que se está ante un paisaje mediático, que se vincula con la aparición de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs) y que ha generado profundos cambios en el tratamiento y la difusión de la información.

En ese sentido, el profesor Koldo Meso Ayerdi¹⁴, señala al respecto una serie de convergencias y transiciones que considera determinantes en esta nueva era digital. Entre ellas menciona que:

- En la actualidad la clave de comunicación se vincula con lo que es la producción de contenidos; antes con la transmisión de información.
- El público pasivo se ha convertido en usuario activo, y busca participar en la producción de contenido. Hoy son los usuarios quienes van marcando la pauta de lo que desean leer y de cómo lo desean leer.
- En consecuencia de lo anterior, el poder del periodista se ve reducido en cuanto a la toma de decisiones.
- Surge un nuevo modo de estructurar y acceder a la información como consecuencia de unir la escritura con los medios digitales.
- Desaparecen las fronteras que separaban a los medios con el desarrollo de Internet. Los sólo digitales, así como las versiones electrónicas de los medios tradicionales, constituyen nuevas realidades mediáticas.

En consecuencia, estas apreciaciones tan vigentes a la hora de pensar en la construcción de la revista *Psicomed*, plantean la necesidad de retomar las características del escenario a construir con el fin de reflexionar sobre el lenguaje multimedial y las prácticas de comunicación en salud, puestas en juego al momento de formular éste producto de comunicación.

Teniendo en cuenta que la revista digital que se presenta como tesis se aboca a la cobertura de eventos de salud mental desde sus diversas perspectivas y principalmente de eventos científicos del campo, se considera fundamental para este apartado la centralización de las características del lenguaje multimedial de las revistas de corte científico, siendo estas las que más se acercan a la producción que se realiza.

Para ello, se retoma un apartado de un trabajo monográfico titulado: "La presencia de las Universidades en la Red", publicado por la Revista de Universidad

importancia. Es por este motivo que esta tesis se orienta al diseño acciones generales enmarcadas en el campo profesional y –también- acciones que abordan el tratamiento de problemáticas de sectores específicos de la población.

¹⁴ El mencionado catedrático es Titular de la Universidad del País. Ha escrito el artículo la "Nueva Profesión: *periodista digital*", publicada por la Revista Chasqui en su N° 81 del año 2003.

y Sociedad del Conocimiento, cuyos autores son Ernest Abadal Falgueras y Lluís Rius¹⁵.

Estos autores comentan que las Revistas Científicas se definen como aquellas que tienen la función de convertirse en un "registro social de invenciones e innovaciones", a partir de las cuales "científicos publican para preservar y dar a conocer su autoría o participación respecto a unos determinados avances" que contribuyen al progreso social de la ciencia incidiendo positivamente en la evolución del saber.

En igual medida proponen una clasificación de aquellas sustentadas en las TICs, al definir a las revistas digitales como publicaciones periódicas que se distribuyen en formato digital y que comparten algunas características con las revistas impresas (fase de reimpresión, diseño, interacciones, funcionalidades, etc.) pero en relación al entorno Haciendo hincapié en las ventajas que posee este tipo de publicaciones virtuales, aseveran que la tecnología digital permite la integración de todos los formatos de información (texto, audio, video, gráficos, fotografías, animaciones) en un mismo soporte.

Apuntan centralmente a que la característica multimedia de la red permite la convergencia de los diversos medios de comunicación en Internet.

En tal sentido, se hallan voces que coinciden con la definición conceptual pensada desde esta tesis, tal es el caso de José Luis Orihuela¹⁶ quien observa que "históricamente cada nuevo medio en función del potencial comunicativo del soporte que utiliza, ha desarrollado unos contenidos, un lenguaje, una sintaxis y una estética propia"¹⁷, mientras que su creación ha conducido a los viejos medios a redefinir su identidad.

De acuerdo con esta perspectiva y retomando a Koldo Meso Ayerdi¹⁸ Internet "no sólo está cambiando los modos de acceso a la información por los usuarios, el modelo de comunicación tradicional y las empresas de comunicación, sino también el perfil del periodista". Sostiene que el comunicador en este nuevo contexto adquiere un nuevo perfil y se convierte en periodista digital buscando construir y ejercer un nuevo tipo de periodismo.

Todas estas transformaciones proceden de un nuevo contexto en el que el periodista ha tenido que reposicionarse. Se incluye en ello, cambiar la rutina en la práctica periodística tradicional, reubicarse en la nueva plataforma digital y en la relación con los lectores, estar atento y predispuesto a las nuevas funcionalidades y, sobre todo, comprender y controlar las nuevas características que impone la red.

¹⁵ La revista de la Universidad y Sociedad del Conocimiento es una publicación impulsada por la *Universitat Oberta de Catalunya*. El artículo mencionado corresponde al Vol. 3 N° 1, de abril de 2006. Se puede consultar en la dirección electrónica: http://www.uoc.edu.com/rusc/3/1/dt/es/abadal_ruis.pdf

¹⁶ Es Doctor en Comunicación Pública (1993), Licenciado en Ciencias de la Información (1990), *Máster of Arts en Periodismo* (1989), y Miembro del Programa de Graduados Latinoamericanos (1987) de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra (Pamplona, España). Graduado en Periodismo por el Colegio Universitario de Periodismo de Córdoba, Argentina (1986). Cursos de actualización profesional Universidad de California, Los Ángeles (1997).

¹⁷ La cita corresponde a José Luis Orihuela, extraída del artículo: "Los 10 Paradigmas de la e-Comunicación". Año 2004. Publicado en la dirección electrónica:

<http://www.agetec.org/ageteca/Los%2010Paradigmas%20de%20la%20e-Comunicacion.pdf>

¹⁸ "Nueva Profesión: periodista digital". Revista Chasqui, N° 81 del año 2003.

En lo que se refiere a las rutinas del periodismo tradicional, Ayerdi señala la importancia de que el periodista aprenda a ser un periodista en línea. Citando a Eduardo Castañeda¹⁹ afirma que los periodistas que quieran ingresar en la era digital tendrán que aprender a redactar artículos para Internet. Esto es porque se está ante una forma de tratar la información que es específica al nuevo medio. Considera que “no se lee igual en una pantalla y en un papel; existe una lectura arborescente; existe una interactividad; y todo eso hace que estemos usando un soporte tecnológico en el cual se necesita tratar, presentar la información de una cierta manera”²⁰.

Esta primera dimensión refiere al espacio de concreción, en otorgarle sentido disciplinar –principalmente- a la práctica periodística en Internet, en avanzar sobre el conocimiento conceptual que permite complejizar la formación y, en tal sentido, relacionar en la acción las construcciones teóricas con las problemáticas de la práctica. Esta visión del comunicador como productor de hechos, que claramente podría formar parte de una expresión de deseo, puede ser considerada entonces como un elemento clave para la acción que en esta propuesta tiene como fin superar el límite exclusivo de lo mediático y avanzar en el campo de estudio de las dinámicas socioculturales que determinan a los medios y a otras formas de comunicación. Se puede definir entonces que el debate está planteado entre investigación y desarrollo de la profesión, aunque sea necesario trabajar para salvar esta tensión que aparece entre la teoría y la aplicación práctica, y en cuanto al lugar del periodista frente a los nuevos desafíos, es decir, en la producción de información y en la relación con los lectores.

Con relación a lo expresado anteriormente, antes de esta breve digresión, pero que ayuda al lector a entender el lugar del investigador en esta tesis, se sostiene que la revolución generada por las TICs, especialmente con la aparición de la computadora, introduce nuevos criterios para la elaboración de contenidos. En la era digital “son los usuarios quienes van marcando la pauta de lo que desean leer y le quitan al editor esa fuerza autoritaria sobre qué presentar y de qué manera”²¹. Surgen así nuevas temáticas (salud, sexualidad, tecnología, cultura, etc.) que no eran usuales en la prensa tradicional.

Frente este contexto, Ayerdi se pregunta: “¿Dónde queda aquí el papel del periodista?. Él ya no es el único que elabora la información, por lo que se puede correr el riesgo de que el intermediario tienda a desaparecer”.

Al respecto, Sandoval Martín²² distingue dos tipos de profesionales de comunicación, ambos simultáneamente participando en la red: los que desempeñan actividades

¹⁹ Citado por Ayerdi, Eduardo Castañeda, es editor del sitio web del diario Público, de Guadalajara, México. Ex becario de la Fundación Reuters, en la Universidad de Burdeos, Francia. Se puede leer su trabajo titulado: “*La tradición del oficio, como base del periodismo en línea*”, en la página de Sala de Prensa, Web para Profesionales de la Comunicación Iberoamericanos. Noviembre del 2000, Año III, Vol. 2. En la dirección electrónica <http://www.saladeprensa.org/art163.htm>

²⁰ Koldo Meso Ayerdi.

²¹ Koldo Meso Ayerdi.

²² Es Master en Administración y Marketing Estratégico UCES (1996-1998), Licenciado en Psicología Universidad de Buenos Aires (1991). Especializado en *Coaching* y Capacitación Empresaria. Ha complementado su formación con un Postgrado en Administración Estratégica de Recursos Humanos (Facultad de Psicología UBA).

tradicionalmente periodísticas y utilizan Internet para elaborar noticias de los medios tradicionales y los que buscan, procesan, analizan o redactan contenidos para espacios en la red, desarrollando diferentes tareas con la extraordinaria cantidad de información que está disponible a través de la misma.

Haciendo referencia a este último tipo de comunicador, Meso Ayerdi comenta que como “Negroponte afirmaba en 1995, ser digital supondrá la aparición de un contenido totalmente nuevo. Surgirán nuevos profesionales, inéditos modelos económicos e industrias locales de proveedores de información y entretenimiento”.

Por otra parte, teniendo en cuenta las características de este nuevo contexto se presentan nuevos desafíos para el comunicador en relación al lenguaje. Al respecto, Ramón Salaverria²³, destaca que el periodista se convierte en creador de un lenguaje propio, el cual tiene el fin de adaptarse a la nueva plataforma digital, en la que se incluyen:

- Informaciones Multimediáticas
- Informaciones Hipertextuales
- Informaciones Interactivas

Para este autor, y en coincidencia con esta perspectiva, cada una de ellas presupone nuevos retos al periodista. En el primer caso, plantea la necesidad de que el periodista tenga conocimiento del código escrito y del código audiovisual, lo cual lo obliga a romper con la antigua separación entre los profesionales de la palabra y los de la imagen, ya que hoy un periodista debe tener la capacidad de saber utilizar ambos formatos en diferentes circunstancias. A esto le llama “el reto de la multimedialidad”.

Consecuente con esta idea aporta que "el desarrollo del lenguaje multimedia, en suma, no tiene que ver tanto con el dominio tecnológico de ciertos programas o aparatos informáticos, como con la capacidad de articular formas de expresión periodística que, hasta la fecha, los periodistas han mantenido alejadas unas de otras"²⁴.

En cuanto –definir qué implica “el reto de la hipertextualidad”, el autor sostiene que es coincidente con la capacidad que debe tener el periodista para organizar estructuras discursivas, lineales y no lineales, mediante unidades de contenidos multimediáticos (textos, imágenes y/o sonidos), como así también el de aprender a disponer de manera estratégica las unidades de contenido o nodos para articular un discurso coherente, completo y hasta múltiple. Completa esta idea acerca de que “con

²³ Es Director del Departamento de Proyectos Periodísticos (DPP) y del Laboratorio de Comunicación Multimedia (MMLab). Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Está habilitado como Profesor Titular de Periodismo. En 2007, 2008 y 2009, el diario El Mundo lo ha incluido en el ranking de Los 500 españoles más influyentes; en concreto, en el Top 25 de la categoría de Internet.

Dicta las asignaturas Periodismo Especializado y Tecnología de la Información Periodística, en la citada facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra.

²⁴ Ramón Salaverria, “*Diseñando el lenguaje para el ciberperiodismo*”. Revista Chasqui, N° 98. Quito, Ecuador. Junio de 2007. El artículo puede ser consultado en la dirección electrónica: <http://chasqui.comunica.org/content/view/102/59/>

el hipertexto, el periodista propone pero el lector dispone. El primero sugiere caminos posibles, pero corresponde al segundo decidir su itinerario particular de lectura. Aprender a convivir con esta creciente capacidad decisoria del lector será otro de los retos para los periodistas”.

Respecto a “el reto de la interactividad”, Salaverria responde que la comunicación en función de plataformas en Internet genera que los periodistas dejen de ser los únicos locutores de la información y emerjan en el campo los lectores activos, los cuales a partir de la digitalización son capaces de intervenir en él, dando respuestas y generando una interacción entre autor y lector, como así también permitiendo que el mensaje posea mayor riqueza narrativa.

También destaca la importancia actual de la información de última hora como factor añadido para la evolución de los géneros ciberperiodísticos. Al considerar que esto está propiciando el desarrollo de géneros nuevos como las crónicas simultáneas, las crónicas con formato weblog, que minuto a minuto permiten relatar de manera cronológica y acumulativa acontecimientos de todo tipo.

2.5- Un debate amplio, no sólo de contenidos

En la actualidad y en lo que se refiere al papel que ocupa el lector en el proceso de comunicación, las nuevas tecnologías potencian el lugar del destinatario caracterizándolo como partícipe y, a la vez, como articulador de nuevos debates sobre la información que recibe.

Dadas estas condiciones, la creación de un espacio para el conocimiento, la formación de opiniones, expectativas sociales, destinado a la socialización de la información requiere de un entorno que contemple la posibilidad de la más amplia información, difusión y participación de la sociedad.

Desde esta perspectiva y como instancia de la salud, también debe tender al fortalecimiento de la gobernabilidad, como marco de intervención y entendimiento entre los actores integrados a un proceso comunicativo.

La integración transversal de las diferentes acciones en salud, que contempla las expectativas de la sociedad en el tema, requiere del desarrollo de herramientas de comunicación para el incremento de la conciencia pública y la participación informada de la comunidad en los procesos de decisión e implementación de conductas adecuadas. Priorizando y asumiendo los componentes del receptor y sus interrelaciones desde una concepción de “educación para la salud”.

2.6- ¿Desde dónde pensar al lector?

Para caracterizar el modo en que se dio este proceso y comprender desde qué idea de lector parte la revista que se presenta, resulta fundamental hacer hincapié en dos

vertientes teóricas originadas en la década del '70 en América Latina, inscriptas como crítica literaria y estética de la recepción²⁵.

Estos aportes se definen por trasladar su preocupación por la obra y su autor material, a la preocupación por el lector en cuanto a la posibilidad de que asuma distintas lecturas posibles de los textos y de sus contextos. Aunque su punto de partida sea el mismo, ambas vertientes definen el lector desde diferentes perspectivas.

En primer lugar, se encuentra Umberto Eco, semiólogo italiano que ha trabajado sobre dos conceptos: el de lector modelo o ideal y el de autor modelo o ideal.

Eco plantea que estos conceptos de lectores y autores que menciona no son sujetos reales sino que son estrategias textuales que cooperan textualmente. Es decir, una cooperación que se realiza entre dos estrategias discursivas y no entre dos sujetos individuales.

A partir de este concepto, el autor se plantea que la existencia de una intervención entre ambas estrategias sobre un texto hace que el mismo se encuentre en una actualización permanente, siendo el original un texto incompleto.

Esta perspectiva sostiene que el texto está plagado de espacios en blanco, de no dichos y que necesita de ciertos movimientos cooperativos, activos y conscientes, por parte del lector, para construirse como tal. Un texto construye a su destinatario –indica Eco– como condición indispensable no sólo de su propia capacidad comunicativa concreta sino también de la propia potencialidad significativa. Esta construcción presupone una actualización del lector real.

Sin embargo, muchas veces la competencia del destinatario puede no coincidir con la del emisor. Esto, para Eco implica que si un texto es un producto cuya suerte interpretativa debe formar parte de su propio mecanismo generativo, generar un texto significa entonces ampliar una estrategia que incluya las previsiones de los movimientos del otro. Es decir, para organizar una estrategia textual “un autor debe referirse a una serie de competencias capaces de dar contenido a las expresiones que utiliza. Debe suponer que el conjunto de competencias a que se refieren es el mismo a que se refiere ese autor o lector. Por consiguiente deberá prever un lector modelo capaz de cooperar en la actualización textual de la manera prevista por él y de moverse interpretativamente, igual que él se ha movido generativamente”²⁶.

Es por esto que aclara que la posibilidad de múltiples lecturas de un texto, no tiene que ver con la idea de que de un texto se puedan hacer las lecturas que se quiera, liberadas a la libertad de cada quien. Así explica que cuando el texto se dirige a unos lectores que no postula ni contribuye, se vuelve ilegible o bien se convierte en otro texto. Estas apreciaciones resultan de mucha importancia para la proyección y planificación de la revista porque permite reconocer que tipo de medio se va a producir, ya que lo que se

²⁵ Esta interpretación ha sido trabajada en base a la lectura del libro de la Dra. Florencia Saintout. “*Los estudios de recepción en América Latina*”. Edición de Periodismo y Comunicación. Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. La Plata, año 2004.

²⁶ Eco, Umberto. “*Lector in Fabula*”. Editorial Lumen. España. 1981. Pág. 80

comunica en el ámbito de la salud no puede motivar múltiples interpretaciones ni tampoco tornarse ininteligible, lo cual según este aspecto resultó todo un desafío.

Regresando sobre el tema en cuestión y avanzando sobre el concepto de autor modelo que trabaja Umberto Eco, se entiende que la definición propuesta se vincula con la idea de un emisor que aparece presente en el texto como estrategia textual, diferenciada del autor empírico. Es así que se refiere a autor modelo como una hipótesis interpretativa cuya configuración depende de determinadas huellas textuales y por tanto involucra al universo que está detrás del texto, detrás del destinatario y también quizás ante el texto y ante el proceso de cooperación.

Por otra parte, es interesante plantear otra teoría que puede complementarse con la anterior, la cual es originaria de la Escuela de Constanza²⁷. Sus integrantes (Wolfgang Iser y Hans Robert Gauss) definen un texto como aquel que sólo puede ser comprendido como un hecho de comunicación en donde los modos de producción literaria no sólo tienen que ver con textos sino también con los modos de leer esos textos, es decir, con los lectores.

A partir de esta perspectiva, se considera que para analizar la experiencia literaria de un lector se deben tener en cuenta los dos lados de la relación texto - lector, como proceso de mediación o fusión de dos horizontes: el horizonte de expectativas sociales del lector y el horizonte intraliterario. La distinción de estos horizontes da lugar a la "presencia" de dos lectores: un lector implícito, que se materializa en el acto de lectura prescripto por el texto y un lector explícito, diferenciado histórica, social y bibliográficamente que realiza la fusión de horizontes.

Traer a la reflexión lo que sostiene la Escuela de Constanza, permite comprender que es a través de esta fusión y tensión entre ambos horizontes donde la lectura se produce y se da la comunicación. Aquí "la obra no puede identificarse exclusivamente ni con el texto ni con su concreción. Puesto que la obra es más que el texto, ya que solo adquiere vida en su concreción y esta no es independiente de las disposiciones aportadas por el lector, aun cuando tales disposiciones son activadas por los condicionamientos del texto"²⁸.

Finalmente, otro de los conceptos rescatados para dar cuenta del lugar del lector es el trabajado por Stanley Fish sobre "Comunidades Interpretativas". Este autor plantea las mismas están constituidas por aquellas personas que comparten estrategias interpretativas, no para leer -en el sentido convencional- sino para escribir textos. Estas estrategias son previas al acto de leer y por tanto determinan la forma en que se lee.

Este concepto es interesante porque hace hincapié en la importancia de conocer la comunidad interpretativa a la que pertenece el público lector de una producción comunicacional. Con ello no sólo se incluyen las estrategias propias de lectura sino también el lenguaje multimedial conforme a las nuevas tecnologías.

²⁷ La Escuela de Constanza presenta como principales referentes a los trabajos de Iser Wolfgang (1976) y Hans-Robert Jaus (1976), dentro del campo de la crítica literaria. Trabajaron con el propósito de crear una teoría acerca de la estética que pudiera ser trasladada a todo el campo literario.

²⁸ Iser, Wolfgang. "El proceso de lectura, en estética de la recepción". Visor, Madrid. 1989.

Las teorías desarrolladas con anterioridad permiten reflexionar y considerar cuestiones de importancia cuando se realiza un producto de comunicación, principalmente cuando el mismo discurso va a dirigirse a diferentes públicos.

Al respecto, considerar la idea de autor modelo, como aquel capaz de generar una estrategia textual que ponga en juego un conjunto de aptitudes comunes con el lector modelo, advierte la necesidad de estar atento a las competencias propias de las comunidades interpretativas a las que se quiere llegar con una publicación.

En lo que se refiere a estrategias utilizadas para la comunicación en salud es interesante mencionar tres iniciativas destacadas por Mario Mosquera en “Comunicación en salud: conceptos, teorías y experiencias”²⁹.

En primer lugar, se alude al eduentretenimiento. Esta estrategia se caracteriza por buscar incorporar de forma sistemática temas de salud en programas o formatos de entretenimiento.

Si bien es un tipo de estrategia que se utiliza hace muchos años, es a partir de los años 70 que incorpora una metodología que introduce temas sociales en las telenovelas.

En palabras de Rafael Obregon³⁰ en América Latina esta estrategia va en busca de “la creación de espacios de discusión y dialogo y la posibilidad de colocar en la agenda de las audiencias los temas de salud para así generar una comunicación y reflexión en las que se tomen decisiones que conduzcan a la opción de comportamientos preventivos, saludables, etc. Su función mayor es promover acciones saludables y valores localmente identificables a través de personajes que se constituyan en modelos a seguir para la población.

De acuerdo a lo reflexionado por Gloria Coe³¹, la condición necesaria de esta estrategia de comunicación es que la información sea atractiva, fácil de entender y capaz de influir en los comportamientos como también que exista una identificación cultural por parte de la audiencia. Si bien esta medida resulta útil para promover acciones saludables es claro que muchos de estos recursos son y deben estar al alcance del lector modelo.

En segundo lugar, otra de las estrategias mencionadas por Mosquera para la promoción de la salud es el “Mercadeo Social”. Este se caracteriza por tomar en consideración para la comunicación los valores, necesidades, el conocimiento y expectativas del público lector a fin de poder influir en las decisiones concernientes a la salud. En esta estrategia, la participación de los medios de comunicación es fundamental para posicionar los temas de salud en la agenda pública.

En tercer lugar, el autor destaca el periodismo cívico o periodismo publico. Este se caracteriza por ser una estrategia que plantea una nueva modalidad para el tratamiento

²⁹ Se trata de su artículo del año 2003 como Comisionado por la Organización Panamericana de la Salud. El mismo se puede consultar en http://www.portalcomunicacion.com/obregon/pdf/Mosquera_2003.pdf

³⁰ Profesor Asociado de la Escuela de Telecomunicaciones y Director de la Maestría en Comunicación y Desarrollo de *Ohio University* de los Estados Unidos.

³¹ La Dra. Coe es Asesora Regional OPS/OMS, Washington D.C. en los Estados Unidos, en temas de comunicación en salud.

de temas de salud, que traspasa el periodismo tradicional y se involucra en la deliberación pública. La misma propone cierta incidencia de la población en la orientación de los contenidos de los medios, con el objetivo de conectarse a la gestión pública.

Finalmente, otra estrategia a la que se refiere Mosquera es la I.E.C (Información, Educación y Comunicación). Esta tiene como objetivo orientar acciones y mensajes de comunicación a la prevención de la enfermedad y promoción de la salud. La misma intenta que la población enriquezca sus conocimientos sobre los factores protectores y de riesgo de su salud a fin de que sean capaces de tomar decisiones para preservarla.



3. Presencia mediática de los temas de salud y salud mental

Este capítulo ha sido pensado como necesario a la hora de poder dar forma a la tesis de producción *Psicomed*, cuya URL es www.psicomed.com.ar. De esta manera, se han establecido y delimitado aquellas fuentes y referentes a consultar que pueden aportar a esta propuesta claridad en torno a cómo se ha constituido y constituye - en el país - la cobertura de hechos y sucesos en salud pero, sobre todo, un enfoque que de cuenta del desempeño profesional en cuanto a las búsquedas de temas en salud y a la construcción de la agenda del medio.

En consecuencia, se constituye en una verdadera elección abordar el lugar que, medios gráficos de circulación nacional, en una muestra que ha sido acotada a Clarín, Página/12 y La Nación, le conceden a los temas de salud y particularmente-al tratamiento y publicación de información en salud mental.

La definición de los interrogantes que dan lugar al análisis de los datos construidos en esta investigación para y hacia la elaboración del producto, tiende a contestar la pregunta acerca de: cuál es la periodicidad en que son publicadas noticias en salud; pero, también, cuáles son las principales temáticas que corresponden a la categoría de “salud mental”, esto es en cuanto a informes y/o notas periodísticas publicadas durante el período definido de: enero a noviembre de 2008; para lo cual se optó por establecer cortes desde un enfoque diacrónico, dado que posibilita determinar distintos momentos en el tiempo fijado.

De tal modo, se propone un seguimiento³² no de la categoría definida como prioritaria o de interés, sino de temas de salud en fuentes periodísticas ya citadas publicadas durante el período.

En consecuencia el enfoque fijado para resolver este primer interrogante y empezar a situar la tesis de producción sobre conocimientos fundados desde la investigación, establece en primera instancia un panorama general de los temas presentados en Clarín, Página/12 y La Nación. Y si bien es importante dar respuesta a cómo publican temas de salud los medios citados, se considera que el insumo -que surge del análisis- permite entender la circulación como también aproximarse a conocer: qué temas priorizan, a los fines de graficar un perfil más acabado de aquello que es considerado como noticiable y, a su vez, como necesario en lo que respecta al producto *Psicomed*.

Complementando este seguimiento en medios de comunicación gráfica, se propone realizar un primer relevamiento sobre publicaciones específicas sobre el tema salud, que se retomará en el capítulo nº 5. Pero el tema de interés de este capítulo, es diferente. El crecimiento de noticias y notas observado en el año 2008, señala que existe un

³² El período de un año no fue azaroso, sino que la elección de tiempo se sostuvo en un primer presupuesto a saber: los principales eventos científicos y médicos en la especialidad se generan en la segunda parte del año. Para lo cual se convino delimitar cada 2 (dos) meses las observaciones mensuales en los medios gráficos. Esta definición tuvo su sustento en dejar de observar la agenda de eventos en la materia para pasar a revisar qué publicaban los diarios durante el 2008 en temas de salud. Al mismo tiempo, es preciso destacar que la modalidad propuesta corresponde a que se realizó una enumeración y caracterización de las notas y no un seguimiento sobre el tratamiento de un tema específico: salud mental.

incremento de información publicada en salud en cuanto a espacio de blanco –o centímetros-, aunque el tema que convoca sea el que menor número de publicaciones presenta en relación a otras temáticas, por ejemplo: adicciones (ver Cuadro N°2, en este capítulo).

Un primer dato a citar es una investigación, que data del año 2006, y que fue dada a conocer por el Observatorio Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva, donde se trabajó “*La percepción de los argentinos sobre la investigación científica en el país*”³³. Este estudio permite afirmar, aunque a la distancia por el tiempo transcurrido, la cabal existencia de “una mayor presencia de los temas científicos y tecnológicos en el discurso social y mediático”, vinculando este hecho a la necesidad de explicar cuál es la razón por la cual el Gobierno³⁴ toma cierta visibilidad en el fomento de ciencia y tecnología en el ámbito nacional.

Sin intención de revisar o comparar los resultados de este estudio, que evidencia aspectos en donde se toma a los medios de comunicación como actores centrales en la conformación de la percepción social, este capítulo se propone identificar, como se expresó anteriormente, cuál es la periodicidad de publicación de noticias de salud en el período señalado.

La definición de qué se publica deja otra pregunta que será retomada posteriormente, con motivo de realizar entrevistas a periodistas que desempeñan funciones de cobertura de temas de salud en medios nacionales.

3.1- La salud presente en La Nación, Clarín y Página/12

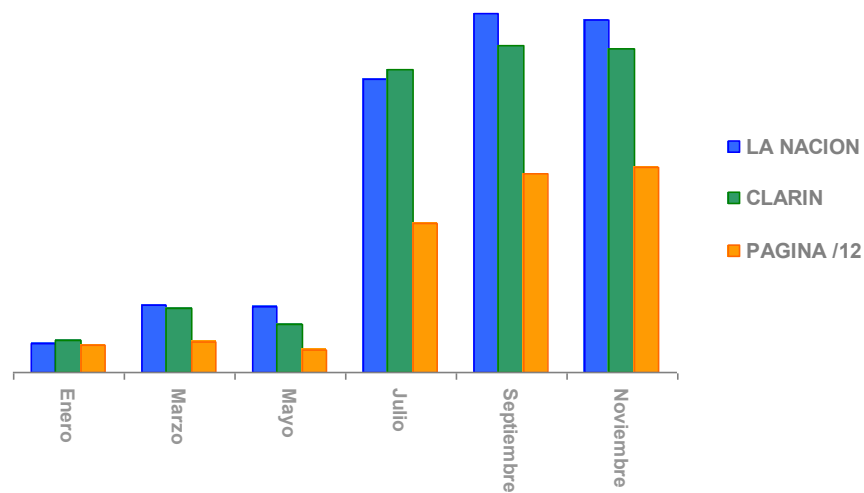
A fin de conocer cuál es la periodicidad de publicación de temas de salud en los medios seleccionados, se presentan a continuación los siguientes gráficos.

³³ Este documento, también conocido como Segunda Encuesta Nacional, puede ser consultado en www.observatorio.mincyt.gov.ar/docs/Informe_Final_2007.pdf

³⁴ Por estos años se conocieron medidas por parte del Gobierno de Dr. Néstor Kirchner para repatriar científicos argentinos que se encontraban en el exterior, también con el incremento de partidas presupuestarias en Ciencia y Tecnología, área del Estado que había sido desfinanciada por las medidas neoliberales impulsadas en la década del noventa. Actualmente, la Ley Raíces (26.421) promulgada en 2008, ha permitido repatriar y relocalizar a investigadores residentes en el extranjero. Ya son más de 600 científicos que regresaron a través el Programa Raíces del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Nación. Información extraída del sitio oficial del MINCYT en: http://www.argentina.ar/_es/ciencia-y-educacion/C2079-cientificos-argentinos-vuelven-a-investigar-en-el-pais.php

Gráfico N° 1

Año de la muestra: 2008



Fuente: Elaboración propia en base a la información publicada por La Nación, Clarín y Página/12 en el año 2008³⁵.

Como punto de partida del análisis, es necesario señalar qué espacio le proporciona cada medio relevado a los temas de salud (a partir del modo en que organizan la información) y si este lugar determina una mayor o menor frecuencia de publicación de noticias de los temas de salud como también un modo de construcción de la agenda mediática.

En lo que respecta al diario La Nación, el mismo contiene una sección denominada *Ciencia y Salud* en la cual se publica toda información vinculada a la temática, referida principalmente a los descubrimientos científicos del plano nacional como internacional. De igual manera, incorpora un suplemento de Salud que brinda información con mayor desarrollo científico y cobertura. Esta organización de la información, permite considerar la posibilidad de que para La Nación la información en salud constituya un eje de la agenda, ya que le otorga un lugar destacado frente a las otras secciones del diario, aunque con menor cantidad de centimetraje para las coberturas. La editora y columnista de la Sección Ciencia y Salud es la periodista Nora Bär.

Por su parte, el diario Clarín otorga un espacio diferente a la temática en comparación con La Nación. Las noticias de salud son ubicadas en la *Sección Sociedad*, donde se desempeña como periodista científica la Lic. Valeria Román. Sin embargo, de acuerdo al cuadro que se expone líneas arriba, esta característica (de no brindar un espacio único a la temática) no es determinante de una menor periodicidad de publicación de noticias, en comparación con La Nación.

En lo que se refiere al diario Página/12, el lugar de blanco destinado a noticias de salud es la *Sección Sociedad*, siendo igualmente menor el número de publicaciones

³⁵ Ver anexo, página 147.

vinculadas a la temática en comparación con los dos primeros medios gráficos descriptos. A pesar de ello, *Página/12* otorga en su estructura un elemento diferencial: una sección denominada *Psicología*, abocada al desarrollo y difusión de noticias de *salud mental*. El abordaje que se realiza en esta sección de los temas se vincula con una perspectiva psicoanalítica; mientras que todas aquellas noticias referidas al campo de la salud en general como son las relacionadas al campo de la psiquiatría, fármacos, ciencia, entre otras, se presentan en la *Sección Sociedad*.

Continuando con el análisis del Gráfico N° 1 se observa, durante el período de seguimiento de los tres medios, un incremento significativo de publicaciones de salud a partir del mes de Julio, ampliándose este número hacia el mes de septiembre y diciembre. Una cuantificación de las noticias en salud entre los extremos de la muestra, contabiliza - a enero de 2009-: 24 notas en *Página/12*; 26 notas en *La Nación*, y 29 notas publicadas en *Clarín*; mientras que en noviembre los números son de: 183 notas en *Página/12*; 316 notas en *La Nación*, y 290 notas publicadas en *Clarín*.

Son diversas las causas o variantes que pueden determinar la mayor o menor circulación de notas de salud en los distintos meses. Es así que puede estar relacionado con meses en donde hay mayor presencia de enfermedades estacionales o con conmemoraciones nacionales o internacionales respecto a una fecha clave o a la acción frente a enfermedades como el VIH. Un ejemplo de estas conmemoraciones que adquieren vasta cobertura en estos medios son el "Día Mundial de la Salud", o, el "Día Internacional contra el Cáncer", por referenciar las más destacadas. Sin embargo, es en los capítulos siguientes, donde se detallan cuáles son las posibles variantes que determinan la publicación de noticias en salud en cada medio.

Un segundo plano de abordaje lo constituyen las temáticas de la salud que mayor cobertura tienen en los medios relevados. En referencia a las notas y/o informes periodísticos publicados, puede conocerse qué se privilegia a la hora de la construcción de la agenda de salud.

Es oportuno advertir, que en un comienzo, el proyecto de revista *Psicomed*, tenía como objetivo "cubrir, presentar y difundir eventos científicos del área de la salud". Sin embargo, es el relevamiento que se presenta a través de este capítulo que dio forma al actual producto comunicacional, orientando la propuesta hacia la cobertura de eventos científicos del área de la salud mental.

3.2- Medios gráficos y temas vinculados al campo de la salud mental

Como se observa en el **Gráfico N° 2**, los temas vinculados al campo de la salud mental están entre los temas que menor presencia alcanzan en las ediciones matutinas en comparación con otras temáticas como Discapacidad y HIV.

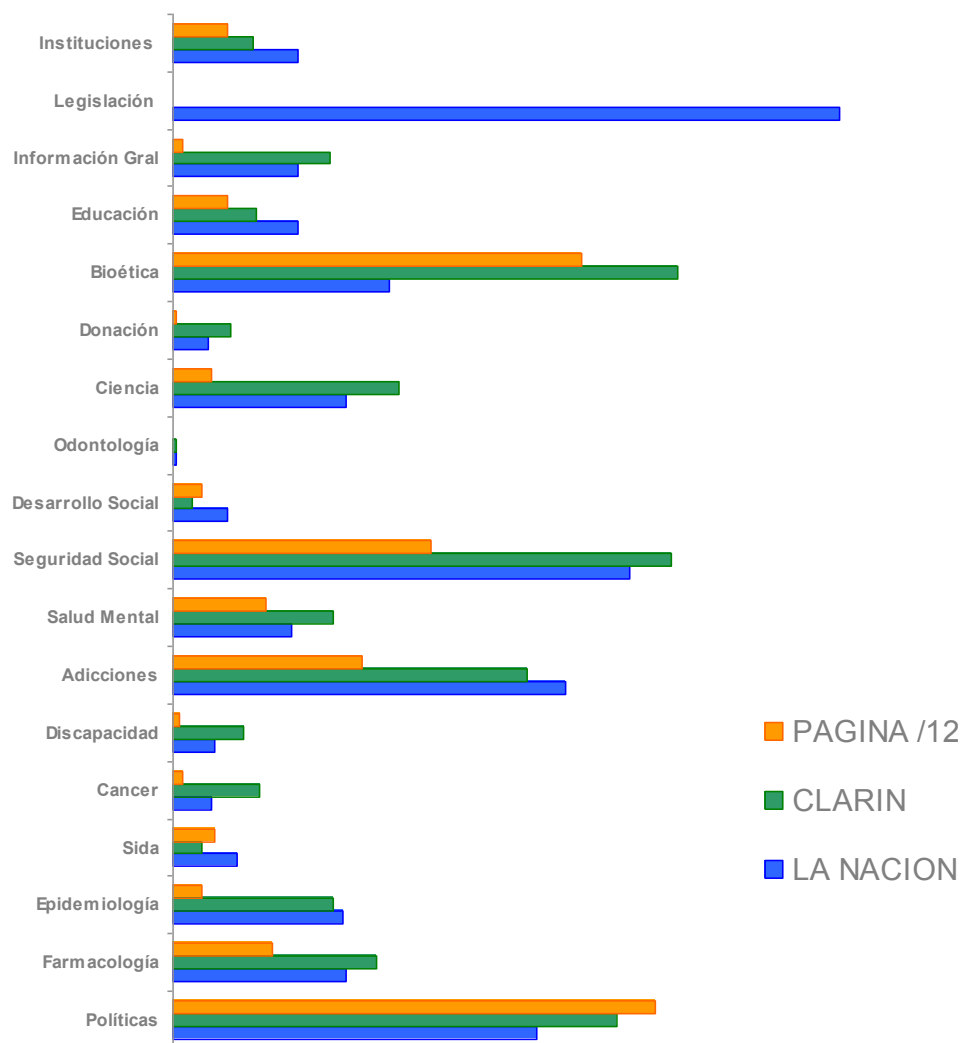
La decisión de profundizar sobre el campo de trabajo periodístico en cuestión, tiene como fin generar un nuevo producto de comunicación que ofrezca información con

tratamiento periodístico en el área, sin acotar únicamente la cobertura a temas específicamente psicoanalíticos, tal como sucede en la *Sección Psicología* de *Página/12*.

3.3- Aportes Metodológicos

La división y conceptualización de los diferentes subtemas en que se presenta el cuadro N°2, es tomada de la selección que realiza el Observatorio de Noticias de Salud y Medio Ambiente, denominado PROGRAMA INFOSALUD. Este Portal³⁶, que ya tiene estandarizados los criterios de búsqueda y sistematización de la información publicada por medios gráficos, acordada los clientes que son organismos e instituciones públicos y privados en salud, se dedica actualmente a la selección, bajada y clasificación de noticias sobre Salud y Ambiente de medios provinciales, nacionales e internacionales.

A continuación se presenta el Gráfico N°2³⁷:



³⁶ La empresa cuenta con un Portal para clientes y visitantes ocasionales donde difunde información que le llega de sus clientes y aquella que recopila del rastreo en medios de información gráfica y bajo soporte en Internet. Su página se puede visitar en <http://www.programainfosalud.com/>

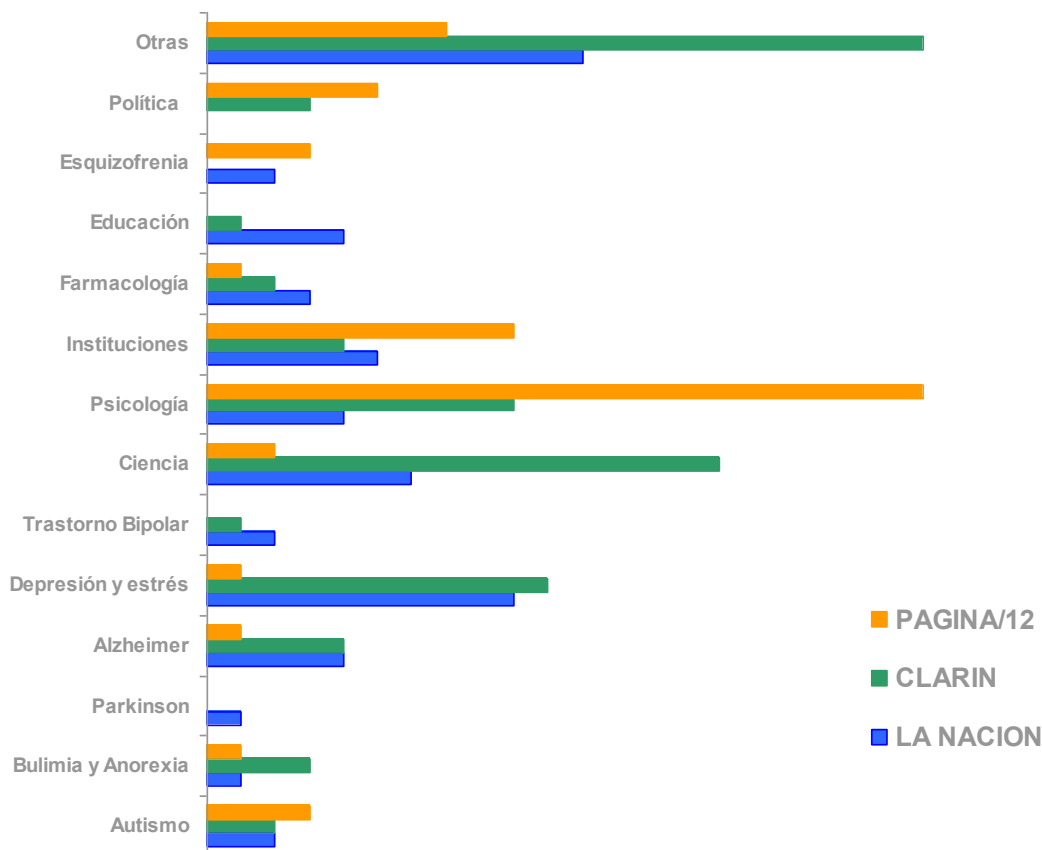
³⁷ Este Gráfico integra la sumatoria total de las noticias publicadas -clasificadas por tema-, independientemente de la fuente de la que provienen (esto es La Nación, Página/12 o Clarín).

Como se observa en el cuadro, las temáticas con mayor presencia mediática en el período señalado son las vinculadas al ámbito de las políticas estatales de salud, con 404 notas; le siguen aquellas referidas a la seguridad social, con 380; luego las ligadas a temas de bioética, con 354; y por último las relacionadas con las adicciones, con 293 notas. Vale aclarar que se presentan las cifras totales de noticias por categoría, es decir, la sumatoria de noticias los tres medios gráficos seleccionados.

Considerando que *Psicoméd* se plantea como una revista abocada a la cobertura de eventos del área de la salud mental, se cree fundamental realizar un relevamiento similar al presentado pero abocado a reconocer cuáles son los temas que dentro de este campo se abordan en los tres medios con mayor y menor frecuencia. Esto tiene como fin reconocer cuáles son las posibles temáticas a ampliar y cubrir siendo que poseen un menor número de notas publicadas.

3.4- Temas de salud mental

El **Gráfico N°3** está elaborado a partir de la misma modalidad de los gráficos anteriores y sustentado en los mismos números que surgen de muestra para el N°1 y 2.



³⁸ Ver anexo, página 147.

Por último, puede observarse en el cuadro las múltiples temáticas del campo de la salud mental que tienen presencia mediática en los diarios citados. Sin embargo, existen notables diferencias en cuanto al número de notas publicadas por las categorías de *Psicología, Ciencia y Otros* (éste último incluye el tratamiento de trastornos poco comunes o de baja incidencia o presencia en la población, por ejemplo: Trastorno de la Atención) en comparación con aquellas que se refieren a la enfermedad de Parkinson y Trastorno Bipolar, por citar los menos referidos. Esto plantea un posible panorama de temáticas a abordar en *Psicomed*.

3.5- Apreciaciones del capítulo

Los distintos sondeos descriptos en el presente capítulo permiten reconocer el lugar que los temas de salud y de salud mental ocupan en los medios de comunicación masiva, específicamente en Clarín, La Nación y Página/12.

En ese orden, y en cuanto a la periodicidad de publicación puede observarse cómo este flujo de información no tiene una presencia constante en los medios, sino que existen períodos en donde se halla una mayor o menor cobertura de las temáticas. Y a su vez cuáles son, dentro del campo de la salud mental, los temas más y menos abordados.

De esta manera, el presente capítulo puede traducirse como una primera guía hacia el lugar donde se orienta *Psicomed*, en cuanto a la cobertura de hechos y sucesos de orden informativo noticiables.

Sin embargo, esta revista presenta singularidades ya que enfoca su línea editorial sobre la necesidad de presentarse como un nuevo espacio de cobertura periodística de temas de salud mental, transitando lugares del periodismo científico para el desarrollo de aquellos temas que carecen por lo general de abordaje mediático. Claro que este no es el fin último de *Psicomed*. Su objetivo es proponer, desde una situación profesionalizante a la que habilita esta tesis de producción, la construcción de un medio -o emprendimiento periodístico- que proyecta el lugar de los lectores, especialistas y el público en general interesado en la información actualizada sobre salud mental.

³⁹ Ver anexo, página 147.



4. La opinión del periodistas y comunicadores en salud

4.1- Desafíos en el abordaje de temas de salud.

Reconocer cómo se define la elección de temas de salud lleva necesariamente a conocer y ahondar sobre el proceso de las prácticas periodísticas en salud. De tal modo el presente capítulo recoge las inquietudes planteadas en el cual se pregunta y se indaga, a partir de una serie de entrevistas⁴⁰, acerca del modo en que estos profesionales se aproximan a reconocer y fundamentar la elección, dar seguimiento e informar sobre temas de salud pública.

Se analizan así los datos recabados en relación a los mecanismos y modos de reconocer cómo es que estos profesionales distinguen y valorizan la información en salud. Al mismo tiempo estos interrogantes permiten conocer las pautas de trabajo y relevar las principales dificultades, limitaciones y desafíos con los que se encuentran a la hora de intervenir sobre las distintas temáticas. En tanto, para entender el cómo, resulta necesario avanzar en la selección de al menos un profesional de medios gráficos, es decir, diario o revista, de agencia de noticias y de portal de Internet que necesariamente tenga vinculación con la temática.

La técnica empleada para realizar estas indagaciones es la entrevista abierta, instancia que permite conocer las problemáticas que atraviesa en la tarea cotidiana el periodismo de salud como también reconocer sus potencialidades.

A continuación se presenta un cuerpo de cinco entrevistas que, para una mejor lectura, son presentadas en función de los siguientes tópicos que las organizan. Estos son: dificultades, limitaciones, tareas, coberturas, información y competencias.

Antes de avanzar, presentamos a los entrevistados:

- Marcelo Rodríguez, Diario La Nación
- Carmelo Crapanzano, Programa Infosalud
- Matías Loewy, Revista Noticias
- Mariano Menozzi, Agencia TELAM S.A.
- Valeria Román, Diario Clarín

4.2- Periodismo en salud: dificultades

En lo que respecta a las dificultades, los profesionales consultados reconocen como aquellas “usuales” a todos los temas, en mayor o menor medida. Para Marcelo Rodríguez, los obstáculos en el ejercicio del periodismo en salud surgen en paralelo al progreso que se tiene sobre cada tema. Este periodista reconoce que tanto “el periodismo y el periodista son parte de un engranaje dentro de lo que es el sistema de la salud, uno ahí funciona como puede, no es omnipotente en ese terreno. Mi sensación es que uno es crítico cuando comienza” destaca Rodríguez pero –continúa- “llega un momento en que te

⁴⁰ Ver Anexo, página 73.

das cuenta que estas demasiado preso del sistema”

Con referencia a lo dicho, Carmelo Crapanzano hace hincapié sobre la conducta corporativa de los medios. Al respecto, apunta que éstos “utilizan los temas de salud en dos circunstancias: cuando ese tema de salud está vinculado a un escándalo, porque a través de él se genera demanda y consumo y la otra es cuando pueden aprovechar determinados nichos económicos, partidas y presupuestos que le permiten recaudar y, en función de eso, generan campañas de comunicación” . De esta manera, Crapanzano señala que esta situación muchas veces se percibe como una dificultad para el periodista porque lo condiciona al momento de decidir respecto a qué y cómo comunicar en temas de salud.

Por su parte, otros de los entrevistados, el periodista Matías Loewy argumenta que al comunicar temas de medicina los periodistas se enfrentan a desafíos sobre los cuales se hallan desprovistos de conocimientos específicos en la materia. Esto tiene que ver – subraya- con la habilidad que tiene cada profesional en “poder explicar o hacer entender a personas que no son especializadas en determinado campo, terminología, conceptos, metodologías” que son ajenos a su propio lenguaje.

En esa misma línea, Mariano Menozzi explica que, una de las dificultades más usuales se relaciona con el lenguaje que se utiliza en la comunicación de temas de salud. Visto así, la capacidad de expresar de manera sencilla temas que son complejos, por tener terminología médica, es “considerada un gran desafío” argumenta. Y resalta que “uno tiene que hacer entendible el tema para que la mayor cantidad de personas pueda interesarse, intentar encontrar el gancho periodístico; pero sucede que a veces esto no es tan fácil”.

4.3- Las limitaciones del periodismo en salud

Otro de los aspectos que interviene en el ejercicio de comunicar la salud, son las limitaciones que experimentan los periodistas frente a este proceso. Una de las cuestiones que en un primer momento surge como limitante u obstáculo, para los periodistas de salud, es la falta de una formación en temas generales de medicina. Sin embargo, luego de abordar éste aspecto en las entrevistas surgen otras argumentaciones.

La editora de Salud en Diario Clarín Valeria Román, considera que “es importante que se generen periodistas especializados” como también contar con profesionales que puedan “acceder al mayor número de becas y capacitaciones posibles, aunque este nivel de formación no es ‘determinante’ para la práctica”. Va más allá y subraya que las limitaciones se encuentran en “la propia ignorancia de uno en cada tema”. A lo que argumenta que “en cada nota vas aprendiendo algo nuevo, por eso una de las habilidades que debería tener un periodista sería querer saber todo el tiempo algo nuevo y tratar de derribar la barrera de limitación de los diversos temas”.

En ese orden, Román apunta a la limitación del tiempo con que cuenta el periodista para escribir. Plantea que en esta tarea en varias oportunidades sería conveniente que los mismos puedan hacer lectura de libros para interiorizarse sobre cada tema pero los tiempos de la redacción impiden poder ahondar sobre en algunos temas puntuales, profundizar y evitar errores que se pueden deslizar en la nota.

La capacidad crítica no se puede enseñar, reflexiona en distintos pasajes de la entrevista Marcelo Rodríguez quien considera que tampoco se aprende a alcanzar una posición activa frente a las diferentes temáticas. De esta manera afirma que “no sé si estas formaciones de periodismo y salud, los contenidos por ejemplo, son afines a que vos seas un engranaje o a que te transformes en un elemento más acrítico en la discusión de la comunicación en el mercado de la salud”. A la vez sostiene que existe la posibilidad de que el periodista tenga una posición activa en el abordaje de los temas de salud pero que la misma está muy condicionada por el medio, por las exigencias que le imponen y por las condiciones de trabajo.

En cuanto a las limitaciones con las que puede encontrarse un periodista al momento de comunicar temas de salud, Matías Loewy manifiesta que es muy frecuente la pregunta respecto a: de qué manera un periodista, que no es un médico, o un científico, puede cuestionar un conocimiento que se está diciendo. Frente a estas circunstancias Loewy responde afirmando que “es cierto que vos a priori no tenés o no podes tener el dominio técnico como para poder cuestionar, pero sí podes comprobar que lo que esta persona está diciendo es algo coherente y si más o menos está alineado con lo que piensan otros colegas en el área”. En relación a esto último propone que existe una prueba de verdad muy rápida que se da por medio de los trabajos científicos, médicos, los congresos y las revistas especializadas que permiten de alguna manera, subsanar este déficit que puede haber en términos de conocer una temática. Y que es a partir de estos trabajos donde el periodista puede “evaluar la rigurosidad o la validez que tiene esa información”.

Loewy, en correspondencia con esta afirmación, plantea la necesidad de que el periodista conozca los diferentes niveles de evidencia del conocimiento médico; su dinámica de producción en trabajos presentados en congresos y revistas; los niveles de jerarquía de las publicaciones médicas y la escala de niveles de los propios congresos. Éstas son cuestiones básicas que el periodista de salud “debería manejar, no para dejar de publicar temas sino para mejorar el nivel de cobertura”, sostiene Loewy.

Desde esta perspectiva para él una de las limitaciones más habituales en el campo de la comunicación en salud se presenta cuando el periodista no tiene dominio de lo técnico. Sin embargo, desde su visión sí cuenta con herramientas que puede utilizar para poder reducir esta limitación. “Hay una cuestión de experiencias y habilidades que se van desarrollando con los años y hacen que vos estés alerta y atento, y que tengas ciertas preguntas de cabecera que siempre van a servir”, continua expresando el entrevistado.

Respecto a publicaciones destinadas al sector médico es Loewy, quien considera que se puede realizar un buen producto sin tener formación científica, pero esta tarea

representa un desafío mayor. Y lo relaciona con la labor periodística, dado que tiene una dificultad adicional si se dirige a éste sector. Al respecto indica que es “el propio médico, quien va hablar de manera diferente si el producto va dirigido a otros médicos que si está orientado al público en general”.

Por último, Mariano Menozzi alude al tema distinguiendo que “puede haber limitaciones si uno no se informa antes de escribir o se hace un tema de salud sin informarse sobre la enfermedad sobre la que van a hablar. A veces se dejan llevar por una gacetilla, pero eso habla de la calidad del periodista”.

4.4- Trabajar en periodismo de salud

Las reflexiones y experiencias que cada profesional expone respecto al trabajo de cobertura de temas de salud, es algo que se considera fundamental conocer para interpretar la manera de situarse hacia la producción de la revista *Psicomed*.

Para ello se tienen en cuenta: los criterios que emplean para priorizar la información y los parámetros que determinan la elección de los temas a publicar.

En lo que se refiere a la priorización de información Matías Loewy reconoce que, en medicina las variables no son muy diferentes a las que entran en juego cuando se evalúa la noticiabilidad de cualquier acontecimiento. Sin embargo, menciona que en esta área, como también en ciencia, hay una dimensión significativa que es la singularidad, es decir, “la rareza que posee cualquier tema que trate por ejemplo alguna enfermedad que afecta a muy pocos pero, como tal, no deja de ser interesante”.

Por otra parte, respecto a la política de elección y/o prioridad que se da a ciertos temas, Loewy recalca que la misma se orienta de acuerdo al perfil, la idealización o el imaginario que tiene el periodista sobre la pertenencia social del lector y sus intereses.

En el caso puntual de la revista Noticias, refiere a que la misma “se orienta a elegir determinados temas porque uno imagina que son más próximos a la esfera de intereses del lector aunque, desde el punto de vista epidemiológico, haya otras problemáticas de salud más preocupantes.

Para Valeria Román existen diferentes criterios y perspectivas que determinan la prioridad de una temática o acontecimiento. Entre ellas menciona: las enfermedades que tienen que ver con la masividad; las noticias que marcan un cambio en su rumbo; las cuestiones epidemiológicas en general, como lo es un nuevo tratamiento revolucionario; y temas que tienen que ver con la situación sanitaria local o nacional, entre otros. En definitiva, asume que “los criterios de noticiabilidad son bastante laxos, pero tienen que ver con: cuánta gente está siendo afectada por esa enfermedad; o, a veces, si afecta a un número reducido de gente pero tiene un grado de espectacularidad que llama la atención”

Continuando con este eje, para Marcelo Rodríguez el contexto de trabajo puede ser determinante a la hora de establecer los criterios de elección de los temas a publicar. En

consecuencia, presenta una serie de ítems a considerar para evaluar la validez de un tema, como por ejemplo: esta información que obtuve ¿proviene de un laboratorio?; ¿es un producto nuevo?; ¿resulta novedoso?; ¿presenta alguna nueva función que antes no existía?; ¿aporta una mejora respecto a otros productos ya conocidos?; etcétera. Todas estas indagaciones son para Rodríguez de utilidad a la hora de realizar un análisis de los contenidos con los que se cuenta y acerca de qué se aportará con esta información al público destinatario.

Otro de los aspectos que interviene y que resulta determinante en la elección y priorización de temas, se vincula para Rodríguez con el ritmo de producción y trabajo que exige la empresa al periodista. Desde esta perspectiva, reflexiona que no siempre “podes elegir los temas en un medio que te exige producir cinco notas por semana con un presupuesto irrisorio”. En cambio, en estas condiciones – argumenta- que sólo se puede exigir un material bien escrito, información fidedigna y publicable, no periodismo de investigación. En consecuencia, Rodríguez sostiene que la caída del nivel del periodismo en salud tiene que ver, en cierta parte, con cuánto invierte la empresa en mejorar la calidad del producto.

En continuidad con esto, Mariano Menozzi plantea que en su caso la organización y definición de los temas a publicar depende de una estructura particular de días fijos destinados a determinados temas, afectada por las diferentes estaciones del año y/o días nacionales e internacionales de salud. En correspondencia con esa afirmación, Menozzi plantea desde su experiencia de trabajo, que aquellos temas que afectan a un gran número de personas y a su vez, aquellos otros con quienes solo se identifica una minoría y son desconocidos, determinan y guían la priorización de los temas a desarrollar.

4.5 Cobertura de eventos de salud

Son varias las apreciaciones que profesionales de la comunicación consideran fundamentales cuando se realiza la cobertura de un congreso y/o evento de salud, cualquier sea la temática.

Valeria Román considera al respecto que cualquier persona que realice una cobertura del área de la salud debe saber distinguir la relevancia que tiene una publicación que proviene de investigaciones de revistas especializadas en comparación con el nivel de las conferencias que se presentan en los Congresos.

De esta manera, plantea que la diferencia se encuentra en que “las revistas tienen más valor porque se publican estudios que fueron revisados por los pares (del creador u otros científicos)”. En cambio, en los congresos, señala, si bien se presentan novedades que pasan por una pre-selección, la investigación no llega a tener un estudio tan riguroso como ocurre en las publicaciones.

En esa misma línea, Román advierte que “muchas veces las cosas que se están presentando ahí no son totalmente probadas”. Hay veces que sí, continúa, “pero muchas

otras que para buscar publicidad algunos especialistas difunden algo en congresos porque saben que logran la atención y después a la larga se demuestra que eso no era tan válido o eficaz como parecía”.

En continuidad con esto y considerando a los congresos como una fuente importante de nueva información en salud, Mariano Menozzi indica que esta idea varía de acuerdo a los investigadores que participan en cada uno de los eventos. Por ejemplo “el Congreso Mundial de Cardiología fue muy importante porque las personas eran muy reconocidas en la materia pero hay otros que se hacen y que son auspiciados por laboratorios a los que yo realmente descarto”.

Otro de los aspectos que resulta fundamental, para Carmelo Crapanzano, considerar en la cobertura de un congreso es el contacto con las Sociedades Científicas del país, del extranjero si es posible y con las ONGs que tienen vinculación con estas entidades. En correspondencia con esa afirmación, plantea como necesario en los inicios de esta labor “comenzar con la comunicación de los eventos de esa agenda” para así “luego cubrir y empezar así tu función como periodista de transmitir lo que estas viendo”.

En ese orden, Marcelo Rodríguez destaca la importancia de saber “quién es el encargado de atender al periodismo en cada lugar”; estar vinculado, agrega, con la organización que realiza el congreso para saber con anterioridad los que temas se van a tratar; “preguntar a los organizadores qué creen que podrá ser lo más importante o lo que quieren difundir”. Asimismo considera elemental que el periodista días previos al evento se ponga en contacto con las personas que lo organizan, para orientarse sobre los temas a cubrir y adelantarse a saber cuál es el espacio que tiene en el medio para publicar la información.

En cuanto al modo de posicionarse ante la cobertura de un evento, Rodríguez considera que para preguntar a un especialista sobre cierta temática es importante “pensar como si vos tuvieras este problema”. Fundamenta que “a veces se preguntan mejores cosas cuando no conoces los sobreentendidos de ese mundo”, entonces “sirve pensar que vos tenés que comunicarle algo a una persona que tiene ese problema; eso influye en lo que preguntas”.

Por último, Matías Loewy considera que es necesario que el periodista realice una preselección de los temas a cubrir en un congreso, ya que es poco probable la posibilidad de que éste pueda relatar todo lo que ocurrió en cada uno de ellos. Asimismo, reconoce lo importante y necesario de identificar un eje y de acuerdo a ello, hacer hincapié sobre dos o tres temas, a partir de los cuales se pueda construir una historia que sea interesante y productiva para el lector.

A diferencia de lo que sostiene Marcelo Rodríguez, Loewy señala que “a veces preguntarle al organizador del congreso cuáles son los temas más importantes son armas de doble filo ya que normalmente son eminencias de determinada especialidad, por lo que muchas veces van a recomendarte el tema que a ellos les interesa”. A pesar de ello, no descarta lo elemental de este contacto pero advierte también lo fundamental que es

dejarse guiar por el olfato periodístico.

4.6 Elaboración y presentación de la cobertura de eventos de salud.

Las entrevistas realizadas apuntan también a conocer cuáles son para los periodistas las maneras y/o formas más adecuadas de presentar una información en salud. Reflexionar sobre esta cuestión resulta fundamental para esta tesis debido a que *Psicoméd* está destinada no sólo a especialistas del campo sino también a un público general, sin especialidad alguna en la materia.

Desde esta perspectiva, Matías Loewy sugiere que “la mejor manera de presentar un tema es siempre pensar en una temática y desarrollarla con entrevistas a los exponentes y a quienes son asistentes”. Asimismo, desestima el relato de un congreso desde un enfoque global debido a que los avances se dan en todas las áreas y promueve en cambio, la elección de un tema a fin de construir un texto “rico y picante”.

Al respecto, señala que “es importante pensar a dónde está orientado el producto que vos estas haciendo y a quién va dirigido, y desde ahí, introducirse en la cabeza de ese público y tratar de preguntarle y repreguntarle al científico todo lo que esa persona le va a ser interesante saber”.

En esa misma línea Loewy advierte que, el periodista en salud no debe olvidar que en el periodismo médico existe un elemento agregado que es la dimensión o impacto potencial que tiene la comunicación médica sobre las personas. Pero que a su vez, esta responsabilidad no debe generarle parálisis o autocensura.

Continuando con este eje, Mariano Menozzi hace hincapié en la importancia de recordar que los temas de salud son temas muy sensibles y que una información incorrecta sobre cualquier enfermedad puede generar consecuencias importantes.

Al respecto, señala que “en temas de salud tenés que ser muy objetivo; yo trato de no interpretar nada, de que la información que transmite el profesional sea lo más llana posible”. Asimismo advierte que en algunas oportunidades es necesario adaptar algunas cosas a fin de explicarlas “de manera más fácil para hacer atractivo el tema”.

Con referencia a lo dicho, Menozzi indica que más allá del gancho periodístico que se pueda aplicar a determinado tema, es importante destacar que detrás de lo que se está escribiendo hay un asunto que es mucho más relevante. Por tanto, resulta elemental no quedarse en el tema científico sino saber llegar y captar la atención del lector, agrega.

En lo que se refiere al modo de presentación de la información, Menozzi señala que “cada uno tiene una percepción del tema y creo que – e insiste- la mejor manera es que se entienda, que parece una obviedad, pero muchos periodistas escriben y no se comprende”.

Valeria Román, por su parte, destaca que de acuerdo a su experiencia lo más importante al comunicar es ser lo más claro y riguroso posible. Señala como fundamental brindar al lector las herramientas necesarias para que por sí mismo pueda reconocer una

enfermedad que padece y no sabe. Proporcionarle información que le permita dar cuenta de que existe la posibilidad de un tratamiento que no le están ofreciendo o el riesgo de que una medicación tenga efectos adversos y que sus médicos no le estén manifestando.

En esa misma línea, Román indica que “es simplemente informar con rigurosidad; consultar a la mayor cantidad de fuentes posibles aunque a veces la limitación del tiempo lo haga imposible, e informar con claridad para que el lector lo entienda pero aun conservando la rigurosidad”, concluye.

Siguiendo la misma idea, Carmelo Crapanzano considera fundamental la realización de un tratamiento de los temas con rigor científico pero no con cientificismo. De esta manera, destaca lo esencial de que el periodista se exprese “en un lenguaje intermedio, en una forma de comunicar intermedia, donde resulte interesante y necesaria para el profesional pero que también entienda el hombre y la mujer de la calle”.

Desde esta perspectiva, Crapanzano sugiere que el periodista realice una “auto docencia” en entender cómo está armado el evento: profundizando sobre los temas que aborda, identificando los destinatarios, evaluando en qué medida ese evento puede traer cambios en la calidad de vida del receptor, de la información, etc.

4.7 Competencias de un periodista de salud

Indagar sobre las competencias o aptitudes que un periodista en salud puede desarrollar, es uno de los temas que se considera fundamental en este capítulo. Reconocer la posibilidad de un cambio actitudinal como fuente de desarrollo profesional, permite comprender que la comunicación en salud es un camino que aún se está construyendo y que en cuyo progreso son actores fundamentales quienes participan en el proceso de comunicar la salud.

Es así que Matías Loewy plantea que una de las cuestiones fundamentales se vincula con la posibilidad de desarrollar la habilidad de “transformar en atractivo lo árido; poder conferirle a un texto de ciencia o medicina toda la vibración o la atención que tienen otras zonas del periodismo”; “ese creo que es el principal desafío”, sostiene. Menciona además la necesidad de que el periodista aprenda a realizar una correcta valoración de la información que recibe.

De esta manera, Loewy aconseja “ser escéptico. No creer a pie de puntillas lo que te dice alguien, aunque sea un médico”, subraya. ‘Perderle el respeto’, es decir, “no pensar que la portación de un título inmediatamente le transmite un grado de certeza o veracidad; constatar la información que están dando”, afirma.

En este orden, Marcelo Rodríguez plantea lo significativo que es que un periodista en salud tenga la capacidad crítica de redireccionar un mensaje, “saber difundir datos y saber cuánta ideología se está mechando en esos datos que difundís”. En consecuencia destaca la importancia de que el comunicador tome una posición respecto al reduccionismo de la salud como un mero negocio. “El periodismo – señala- es muy

permeable a la ideología de los laboratorios que muchas veces te pasan el chivo de un nuevo medicamento. Aquí es importante hacer que el chivo no pase pero el tema sí” y “tener la capacidad de crítica para poder discernir cuáles son los problemas de la salud como mercado”.

Con referencia a esto, Carmelo Crapanzano valoriza la capacidad que puede tener un periodista en salud de entender qué piensan los profesionales, qué piensan los empresarios y qué piensan los públicos, a fin de lograr un contacto con personas de distintos estamentos. Es a partir de allí, destaca, que el comunicador tendrá la posibilidad de conocer en qué medida el discurso de cada uno se enlaza dentro de una red de cobertura. Cuando el periodista obtenga una posición activa en esos lugares donde se debería producir la noticia, afirma, recién podrá desarrollar “sus propias cualidades, sus propias capacidades” y logrará estar “atento a lo que el público espera y busca”.

Por último, Crapanzano reflexiona y manifiesta que son los periodistas con mayor conocimiento, capaces de elaborar temas del campo de la salud los que van a tener mayor autoridad para sugerir, difundir y fomentar políticas, para producir cambios y llegar a la sociedad.

Continuando con este eje, Mariano Menozzi señala que hay que tener en claro que el periodista no es un médico. Un periodista “debería tener curiosidad periodística para investigar temas, creo también que se necesita saber algo de terminología médica pero no pretender ser casi médico, porque claro está que no es lo mismo transmitir un conocimiento que crearlo” por lo que “lo principal es informarse y formarse”, afirma. Con esto, Menozzi vuelve a retomar la necesidad de que el periodista consulte a especialistas idóneos y se capacite sobre lo que se va a tratar en cada congreso en que se realice cobertura.

Valeria Román, por su parte, introduce otra perspectiva y menciona dos ejes o equilibrios que considera fundamentales. En primer lugar, que el periodista tenga conciencia de que en cada publicación se pueden generar falsas expectativas por lo que es fundamental buscar un equilibrio entre la información novedosa con no generar falsas esperanzas al público. En segundo lugar, la importancia de que preserve al máximo la rigurosidad de la información científica y que a su vez se busque lograr y mantener la atención del lector. En último lugar, señala el valor de “ser curioso, ser amable y saber escuchar a las fuentes más que nada”.

4.8 - Desarrollo de nuevos medios en salud

Para concluir, algunos de los entrevistados hacen referencia a un último punto que se relaciona con la posibilidad del desarrollo de nuevos medios en salud.

En lo que se refiere a esta cuestión, Carmelo Crapanzano considera que es necesario realizar un cambio estructural para que el desarrollo de nuevos medios en salud no sea una simple reproducción de lo que ya existe. Esto lo argumenta señalando que hasta el

momento las publicaciones médicas mantienen un enfoque unilateral, ejecutando discursos, estrategias y políticas monodireccionales. Señala que “nuestros profesionales, médicos, bioquímicos, etcétera, en general no tienen tiempo ni medios como para adherirse a las publicaciones”. Entonces como “no hay una filosofía de suscripción a medios, indica, el medio en general está respondiendo al financiador”.

De esta manera, Crapanzano sostiene la necesidad de que el mercado funcione al revés y que se dirija hacia el que necesita la información, para que así se “vayan generando nuevos caminos como lo menciona Jauretche, caminos que lleven la comunicación a quien la necesita, que instale temas en las comunidades”, concluye.

Para finalizar, Matías Loewy destaca la importancia de tener en claro cuál es el mecanismo de identificación de los posibles lectores de nuevos medios interesados en estos temas. Cierra así su entrevista con el siguiente planteo: “los congresos de especialidad se dan una vez por año y siento que los médicos están interesados en el congreso de su especialidad y no de otra. Entonces, ¿cómo sería producir un medio, cómo identificar a un lector interesado en consumir toda esa información?”.



5. Viejas preguntas, nuevos desafíos

Comprender el modo en que actores que trabajan en salud mental elaboran, construyen y editan publicaciones lleva a reconocer cómo se realiza y/o construye el periodismo de salud desde este campo. De tal modo, el presente capítulo indaga – a través de entrevistas realizadas a directores de revistas de salud mental- cuáles son los procesos que atraviesa cada una de estas publicaciones y cuáles son las reflexiones a las que arriban sus productores.

De esta manera, se analizan los datos alcanzados en las entrevistas⁴¹ tomando como eje la génesis de cada publicación, la construcción de su orientación, los objetivos y las motivaciones que acompañan y acompañaron su crecimiento. Estos ejes permiten conocer y comprender el modo en que se trabajan los temas en cada edición, el tratamiento que se realiza de cada artículo, los criterios de accesibilidad que se manejan en relación al usuario y las estrategias que utilizan sus productores para conocer los intereses del público lector. Asimismo, el capítulo indaga acerca de cuáles son las percepciones que, productores de publicaciones de salud mental, tienen en relación a las ventajas y desventajas que un periodista afronta al momento de comunicar temas de una especialidad como es la salud mental.

Las publicaciones elegidas para estas indagaciones surgen a partir de encuestas formuladas a profesionales de la salud mental en diferentes eventos científicos. El trabajo de encuestas se efectuó durante el desarrollo del IV Congreso Internacional de Salud Mental y Derechos Humanos a cargo de la Asociación de Madres de Plaza de Mayo realizado entre el 15 al 18 de noviembre de 2007; y del III Congreso Argentino de Salud Mental desarrollado del 27 al 29 de Marzo del 2008. Además, otras indagaciones se llevaron a cabo en oportunidad de la conferencia efectuada el 26 de marzo de 2009 en la Universidad ISALUD cuya temática es “Indicadores para establecimientos y servicios de Salud Mental”. Por último, se indaga también a profesionales que trabajan en el Hospital Nacional José T. Borda. Todos eventos realizados en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

La realización de estas encuestas permitió reconocer cuáles son las publicaciones que, dentro del campo de la salud mental, tienen mayor relevancia como también cuáles son las más consultadas⁴². En su generalidad estas publicaciones se dirigen a un público especializado, característica también de quienes están a su cargo.

La técnica utilizada en este proceso de indagación es la entrevista abierta, instancia que posibilita conocer no sólo el modo en que se construye el periodismo en salud desde el campo de la salud mental sino también aspectos que pueden ser de utilidad al momento de emprender la realización de un producto de comunicación dedicado al ámbito de la salud.

⁴¹ Ver Anexo, página 102.

⁴² El trabajo de encuestas de referencia tuvo como objetivo abordar varias cuestiones referidas a la salud mental, entre ellas, la opinión de los profesionales del campo acerca del tratamiento mediático, las publicaciones que consultan habitualmente, como también los intereses que tiene el sector en cuanto información profesional. Cada uno de estos ejes, son abordados en los capítulos 6 y 7 de esta tesis. Las encuestas pueden observarse en el anexo, página 147.

A continuación se presenta una breve descripción del desarrollo de cada una de las publicaciones seleccionadas, abordando a posteriori los modos en cada una de ellas piensa y construye un periodismo de salud desde el campo de la salud mental. Por último, una referencia respecto a la valorización de sus fortalezas y al reconocimiento de sus debilidades.

Antes de avanzar, presentamos las publicaciones y sus responsables entrevistados:

- Topia –Lic. Enrique Carpintero (Director).
- Psyche Navegante –Lic. Laura Lueiro (Director⁴³).
- Psicoanálisis y el Hospital – Lic. Mario Pujo (Director).
- Acheronta – Lic. Michel Sauval (Director).
- El Sigma – Alberto Santiere (Director).

5.2- Una aproximación a conocer el periodismo en salud mental.

5.2.1- Revista Topia

Revista Topia es una publicación de Psicología a cargo del Licenciado Enrique Carpintero. Surge en el año 1991 a partir de una institución llamada “Servicio de atención para la salud” cuyo fin era la atención de pacientes en situaciones de crisis, de la cual Carpintero formaba parte. Desde sus inicios, Topía se propone como objetivo explicar la crisis de la cultura (entendiéndola como sinónimo de civilización) mediante un cruce entre los conceptos de psicoanálisis y sociedad.

Desde esta perspectiva, Topía busca dar cuenta de “cómo la subjetividad está atravesada por diferentes tipos de conflictos sociales, económicos, políticos, etc” y se aboca a dos cuestiones: por una parte a abordar temas sociales y culturales y por otra a profundizar específicamente en temas de la salud mental y en la propia clínica.

TOPIA es una revista que se inicia bajo un soporte papel, destinada a un público profesional de la psicología. Sin embargo con el transcurso del tiempo, expresa Carpintero, y luego de ser adaptada a un soporte virtual, como presenta actualmente, comienza a captar y a dirigirse a un amplio espectro de la cultura, de las ciencias sociales y de la comunicación, es decir, grupos interesados en leer sobre temas sociales desde una mirada psicoanalítica.

Esta instancia genera una ampliación del grupo de trabajo, incluyendo “personas de diferentes áreas, tanto de la psi, como sociólogos, historiadores, filósofos, etc”, agrega.

En relación al modo en que se elabora una información dirigida a públicos diversos, el director de Topia expresa que “cada uno escribe como puede”, por lo que “nuestro criterio

⁴³ Es necesario aclarar que la Lic. Laura Lueiro fue directora de la revista Psyche Navegante hasta el año 2009. La entrevista fue realizada mientras la Lic. aun tenía este cargo en la publicación.

es que el artículo pueda ser entendido por el amplio público de la cultura, es decir, que no quede reducido a esa terminología de cada grupo. Generalmente lo logramos”. Esta perspectiva revela que la ampliación del público no determina para los productores una política estricta y prefijada respecto al modo de comunicar como tampoco el uso de nuevas estrategias de comunicación en el abordaje de los diversos temas.

TOPIA cuenta actualmente con un Consejo de Redacción que tiene como fin elegir los ejes a abordar en las diferentes ediciones, como también la designación de los posibles profesionales a entrevistar y de las temáticas a desarrollar en cada número. Al respecto Carpintero señala que cada tema “lo trabajamos, lo conversamos, discutimos, etc; una vez que mas o menos delimitamos qué queremos decir con este tema abrimos diferentes tipos de temáticas”.

En esa misma línea, Carpintero indica que para establecer los posibles contenidos a desarrollar y sus públicos destinatarios, en Topia se tienen en cuenta los intereses de quienes están en la “cocina” del trabajo. Por tanto, agrega, la decisión de abordar un determinado tema puede surgir de manera individual o en forma grupal.

En continuidad con esto el Licenciado plantea que Topia al ser una revista que se publica tres veces por año, los contenidos generalmente no tienen vinculación con hechos sociales particulares e inmediatos pues allí podría jugarse como variable la pérdida de vigencia. Sin embargo, asevera que siempre intentan “trabajar con temas que están en resonancia con lo que ocurre (en la actualidad) de alguna manera”.

En lo que se refiere al tratamiento y al modo de comunicar temas de salud mental el director de Topia reflexiona que “la mejor manera de plantear temas de salud mental en un medio, para un público en general, es partir de las experiencias y hechos cotidianos que todos tenemos”, es decir, “tomando ciertas problemáticas actuales” para que desde allí surjan los distintos temas.

Haciendo referencia al tratamiento de información que realizan los medios de comunicación masiva, Carpintero expresa que “todo está metido en un negocio que tiene que ver con los laboratorios, lo farmacológico y toda la industria”. En esa misma línea plantea que es allí donde “podríamos incluir lo que llamamos el campo de la salud mental, expresamente en su variante de psiquiatría biológica, que está ligado al peso que tienen hoy los grandes laboratorios de psicofármacos”. Esta situación, agrega el Licenciado, explica la ausencia quince años hacia atrás de una página concreta de salud como las hay hoy.

Por último, Carpintero reflexiona que en la actualidad existe una confusión entre la gran información que satura a los públicos (aunque sea válida y necesaria, subraya) con la comunicación. “Comunicar implica transmitir ideas, no una mera información y esto creo que es lo que ocurre hoy en los medios en relación a temas de salud”, concluye.

5.2.2- Revista Psyche Navegante

Revista Psyche Navegante es una publicación dirigida por la Licenciada en Psicología Laura Lueiro. Surge en los años noventa bajo un soporte gráfico, destinada a un público profesional del campo de la salud mental.

Desde sus inicios, se propone como objetivo entablar una articulación entre periodismo y psicoanálisis, mediante una lectura psicoanalítica de los acontecimientos sociales, políticos y culturales; enfoque similar al perseguido por la revista Topia.

En el año 1992 Psyche Navegante emprende su primer desafío realizando un cambio de formato: pasa de un soporte papel a un soporte virtual. Es a partir de esta transformación que la publicación, a diferencia de Topia, plantea un cambio en la estructura de producción de los temas, indica Lueiro.

Reconociendo las características del nuevo soporte y su nuevo alcance, los directivos plantean “la idea de artículos más cortos que puedan desplegar un tema teórico ligado al psicoanálisis y a temas clínicos pero que tengan un espacio para la actualidad”. Lueiro, en correspondencia con esta afirmación, advierte que “el lector de Internet es doblemente diferente al de papel”, es decir, “es un público que lee poco, salteado y lee cortito” por lo que hay que saber elegir muy bien la primera información que se presenta en un texto, manifiesta.

De manera paralela a este cambio, la dirección de Psyche Navegante propone realizar un taller de escritura. Las razones de este proyecto surgen de que “sostenían que los psicoanalistas tendían a escribir difícil y largo” y en segundo lugar porque pensaban que la difusión por Internet también les permitiría producir un “semillero “de escritores”.

Es a partir de esta política, continúa Lueiro, que Psyche Navegante se propone estimular a las camadas jóvenes para que tengan un espacio de publicación, buscando “que sean leídos, que reciban comentarios y que siga avanzando, porque nadie empieza escribiendo una maravilla”.

Haciendo referencia a las exigencias del medio en la escritura y a la elaboración de artículos, Lueiro señala que “el requisito básico es que el artículo sea sólido, consistente, que tenga una lógica interna, sin contradicciones al interior del mismo”; y en el caso de que se deban utilizar palabras técnicas que quede entendida en el contexto en que se la usa.

En la actualidad, Psyche Navegante se encuentra dividida en cuatro secciones. La primera de ellas: “Psicoanálisis”, en donde se sitúan los artículos teóricos y clínicos del campo, único espacio donde se permite utilizar el “lenguaje técnico”, explica Lueiro. En segundo lugar, un apartado dedicado al análisis de la “Actualidad” y en tercer y cuarto lugar, las secciones de “Sociedad” y “Cultura”, destinadas a un público diverso donde preferentemente se prefiere no utilizar la jerga.

En lo que se refiere a los criterios que intervienen en la selección de las temáticas para cada número, Lueiro sostiene que las definiciones resultan de una combinación

entre lo que propone el Consejo de Dirección, compuesto por personas que investigan o tienen interés en tratar ciertas cuestiones, y temas más estables. Asimismo, indica que los correos electrónicos y comentarios que se envían a la revista también son tenidos en cuenta, al igual que los temas de actualidad.

En relación al sector en que se inscribe *Psicomed* y al modo en que se ejerce el periodismo de salud en medios masivos, la directora de *Psyche Navegante* advierte dos cuestiones: por un lado, cierto prejuicio cultural respecto al enfermo mental y por otro lado, una manera poco profesional de tratar las problemáticas. Lueiro, en correspondencia con esa afirmación, considera a esta dificultad como irresoluble debido a que responde a una modalidad de comunicación de mercado: “el enfermo mental no vende” por tanto, “es esta la razón por la que funciona de manera tan negativa”.

Por último, y en lo que respecta a las aptitudes y/o competencias óptimas a desarrollar por un periodista que trabaje en temas de salud, Lueiro sostiene que no es algo que se resuelva académicamente sino que se necesita de un perfil de persona particular “que sepa de periodismo, que tenga cierto conocimiento sobre la salud mental en términos generales y, que al mismo tiempo sepa escuchar y tenga un oído fino para no caer en la maraña de las escuelas teóricas, tipos de terapia, etc”.

Desde esta perspectiva, considera fundamental que el periodista no se inmiscuya en los conflictos políticos del campo. Lo importante, sostiene Lueiro, es que las personas que se elijan como fuente de información “sea gente que esté sólida, no importa si defienden una cosa u otra, mientras lo hagan con solidez”; lo importante tiene que ver con “si eso que vendes sirve y para que sirve y otra cosa es la campaña que vos hagas para venderlo”.

5.2.3- Revista Psicoanálisis y el Hospital

Psicoanálisis y el Hospital es una publicación de Psicología a cargo del Licenciado Mario Pujó. La misma se origina en el año 1992 como canal de expresión de una clínica particular (“por ser hospitalaria y testimonial”) realizada por jóvenes concurrentes, iniciados en el tratamiento de pacientes con enfermedades agudas en diferentes hospitales de la Ciudad de Buenos Aires. A diferencia de las publicaciones mencionadas con anterioridad esta revista se presenta actualmente en soporte papel y está destinada a un público joven profesional que ejerce el

Desde sus inicios, Psicoanálisis y Hospital propone que los documentos realizados por los residentes, tras un año de trabajo, no se agoten en la simple acreditación del recorrido realizado sino que se conviertan en testimonio de los logros y dificultades que experimentan en este tipo de clínica. El objetivo de este proyecto es que los jóvenes profesionales se retro- alimenten de experiencias escritas por colegas que trabajan en diferentes instituciones como así también, brinden información a aquellos que no tienen la posibilidad de apreciar este tipo de práctica.

Con referencia a lo dicho, Pujó sostiene que ésta es una experiencia “muy original, en primer lugar porque el ateneo no es una práctica que se haga en éste ámbito sino más que nada en el médico”. Su inhabitualidad no sólo responde al nivel de exposición de las personas que lo hacen, advierte, sino también porque la honestidad que se expone en cada uno de los testimonios no es usual entre los colegas.

En la actualidad, Psicoanálisis y el Hospital se construye como una revista que aborda diferentes ejes temáticos en cada edición, los cuales se eligen de acuerdo a la importancia e incidencia que tiene cada uno en la práctica hospitalaria inicial del psicoanálisis (duración de los tratamientos, admisión, etc.).

Para ello, detalla Pujo, se tienen en cuenta los cuestionamientos y las problemáticas propias del ámbito hospitalario, por lo que cada temática que se aborda es resultado de cuestiones latentes que se ponen en juego en la práctica y que por ende corresponden a intereses del sector, agrega.

Psicoanálisis y el Hospital es una revista que aborda en sus diferentes etapas, diversas perspectivas: inicialmente temáticas vinculadas con la urgencia y luego desarrollos asociados a temáticas culturales. Es a medida que el interés y la evolución personal avanza, señala Pujo, que “nos hemos alejado un poco de la clínica más concreta, como ya para hablar sí de esas cuestiones clínicas pero desde una perspectiva mas epocal”.

Sin embargo, en la actualidad, la orientación de Psicoanálisis y el Hospital vuelve a retomar las cuestiones clínicas más importantes, haciendo hincapié en “el psicoanálisis y las prácticas clínicas y de la salud mental que se están transitando en este momento”. Para ello, indica Pujó, se toman como referencia las temáticas que se abordan en la agenda mediática.

Al respecto, sostiene que “es importante tocar temas de actualidad pero nosotros no vamos detrás de ella. Vamos detrás de la actualidad cuando se nos presenta como ineludible”. De esta manera, asume que “hay un poco de gusto personal, cosas que me puedan interesar, sin dejar de tener en cuenta que hay un público que uno viene siguiendo”.

En cuanto al rol del periodista en la comunicación de temas de salud mental Pujo advierte que, desde ese lugar, se tienen más ventajas que desventajas debido a que el periodista tiene mayor posibilidad de conocer la opinión pública, el discurso común y también cierta pedagogía al momento de comunicar los temas, manifiesta.

Con referencia a lo dicho, agrega que “alguien que se dedique a esto debería saber de salud mental; estar interesado en ese tema, tener una posición mas o menos marcada, es decir una orientación. Y en cuanto limitaciones, considera que ‘las tenemos nosotros (los psicólogos) cuando nos ponemos a editar, porque pensamos las cosas en otros términos”.

Por último, Pujó aconseja que cuando se realiza una revista de salud mental, lo que puede permitir unificar los intereses de los diversos lectores son las cuestiones temáticas.

Por tanto, estar atento a eventos que abordan temas que puedan interesar a todos y/o cubrir congresos que tengan un abordaje múltiple puede ser una posibilidad de desarrollo de una publicación.

5.2.4 Revista Acheronta

Revista Acheronta es una publicación dirigida por el Licenciado en Psicología Michel Sauval. Surge en el año 1995, en un contexto de alta tensión y conflictos en el área del psicoanálisis donde la publicación de artículos, refiere su director, se tornaba dificultosa. Es en este momento, donde Acheronta se inicia con el objetivo de generar un espacio abierto, de cruce e intercambio entre las diferentes corrientes bajo un formato digital.

En la actualidad Acheronta es definida por Sauval como un espacio de publicación de artículos de psicoanálisis y cultura que se dirige a un público profesional de la psicología. Es una publicación con una tirada bianual que pretende tener una posición editorial que no es ecléctica, indica su director, pero que al mismo tiempo no puntualiza en una orientación.

Desde esta perspectiva, Sauval explica que las temáticas se abordan mediante una estrategia de combinación de artículos, donde para cada tema particular se entrecruzan dos o tres artículos con diferentes puntos de vista que mediante la contradicción y las diferencias se busca abordar la problemática en si.

En lo que respecta al origen de los artículos, el Lic. puntualiza que una de las metodologías utilizadas consiste en realizar una convocatoria para recibir informes elaborados por investigadores del campo, los cuales se publican cuando surge la posibilidad de que entren “en algún debate, que de pie a un cruce de cosas”. Sin embargo, en la actualidad, subraya, se plantea una nueva forma en donde son quienes trabajan en Acheronta los que deciden qué figuras pueden invitarse para escribir los próximos números.

En referencia a los ejes que atraviesa cada edición, Sauval reconoce dos niveles: en primer lugar, un nivel que se aboca a temas generales que responden a intereses de la colectividad y a ciertas preocupaciones comunes donde la realización de entrevistas a referentes es un recurso muy utilizado. En segundo lugar, temáticas que responden a intereses de comunidades más reducidas, como lo puede ser la problemática propia del trabajo del analista.

Desde su experiencia, el director de Acheronta expone que los temas que desarrolla desde lo personal se originan en la terapia que realiza con sus pacientes. Es así que los textos se construyen “desde los problemas que (los pacientes) me plantean, de las lecturas que yo voy haciendo y en función de eso surge todo lo demás”. Para Sauval la elección de una temática tiene que ver con este proceso, en donde el profesional está interesado en algo particular e investigando.

En continuidad con esto y haciendo referencia al modo de construcción de

publicaciones en la salud mental, Michel Sauval plantea la importancia de la elección del público, debido a la relevancia que adquieren en este campo las diferencias políticas, indica. Desde su perspectiva, “no funciona mezclar público general con público del campo de la psicología. Y no funciona porque las demandas son distintas.”

En esa misma línea, reflexiona acerca de cuáles son los requisitos o aptitudes que debe desarrollar una persona que se dedica a la comunicación de la salud mental. Y vuelve a hacer hincapié en que “es necesario que todo periodista sepa percibir las diferencias existentes en las políticas propias de cada corriente psicológica, como también saber abordar cada una de ellas.”

Por otro lado, y refiriéndose a las posibles limitaciones, Sauval considera que “es la propia formación. Me da la impresión de que a veces son eclécticos”, que “tienden a pasar por arriba las diferencias” y “este es un campo muy restringido ya que el mercado es chico, por lo que es importante saber cuidar las diferencias”.

Por último y en relación a la producción y distribución de publicaciones, Sauval desarrolla su propia perspectiva. Es así que sostiene lo necesario de que se produzca un cambio en el circuito de redacción, impresión y distribución de las publicaciones. Es decir, si “la publicación es previa a la distribución uno queda sujeto a las leyes del mercado capitalista porque lo que uno distribuye no es el texto sino que es el producto material, la revista, el papel que está atado a la producción de un objeto, material, precios, etc.”. En cambio, advierte, si la distribución es previa a la impresión, el productor de la revista se libera de esta situación anterior y “distribuye el texto no el objeto”. Según Sauval esta perspectiva y modalidad es lo que permite hoy que Acheronta tenga 30.000 suscriptos.

5.2.5 Revista El Sigma

El Sigma, es una revista de Psicología dirigida por el Licenciado Alberto Santiere. Se inicia como un proyecto comercial con el objetivo de difundir el psicoanálisis. Concebida desde un principio como red y buscando tener un alcance mayor a Capital Federal, la dirección de la revista se plantea como desafío la producción de una multiplicidad de secciones a fin de poder abordar el psicoanálisis desde diferentes perspectivas, es decir, “cubrir un espectro del psicoanálisis con una mirada plural”, expresa Santiere. Ejemplos de ello, son las secciones de cine y psicoanálisis; literatura y psicoanálisis, educación y psicoanálisis que posee la revista, entre otras.

El Sigma, en la actualidad, se presenta bajo un formato virtual y se dirige especialmente a profesionales de la psicología. Es mediante la difusión del psicoanálisis, expresa su director, que quienes forman parte de la publicación intentan hacer frente a “una especie de batalla feroz y desigual para que el mundo del tratamiento por la palabra siga teniendo peso en un momento en que todo se parcializa y se estandariza”.

Por tanto, además de ser un proyecto comercial, indica Santiere, El Sigma promueve un abordaje del ser humano “desde su particularidad”, convirtiéndose en “antídoto contra

la superficialidad de los tratamientos o aun peor la robotización del ser humano”.

En lo que se refiere a los criterios que intervienen en la elección de las temáticas, el Lic. Santiere indica que El Sigma se nutre básicamente de artículos enviados por profesionales y de entrevistas realizadas por colegas a escritores.

En lo respecta al público lector, el Lic. considera que existe un ida y vuelta por medio de la red mediante comentarios y consultas que los públicos realizan sobre algún texto o autor. Asimismo, agrega, este vínculo se construye a través de los diferentes eventos que la revista organiza, a partir de los cuales el equipo de El Sigma tiene la posibilidad de aproximarse a los lectores y conocer cuáles son sus intereses.

Reflexionando respecto al modo en que se ejerce el periodismo de salud en medios masivos, el director de El Sigma considera que no hay un criterio unánime. Sostiene que existe una tendencia a “la estandarización, a vender recetas sobre qué se debería hacer para poder superar un ataque de pánico”, como también “a desestimar la palabra y a darle un lugar muy fuerte a todo lo que tiene por detrás un andamiaje económico consistente como los laboratorios”.

En continuidad con esto, Santiere expresa que las posibles limitaciones que puede tener un periodista en el abordaje de la salud mental se relacionan con que el tiempo que se tiene en los medios es muy limitado si se lo compara con el tiempo que se necesita para la escritura. “Poder armar un medio, continúa, poder dirigir un lenguaje a un sector de gente, poder hacer que éste sea mas o menos claro o que tenga la suficiente pluralidad para que el que quiera identificarse con algo lo encuentre, creo que es difícil pero que vale la pena”.

Por último y haciendo referencia a la elaboración de publicaciones en salud mental, Santiere sostiene que es fundamental saber definir cuál es la razón que empuja la construcción de un medio.

De esta manera, manifiesta que existen muchas publicaciones que persiguen determinada corriente o ideología; que no se proponen un proyecto comercial y que son muy difíciles de mantener “como es el caso de Topía donde hay una orientación editorial clara a lo largo de todos los números”. Si embargo, expresa “cualquier emprendimiento a nivel conceptual y que responde a un público específico, salvo publicaciones que están sostenidas por factores de mercado que le permiten mantenerse en el tiempo (caso de las revistas médicas), necesitan de un emprendimiento comercial para poder sostenerse”.

En continuidad con esto, el director de El Sigma advierte que resulta más complicado cuando se trata de publicaciones que se abocan al psicoanálisis “porque la apuesta es a través de la palabra” y existen factores decisivos como los laboratorios – continua- que no poseen interés en apoyar un emprendimiento de este tipo.

Por tanto, lo “importante es encontrar la cohesión o el objetivo por el que estamos publicando, porque es la única manera de poder sostener una revista mas allá de los altibajos por lo que sea atravesada. Y es más difícil porque hay muchísimos sitios que no requieren de programación, como lo son los blogs”, concluye.



6. La opinión de los profesionales de la salud mental

6.1 Aportes metodológicos

Reconocer cuál es la percepción que profesionales de la salud mental tienen, respecto al tratamiento mediático que se realiza de su temática, lleva a ahondar en la valoración y crítica que cada uno de ellos sostiene respecto al ejercicio del periodismo en salud en medios de comunicación masiva.

De este modo el presente capítulo recoge el análisis realizado por cada uno de los profesionales, que hace hincapié no sólo en los aspectos positivos y negativos de este tratamiento y sus posibles causas sino también en cuáles son las expectativas de cambio a las que los profesionales aspiran para que la comunicación en salud mental, sea más real y menos “estigmatizadora”.

La técnica empleada para realizar estas indagaciones es la encuesta abierta semiestructurada. La misma se efectuó durante el desarrollo del IV Congreso Internacional de Salud Mental y Derechos Humanos a cargo de la Asociación de Madres de Plaza de Mayo realizado entre el 15 y el 18 de noviembre de 2007; y del III Congreso Argentino de Salud Mental desarrollado del 27 al 29 de Marzo del 2008. Además de ello, se llevan a cabo otras indagaciones en oportunidad de la conferencia efectuada el 26 de marzo de 2009 en la Universidad ISALUD cuya temática fue “Indicadores para establecimientos y servicios de Salud Mental”. Todos eventos realizados en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En último punto, se indaga también a productores de revistas de Salud Mental como también a profesionales que trabajan en el Hospital Nacional José T. Borda.

La muestra⁴⁴ elegida para realizar las indagaciones la conforma un grupo de profesionales que, desde sus diferentes disciplinas (psicología, psiquiatría, terapia ocupacional) trabaja en el campo de la salud mental y es público activo en los diversos eventos que se realizan en relación a la temática.

Por tanto, las indagaciones permiten reconocer también cuáles son los intereses de cobertura que tiene cada uno de ellos posibles lectores de la publicación que se presenta como tesis.

Cabe aclarar que el análisis que se realiza en el presente capítulo sólo se fundamenta en los sentidos construidos a través de la comprensión e interpretación de las encuestas realizadas y no en un estudio específico del tratamiento de las temáticas de la salud mental por parte del tesista.

6.2 Una aproximación a las formas de abordaje mediático de la salud mental

Avanzando en el análisis de las percepciones que los profesionales de la salud mental tienen respecto al tratamiento mediático de los temas del campo, una perspectiva desarrollada por el sector encuestado plantea la crítica a un abordaje sensacionalista y

⁴⁴ Ver Anexo, página 147.

distorsionado por parte de los medios de comunicación. De esta manera, señalan cómo la información que se difunde “se aborda desde un punto de vista muy vulgar y muy poco específico” a partir de la cual se intenta ‘atraer’ a los públicos mediante el impacto de lo negativo.

En correspondencia con esta información, los profesionales coinciden en lo necesario de que los *mass media* establezcan y utilicen una guía de estilo que los oriente en los modos de comunicar. Asimismo, sostienen que “la metodología que se utiliza para referirse a trastornos de salud mental no es la adecuada y a veces genera comportamientos perjudiciales” en la sociedad. Un ejemplo de ello, presentado por uno de los entrevistados fue el de Carmen de Patagones, donde la manera en que se difundió el hecho ocurrido generó una cadena de situaciones similares.

Es así que, la primer crítica planteada desde el campo profesional de la salud, se refiere a una política de comunicación particularmente “tremendista” evidenciada por el poco cuidado que, quienes están a cargo de la difusión tienen cuando comunican temas de salud mental.

En continuidad con esto, profesionales consultados se refieren a la importancia de que los medios de comunicación se conviertan en una herramienta de prevención de enfermedades y no en productores de miedos, prejuicios y “estigmas”. Al respecto, advierten que “no siempre es el miedo el que genera mayores éxitos” y que aunque en varias circunstancias logre resultados, puede generar también “otro tipo de conductas y sentimientos que afectan al ser humano, al ser social y no creo que este sea un camino positivo para la persuasión”, surge de una de las encuestas.

En esa misma línea, algunos de los profesionales señalan que un tratamiento sensacionalista puede obstaculizar la apertura de la sociedad para con aquellos que padecen alguna patología, por ello la importancia de que haya un cambio en las formas de comunicar estos temas. Como ejemplo, una de las encuestas se refiere a la telenovela “Vulnerables⁴⁵” la cual “no estigmatizaba la locura, sino que evidenciaba cómo las personas que hacían esta terapia llevaban sus vidas de manera normal y mostraba cómo la terapia aportaba y generaba cosas buenas”.

Continuando con este eje, una segunda crítica que comparten los profesionales encuestados es la “distorsión” que observan en los contenidos que difunden los medios de comunicación, refiriéndose a la misma como información que provoca en ciertos casos confusiones en los lectores.

En correspondencia con esta afirmación, los profesionales manifiestan la presencia de cierta tendencia de los medios a vincular “los trastornos emocionales, psíquicos o psicológicos que una persona pueda tener, con hechos o episodios que tienen que ver con lo delictivo”.

Como otra instancia de ejemplificación, los profesionales señalan otra forma de

⁴⁵ Es una serie de televisión emitida durante el año 1999 por la pantalla de Canal 13, en donde un grupo de terapia es el punto de encuentro de varios pacientes con diferentes problemas.

tratamiento que se relaciona con la difusión de un enfoque de “beneficencia” y/o “asistencialismo” de los temas a partir del cual los medios de comunicación- indica uno de los encuestados- le quitan al sujeto afectado la oportunidad “de ser, de desarrollarse como persona plena”.

Es así como surge desde los diferentes diálogos la preocupación por el lugar desfavorable que personas con trastornos y enfermedades mentales ocupan hoy en la sociedad y la manera en que se los percibe como persona.

Es frente a este panorama que los profesionales plantean un segundo desafío: hacer referencia a que los medios de comunicación no promuevan una imagen negativa del enfermo mental, es decir, desde la falta; sino que la reconstruyan desde las capacidades que tienen como persona.

De igual manera, sostienen la importancia de que aquellos que tienen a cargo la difusión de información en salud no hagan hincapié en el prejuicio y/o la morbosidad de los lectores, sino que intenten comenzar a abordar los temas en cuestión desde el debate, desde los diferentes discursos y perspectivas.

En relación a esto, algunos de los encuestados sostienen la importancia de “trabajar la desmitificación de la locura, de lo que vulgarmente se llama locura” para abrir paso a la integración y al tratamiento del tema como una cuestión social y comunitaria que involucra a personas. Aprueban además que el periodista introduzca en las comunicaciones el discurso científico, pero en alianza con los distintos tratamientos y las diferentes modalidades de acción que participan en la recuperación del enfermo.

Otra de las reflexiones que surge del análisis del tratamiento mediático de los temas de salud mental, hace referencia a la vinculación que los medios de comunicación establecen entre el padecimiento de una enfermedad mental y las situaciones sociales de pobreza y desamparo. En referencia a este hecho, critican la cobertura negativa que se realiza de los hospitales públicos como José Tiburcio Borda, Braulio A. Moyano, en comparación con la no cobertura mediática de instituciones y establecimientos privados que también trabajan la salud mental.

En esa misma línea, los profesionales observan cómo el modelo de propaganda y consumo actual influye en la comunicación de los temas de salud mental; lo que trae aparejado que se comprenda que una enfermedad funciona de una sola manera, generalizando y diciendo que, “todo es fobia o todo es bipolaridad”.

Desde esta perspectiva, los encuestados consideran que este modelo es determinante e imposibilita dejar “cuestiones abiertas y puntos subjetivos” en el desarrollo de un tema, eliminando así “la subjetividad de cada quien” lo que conlleva el riesgo de simplificar las cosas.

Reflexionando sobre cuáles son las posibilidades de transformación del abordaje de los temas de salud mental, los profesionales consultados sostienen la importancia de que el periodismo en salud se construya de manera más abarcativa y no haciendo únicamente hincapié en el discurso “hegemónico – biologicista”.

En continuidad con esto, aconsejan a que los medios elaboraren sus comunicaciones a través de la indagación y articulación con sectores y referentes alternativos a fin de poner en discusión los distintos conceptos e ideas que conviven en un mismo campo. “Bajar la información desde un lugar del debate, desde diferentes discursos y posiciones, desde las diferentes posturas ideológicas”, es lo que sugieren.

Algunos profesionales coinciden además en afirmar la importancia de que los nuevos medios no promuevan un tratamiento simplificado y degradado de la información, una visión reduccionista de los temas de salud.

Este tipo de tratamiento no lo consideran oportuno ya que el campo de la salud mental funciona de manera diferente en comparación con otros campos de la medicina; por lo que “en la salud mental hay que ir acostumbrándonos a que todo aquello que se dice es mucho y todo aquello que nos queda es poco, y que lo mayoritario son preguntas”.

Los medios de comunicación no comprenden este funcionamiento y “están en lo que se vende rápido, fácil y barato”. Buscan “dar una respuesta rápida para venderla y nace el tema de los libros de autoayuda donde lo que se busca es dar respuestas”, indican los entrevistados.

En cuanto a lo dicho, los profesionales sugieren que los medios no trabajen las temáticas y enfermedades “desde las certezas sino desde las preguntas”. Y esta perspectiva la consideran adecuada explican, porque las respuestas son siempre hipótesis y la salud mental tiene mas que ver con el preguntarse, concluyen.

Por último, otro de los temas que se aborda en las encuestas es el papel que asumen los medios como promotores del consumo de psicofármacos. Al respecto, los profesionales mencionan la continuidad con que los medios abordan “cuestiones neurológicas; de las neurociencias; de las investigaciones cerebrales” a diferencia de la falta de cobertura que se realiza de enfoques que dan “peso a la palabra de los sujetos, para saber qué les pasa y por qué”.

En continuidad con esto, los profesionales perciben cierta tendencia a la estandarización del periodismo de salud mental, donde se le asigna “un lugar muy fuerte a todo lo que tiene por detrás un andamiaje económico consistente como los laboratorios”. Agregan además, que “todo lo que se relaciona con los ataques de pánico y el modo en que se lo analiza, hace que todo apunte a la venta de psicofármacos, no al tratamiento elaborado”.

Por último, y en referencia a las temáticas que mayor cobertura tienen en los medios, los encuestados observan una constante presencia de temas de interés para un perfil de público que asiste a especialistas de la psicología, a diferencia de un escaso tratamiento de temáticas que se vinculan con patologías más severas. Lo mismo ocurre, señalan, con la insuficiente difusión de “políticas de salud mental que se están llevando adelante en los manicomios, los hospitales de día a los que sólo se accede mediante obra social, etc.” y que responden a otro tipo de clase social, concluyen.



**7. Etapa de gestión del proyecto Psicomed,
la pagina de periodismo en salud**

7.1- Características del proyecto

La publicación que se presenta como resultado del desarrollo de esta *Tesis de Producción* se enmarca en la categoría de revista virtual. La misma tiene por objetivo definir un sector al que se le dará cobertura; comprender desde el propio ámbito en donde se sucede el proceso de conocimiento médico-científico; relevar la información, dar forma a la misma de acuerdo a características editoriales prefijadas; y en esa línea, publicar la información.

De esta manera, la presente publicación se plantea como principal objetivo, dar a conocer, desde una perspectiva periodística, eventos científicos del área de la salud mental, considerando previamente que el profesional de comunicación tiene mucho para decir en esta área: comunicación y salud.

En esa misma línea, resulta preciso señalar que esta revista de carácter virtual es pensada a partir del lenguaje multimedial, de lecturas de productos -dado por la búsqueda de antecedentes que se consideró para la tesis-, y esencialmente, desde de la recuperación de los sentidos construidos -desde y por los comunicadores- en torno a la labor actual del periodismo científico y de salud.

Por tanto, es a partir de ésta constante búsqueda que se intenta comprender no sólo cómo se piensa, sino cómo se actúa y qué elementos se consideran fundamentales a la hora de la elaboración de producciones, textos y discursos, en esta área del periodismo que cada vez alcanza más relevancia.

En sus inicios, este proyecto de revista virtual tuvo como objetivo “presentar, invitar, cubrir y difundir eventos científicos del área de la salud”. Sin embargo, frente la necesidad de acotar el campo de cobertura de la revista y frente a la insuficiencia de información (observada a través en el relevamiento de medios presentado en el capítulo N° 3) difundida por los medios de comunicación sobre salud mental, se consideró oportuno focalizar sobre esta área de la salud generando un nuevo producto de comunicación que brinde la mayor cobertura posible sobre el campo en cuestión.

El dominio (NIC) de la revista que se presenta como resultado de esta investigación es “**Psicomed**”. La misma está destinada a dos públicos específicos: por un lado, a un lector que se encuentra familiarizado con los temas que aborda e investiga la sociedad científica: los profesionales de la salud. Por otro lado, a aquellos lectores que desde sus diversas disciplinas están interesados en profundizar sobre las temáticas referidas al campo de la salud mental.

Esta diversidad de públicos plantea un gran desafío en cuanto a la modalidad de desarrollo de los temas. En ello se incluye la necesidad de mantener un equilibrio, es decir, por un lado utilizar un lenguaje apto y comprensible para quienes no son expertos y por otro no perder el nivel de escritura que merecen los temas a abordar.

7.2 Imagen y Estética Multimedial

a. Organización de la información

La organización de la información de un sitio Web es un aspecto fundamental que permite el óptimo funcionamiento de un sitio; la permanencia y entendimiento del usuario y su fácil interacción. De igual manera, cuando la información es variada, es necesario que se la agrupe en bloques más pequeños y coherentes.

En el caso de *Psicomed*, los contenidos se encuentran organizados en nueve secciones, las cuales se disponen en el sitio de manera horizontal. Es a partir de su página principal o *home* que se establece el vínculo con estas subdivisiones y es a través de cada una de ellas que se tiene acceso a la información recabada de acuerdo a criterios de búsqueda prefijados. La división y conceptualización de los diferentes subtemas, los cuales describen de manera precisa su contenido, tiene como fin hacer de la navegación un acto sencillo y claro.

Por su parte, cada una de las secciones se identifica con un color diferente. Esta particularidad tiene dos objetivos: en primer lugar, diferenciar *Psicomed* de toda publicación producida por profesionales de la salud, en donde suelen utilizarse en todo el sitio no más de dos colores en sus distintos valores. Por lo que, mas allá de que *Psicomed* aborde cuestiones referidas a la salud, se plantea la necesidad de realizar un quiebre en el diseño propio de las revistas digitales de este campo a fin de dar paso a una forma menos rígida y no por ello menos seria.

En segundo lugar, se pretende vincular la multiplicidad de colores plasmados en las secciones con la multiplicidad de abordajes que la publicación presenta de un mismo campo o tema que es la salud mental. De esta manera, podemos observar cómo una misma temática, es abordada en la página a través de una entrevista, de la cobertura de un congreso, de una nota de actualidad, etc.

Desde una perspectiva global, la estructura de *Psicomed* presenta en la parte superior una animación *flash* en donde rotan de manera continuada diferentes fotografías de Congresos realizados en el país. Esta característica intenta dar dinamismo a la página y captar rápidamente la atención del lector.

En cuanto a la disposición de los elementos, *Psicomed* se organiza en un marco de tres columnas. La primera de ellas, está destinada a la publicación de las más recientes coberturas periodísticas realizadas, en lo que se refiere al ámbito de los eventos. De la misma forma, la segunda columna se caracteriza por comunicar los últimos informes publicados, independientemente de la sección a la que pertenezcan. Este modo de organización permite que el usuario, de manera inmediata, reconozca cuáles son las últimas temáticas abordadas por el medio.

En lo que respecta a la tercera columna, la misma se encuentra estructurada (y esto se repite en la totalidad de las secciones) en dos espacios bien definidos. Por un lado, un

espacio destinado a la publicación de los próximos eventos a realizarse en el país. Por otro, un apartado cuyo fin es la realización de encuestas al usuario.

b. Estilo de Titulación y uso de Imágenes

Los artículos de *Psicomed*, se estructuran de acuerdo al modelo reconocido para la presentación de noticias en publicaciones gráficas. Es decir, volanta, título principal, bajada y desarrollo de la noticia.

Los titulares en su generalidad son informativos o, en el caso de las coberturas de eventos o publicación de entrevistas, expresan citas de expositores relacionadas con la temática que se aborda en el texto.

En referencia a la publicación de imágenes, éstas apuntan mayoritariamente por ilustrar los informes periodísticos mediante fotografías de congresos, expositores, como también personajes entrevistados.

En cambio, no se presentan imágenes impersonales, por Ej.: familias o personas que manifiestan un buen estado de salud, característica propia de publicaciones dirigidas por profesionales de la salud. Esto también intenta marcar la diferencia entre publicaciones médicas y publicaciones con desarrollo periodístico.

c. Logotipo

Combinando el color anaranjado y blanco, el logotipo de *Psicomed* está compuesto por dos circunferencias desfasadas que surgen del reconocido número áureo.

El número áureo es un número algebraico, caracterizado por poseer propiedades particulares. El mismo fue descubierto en la antigüedad “no como ‘unidad’ sino como relación o proporción entre segmentos de rectas”⁴⁶. Esta proporción puede hallarse en figuras geométricas como en la naturaleza en elementos como las caracolas, nervaduras de las hojas de algunos árboles, el grosor de las ramas, proporciones humanas, etc.

d. Tipografía

La tipografía utilizada en cada uno de los informes es de tipo Arial 12, la cual se caracteriza por ser de fácil lectura en las pantallas. Asimismo, se utilizan letras negras y fondo blanco en los textos y en algunos casos letras de color naranja para los títulos de los informes. Por otro lado, la tipografía utilizada para el nombre de la revista es Fixedsys. Su elección alude al sistema de las primeras maquina de escribir, las cuales facilitaron la escritura periodística. De esta manera, a través de esta tipografía, se intenta motivar la identificación de *Psicomed* con un sitio periodístico.

⁴⁶ Puede consultarse en <http://www.acmor.org.mx/cuam/2009/Fisico-Mate/108-CUAM%20Mor-Numero%20aureo.pdf>

El eslogan que acompaña al nombre Psicomed utiliza la tipografía Arial.

e. Forma de lectura

Los artículos ubicados en cada sección se organizan mediante bloques, a partir de los cuales, haciendo clic, se puede ingresar a la nota seleccionada.

Los informes que aparecen en primer lugar, son los que mayor actualidad, mientras que los que le prosiguen han sido publicados con anterioridad. La forma de búsqueda de estos archivos como también la lectura de cada texto (una vez ingresado al mismo) se realiza mediante el movimiento de *Scroll* (movimiento en la pantalla, de arriba hacia abajo).

7.3 Definición de las funciones del sitio

Como se detalló anteriormente, *Psicomed* está organizada en nueve secciones dispuestas de manera horizontal.

La primera de ellas, denominada **Informes Especiales**, está destinada a agrupar trabajos realizados por instituciones que se dedican a la investigación y análisis de la salud mental como también a la divulgación de informes y/o legislaciones presentadas por el Ministerio de Salud de la Nación y Organismos Internacionales de Salud (OPS, OMS, etc.). Como se menciona en el anterior subtítulo, cada uno de los artículos cargados en la Web se organiza de acuerdo a la fecha de publicación, por lo cual, los más actuales estarán en primera plana.

La segunda sección que presenta *Psicomed* se denomina **Cobertura de Congresos**. Esta es la principal sección que presenta el sitio, cuyo objetivo es presentar la cobertura periodística de eventos del campo de la salud mental que se realizan en el país, es decir, información sobre lo alcanzado en cursos, seminarios, conferencias, jornadas y simposios, entre otros.

El objetivo de esta sección es permitir que el público lector, independientemente de asistir a los eventos, pueda consultar a través de Internet los principales temas desarrollados en cada uno de ellos. Es importante advertir que la cobertura de eventos sólo se efectúa en el ámbito nacional y que, sólo en situaciones particulares, podrá contarse con recursos audiovisuales para visualizar fragmentos de las conferencias asistidas o entrevistas realizadas. Este recurso, que se efectúa a través un enlace con el sitio de www.youtube.com, se aloja en la sección denominada "**Video-conferencias**", ubicada en un quinto lugar. También será utilizado para la publicación de videos de interés relacionados con la temática.

En continuidad con esto, la sección **Entrevistas** ocupa un tercer lugar y tiene como fin la publicación de reportajes realizados a los principales protagonistas/expositores de los Congresos como así también a actores referentes del periodismo de salud y de salud

mental.

En esa misma línea, y a posterior se encuentra la sección de **Noticias y/o Novedades** que tiene como objetivo la difusión de noticias vinculadas al campo de la salud mental. En ello se incluye el tratamiento de enfermedades como autismo, depresión, bulimia, anorexia, parkinson, alzhéimer, estrés, trastorno bipolar y cuestiones ligadas a la salud mental comunitaria como a las políticas actuales de salud mental.

En un sexto lugar, *Psicomed* presenta la sección de “**Productos editoriales**” que tiene como fin ofrecer información sobre los últimos libros editados y dispuestos en el mercado, sección a partir de la cual el público cuenta con una breve reseña de los mismos, como también - en algunos casos- con la cobertura de su presentación.

Por último, en las tres secciones siguientes, se observa un espacio dedicado a realizar una breve descripción de “**Quiénes somos**”, donde se manifiesta la historia y objetivos de la publicación; en segundo lugar un espacio que describe cuáles son las **Condiciones de Uso** del Sitio Web de referencia y por último un medio de **Contacto** a través del cual se promueve un ida y vuelta con el público lector.

En lo que respecta a “**Psicomed Noticias**” (ubicado en la tercera columna), su función es anunciar fechas y lugares de los próximos Congresos a realizarse en el país en relación a la temática de salud mental. De la misma manera, por debajo de este espacio, se encuentra un apartado denominado “**Encuestas**” a partir del cual se pretende conocer la opinión e interés del público lector en relación a las temáticas a abordar en el medio, entre otras.

7.4 Intereses de públicos potenciales

Más allá de que este proyecto de producción tenga como objetivo principal la cobertura de congresos en salud mental a nivel nacional, se presenta a continuación, retomando las encuestas⁴⁷ que se realizaron para abordar el capítulo N° 6, un conjunto de apreciaciones referidas a cuáles son los intereses de cobertura que tiene uno de los posibles lectores potenciales de *Psicomed*: los profesionales de la salud mental.

De esta manera, las encuestas revelan cierto interés de los profesionales por la divulgación de información referida a “experiencias vinculadas a formas de atención a las personas que sufren trastornos o enfermedades mentales”, experiencias que se realizan a nivel de lo comunitario, no institucional.

De igual manera, mencionan lo interesante de poder conocer sobre nuevos trabajos y nuevas técnicas a cargo de colegas; “literatura gris” lo denominan cuando se refieren a aquella información que producen varios hospitales y “que no siempre son de carácter científico pero que aportan nuevas miradas y que muchas veces no son publicadas en ningún lugar, quedando en la difusión interna”.

Asimismo, a partir de las encuestas los profesionales manifiestan la importancia de

⁴⁷ Ver Anexo, página 132.

que se trabaje o comunique “desde una experiencia concreta”, no “desde la generalidad”; como también de que se realice una comunicación a través de “experiencias significativas e interesantes de progreso y avance, no solamente de los problemas”.

Por otro lado y en referencia a la cobertura de eventos, varios encuestados muestran interés en la difusión de “talleres que se realizan en hospitales, en centros de salud” como también de actividades académicas abiertas a la comunidad. Apuestan a que se realice una “articulación mayor con referentes alternativos dentro de salud mental” y no solamente la cobertura de congresos de alta envergadura.

Finalmente, son estas inquietudes planteadas por los profesionales encuestados, las que marcan algunos ejes a abordar en el desarrollo de *Psicomed*.



8. Bibliografía

- ABADAL FALGUERAS, Ernest; RIUS ALCARAZ, Lluís (2006). «Revistas científicas digitales: características e indicadores ». En: ROCA, Genís (coord.). La presencia de las universidades en la Red [monográfico en línea]. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC). Vol. 3, n.º 1. UOC.
http://www.uoc.edu/rusc/3/1/dt/esp/abadal_rius.pdf
- ECO, Umberto « Lector in Fábula »; Editorial Lumen, España. 1981.
- ISER, Wolfgang « El proceso de lectura, en Estética de la Recepción » , Visor, Madrid, 1989
- SAINTOUT, Florencia « Los Estudios de Recepción en América Latina ; Ediciones de Periodismo y Comunicación.
- IANNELLO, Susana Catalina « Realizaciones de la Red de Comunicación en Salud en Argentina »
- PALOMINO VALLEJO, Hugo « El enfoque de Comunicación para el desarrollo de Proyectos de Salud »; Proyecto “Estrategias de Comunicación en Salud”.
- PEREIRA G., José Miguel « Comunicación, desarrollo y promoción de la salud: Enfoques, balances y desafíos » Texto presentado en el III Congreso Nacional de Comunicación y Salud y I Congreso Latinoamericano de Comunicación y Salud en Cochabamba, Bolivia, 3 al 6 de septiembre de 2003.
- CARRILLO, Ramón « Plan Sintético de Salud Pública (1952 – 1958) »
- ACUÑA, Carlos H. « El sistema de Salud en Argentina » Documento 60; Marzo 2002.
- GAITÁN MOYA, Juan A. y PIÑUEL RAIGADA, José L., « Técnicas de Investigación en Comunicación Social ». Elaboración y Registro de datos. Editorial Síntesis, S.A.
- Revista RAZÓN Y PALABRA, Número 26: « Comunicación, periodismo, salud y desafíos para el nuevo milenio » por WAISBORS, Silvio y COE, Gloria;
<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n26/swaisbord.html>
- Revista CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación; Número 63 « Comunicación en Salud» por COE, Gloria A; *<http://chasqui.comunica.org/coe.htm>*
- KOLDO MESO AYERDI « Nueva Profesión: periodista digital »; Número 81 del año 2003.
- BATTISTELLA, Gabriel « El proceso salud enfermedad » Puede leerse en *<http://www.scribd.com/doc/5057353/El-proceso-salud-enfermedad>*
- Carta de Ottawa para la Promoción de la salud. Puede leerse en *<http://www.cepis.ops-oms.org/bvsdeps/fulltext/conf1.pdf>*
- MOSQUERA, Mario. "Comunicación en Salud: Conceptos, Teorías y Experiencias". Se puede leer en el sitio Web *<http://www.comminit.com/en/node/150400>* .
- Trust and Sources of Health Information. The Impact of the Internet and Its Implications for Health Care Providers: Findings From the First Health Information National Trends Survey. Arch Intern Med. 2005

- « Políticas Científicas de la Comunicación ». Un enfoque estratégico desde la Universidad Pública. Ediciones de Periodismo y Comunicación Social N°10. FPyCS – UNLP. Octubre de 1998.
- BOURDIEU, Pierre; Chamboredon, Jean-Claude; Passeron, Jean-Claude. El Oficio de Sociólogo. 1° era. edic. 1° era. Reimpresión. Buenos Aires. Siglo XXI Editores. 2004. En “El orden epistemológico de razones”.
- Declaración de Alma – Ata. Puede leerse en <http://www.alma-ata.es/declaraciondealmaata/declaraciondealmaata.html>
- Revista de la Universidad y Sociedad del Conocimiento. Vol. 3 N° 1. Abril de 2006. Puede consultarse en la dirección electrónica: http://www.uoc.edu.com/rusc/3/1/dt/es/abadal_ruis.pdf
- ORIHUELA, José Luis. « Los 10 Paradigmas de la e-Comunicación » Publicado en la dirección electrónica: <http://www.agetec.org/ageteca/Los%2010Paradigmas%20de%20la%20e-Comunicacion.pdf>
- CASTAÑEDA, Eduardo. « La tradición del oficio, como base del periodismo en línea » Noviembre del 2000, Año III, Vol. 2. En la dirección electrónica <http://www.saladeprensa.org/art163.htm>
- SALAVERRIA, Ramón. « Diseñando el lenguaje para el ciberperiodismo » Revista Chasqui, N° 98. Quito, Ecuador. Junio de 2007. El artículo puede ser consultado en la dirección electrónica: <http://chasqui.comunica.org/content/view/102/59/>
- « La percepción de los argentinos sobre la investigación científica en el país » Segunda Encuesta Nacional. Año 2006. Dada a conocer por el Observatorio Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva. Puede ser consultado en www.observatorio.mincyt.gov.ar/docs/Informe_Final_2007.pdf
- WAISBORD, Silvio y COE, Gloria. « Comunicación, periodismo, salud y desafíos para el nuevo milenio » Revista Razón y Palabra, N° 26. El artículo puede ser consultado en la dirección electrónica <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n26/swaisbord.html>
- «Hacia la Formación de Periodistas en Salud. Propuesta de Bases Curriculares para América Latina». El artículo puede ser consultado en la dirección electrónica <http://www.paho.org/Spanish/HSP/HSR/HSR05/peysa.htm>
- Revista CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación; Número 71; « Periodismo de Internet » por GARCÍA VILLA, Hilda. El artículo puede ser consultado en la dirección electrónica <http://chasqui.comunica.org/garcia71.htm>
- Revista CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación; Número 72; « Las Facultades de Comunicación en el umbral de la era Internet » por DE MORAGAS SPÀ, Miquel, El artículo puede ser consultado en la dirección electrónica <http://chasqui.comunica.org/moragas72.htm>
- Revista CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación; Número 80;

- « El rediseño del periódico: nueva vitalidad y aproximación » por GARCÍA, Mario R. El artículo puede ser consultado en la dirección electrónica <http://chasqui.comunica.org/80/garcia80.htm>
- PETRACCI, Mónica. « Salud, Derecho y Opinión Pública ». Editorial Norma. Junio 2004.

Eventos Asistidos

- VII Congreso de Salud Mental y Derechos Humanos, organizado por la Universidad Popular Madres de Plaza de Mayo.
- VIII Congreso de Salud Mental y Derechos Humanos, organizado por la Universidad Popular Madres de Plaza de Mayo.
- III Congreso Argentino de Salud Mental, organizado por la Asociación Argentina de Salud Mental
- Jornada Abierta ISALUD – IGESAM “Indicadores para establecimientos y servicios de Salud Mental: Diseño, selección e interpretación”.

Páginas de Internet visitadas

- Organización Mundial de la Salud: <http://www.who.int/es/>
- Organización Panamericana de la Salud: http://www.paho.org/default_spa.htm
- Ministerio de Salud: <http://www.msal.gov.ar/htm/default.asp>
- Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología: <http://www.me.gov.ar/>
- Portal de los estudios de Comunicación : www.portalcomunicación.com
- Portal Programa Infosalud: www.programainfosalud.com

Revistas en Salud visitadas:

- Faba Informa: <http://www.faba.org.ar/fabainforma/408/>
- Consultor de Salud: <http://www.consultordesalud.com.ar/>
- The Journal of the American Medical Association: <http://jama.ama-assn.org/>
- The New England Journal of Medicine: <http://content.nejm.org/>
- Annals of Internal Medicine: <http://www.annals.org/>
- Revista Psyche Navegante: www.psyche-navegante.com
- Revista Topia: www.topia.com.ar
- Revista Acheronta: www.acheronta.org
- Revista El Sigma: www.elsigma.com
- Revista Psicoanálisis y el Hospital (Publicación Gráfica): <http://www.psiconet.com/psa-hospital/>

Tesis:

- ZAZO, Sabina M. « El aporte de la comunicación a las empresas que brindan servicios de Salud »
- STAFFORTE, Luciana y PIERONI, Ángela « Planificación comunicacional y promoción de la Salud »



INDICE DEL ANEXO

Anexo 1	Entrevistas realizadas a periodistas en salud.	Pág. 73
Anexo 2	Entrevistas realizadas a profesionales y productores de revistas de salud mental.	Pág. 102
Anexo 3	Encuestas realizadas a profesionales de la salud mental.	Pág. 132
Anexo 4	Tablas en Excel correspondientes al relevamiento elaborado en el capítulo n° 3.	Pág. 147
Anexo 5	Capturas del sitio Psicomed/ Periodismo en salud	Pág.150

Cuestionario

El siguiente cuestionario fue elaborado, a modo de guía, para organizar la interacción con los entrevistados: los periodistas en salud. Sus preguntas han funcionado como disparadores, por lo que en su curso se han añadido y eliminado algunas de ellas.

Se trata de un cuestionario abierto, de respuesta libre y de preguntas no absolutamente predeterminadas pero sí con un guión preestablecido.

1. ¿Cómo y cuándo comenzó a trabajar como periodista en salud?
2. ¿Tuvo dificultades al momento de comenzar a comunicar temas de ciencia y salud?
3. Actualmente, ¿en medios ejerce el periodismo en salud?
4. Trabajando en esta área, ¿Cómo y desde dónde prioriza ante tanta información?
5. En los últimos años, este espacio en el medio ¿ha crecido o se ha reducido en cuanto al número de noticias publicadas y en coberturas hechas? ¿Por qué?
6. ¿Considera relevante generar periodistas especializados en la cobertura de temas en salud, si en su mayoría los espacios que alcanzan para publicar están en la sección sociedad?
7. Y en cuando al trabajo diario, para usted ¿de qué competencias debería apropiarse un periodista para poder trabajar en el área de salud?
8. ¿Entiende que se dan limitaciones al momento de ejercer el periodismo en salud?
9. ¿Ha realizado cobertura de eventos? Según su experiencia, ¿Qué cuestiones se deben tener en cuenta o qué recomendaría al momento de realizar este tipo de trabajo?
10. ¿Cuál considera que es la manera más efectiva de presentar la información de la cobertura de un evento?
11. Ante esto, ¿cómo ve la posibilidad del desarrollo de nuevos medios dedicados a la cobertura de hechos y eventos de carácter médico?

Las entrevistas que se presentan a continuación, son desgrabaciones textuales, donde no se ha realizado ninguna adaptación o modificación de la forma.

Matías Loewy, Periodista científico, miembro desde su fundación de la Red Argentina de Periodismo Científico. Redactor y subeditor responsable de la sección de Ciencia y Medicina de la Revista Noticias, actualmente es editor senior de la revista Newsweek Argentina.



Entrevista

- **¿Cómo y cuándo comenzó a trabajar como periodista en salud?**

Comencé estudiando Farmacia y me recibí en el año 1992. A los 5 meses de haberme recibido gané una beca que daba la Fundación del Banco Provincia de Buenos Aires para formar en periodismo científico en el Instituto Leloir, llamada en ese momento Fundación Campomar. Era una época en que todavía no estaba tan desarrollada la carrera de Comunicación y donde prácticamente no había periodistas que escribieran sobre temas de ciencia y medicina en los medios. Este fue un año de formación intensa para mí y después de eso empecé a colaborar en medios. En el año 1994 empecé a colaborar sistemáticamente en la Revista Noticias y seguí luego trabajando de forma permanente y la verdad es que todos los años estuve concentrado en temas de ciencia y salud. Creo que en parte fue por eso, por mi formación inicial y por el perfil de la beca que gané en ese momento.

- **¿Tuvo dificultades al momento de comenzar a comunicar temas de ciencia y salud?**

Creo las dificultades existieron y existen porque el hecho de tener una carrera de grado en algo significa una introducción acorde a una gama variada de temas, pero cuando vos tenés que comunicar ciencia o ramas tan diversas de la medicina te enfrentas con desafíos en donde no te sirven los conocimientos previos. Creo que hay obstáculos básicos/clásicos para el periodismo de salud y de ciencia que también son diferentes.

En referencia a esto, el punto más importante es el mecanismo de transformación o adaptación, el tema de poder explicar o hacer entender a personas que no son especialistas de determinado campo, terminología, conceptos, metodologías que son totalmente diferentes a la experiencia cotidiana; transformar en atractivo lo árido; poder transferirle a un texto de ciencia o medicina toda la

vibración o la atención que tienen otras zonas del periodismo porque en definitiva cuando vos estás en un medio que no es especializado tenés que estar combatiendo en el espacio con el policial, con el deportivo, entonces ese creo que es el principal desafío o diferencia entre el periodismo de ciencia y otras ramas del periodismo, que es esta cierta cuestión de trabajar con una jerga compleja y que vos tenés que tratar de bajarla.

En el periodismo médico está el elemento agregado de la dimensión o el impacto potencial que puede tener la comunicación médica sobre las personas, hay como un elemento adicional que tiene que ver con que el periodista no se preocupa mucho por la manera en que el lector recibe determinada información cuando escribe sobre política, economía. Ahora en el caso del periodismo médico, el periodista cuando comunica una información de salud tiene que tener en cuenta por lo menos esta dimensión, no paralizarse, no autocensurarse pero sí tener en cuenta que la información que está escribiendo puede potencialmente tener algún impacto sobre el lector que puede ser positivo pero que también puede llegar a ser negativo, porque puede generar expectativas, desmesurar medidas. Y personalmente a mí, fue aprender herramientas de comunicación, donde me encontré también con un discurso y con exigencias diferentes a las que tenía antes de empezar y cambiar de profesión, pero yo creo que sí, que no desaparecen las dificultades y esto de tener que transmitir o traducir una información técnica compleja es algo inevitable.

○ **Actualmente, ¿en medios ejerce el periodismo en salud?**

Actualmente lo hago en Revista Noticias. Lo hice en forma exclusiva por casi diez años en la sección de ciencia y salud pero desde diciembre, aunque siga escribiendo y supervisando para estas áreas lo hago también para otras secciones. Cuando me toca escribir a mí siempre lo hago para ciencia o salud pero sí superviso notas internacionales, de política, economía, etc. Sin embargo, yo me asumo como un periodista de ciencia que a veces le toca trabajar sobre otros temas pero básicamente me siento cómodo en este lugar.

○ **Trabajando en esta área, ¿Cómo y desde dónde prioriza ante tanta información?**

Creo que las variables no son muy diferentes a las que entran en juego cuando uno evalúa la noticiabilidad de cualquier acontecimiento: el valor de novedad, la extensión, cuánta gente potencialmente se puede sentir involucrada por lo que uno cuenta. En ciencia y medicina hay una dimensión que es la singularidad, que tiene que ver con la rareza que posee cualquier tema que trate por ejemplo alguna enfermedad que afecta a muy pocos pero, como tal, no deja de ser interesante. Esto es

muy válido en ciencia; son elementos que al momento de mencionar el desarrollo o el impacto de un tema, se toman en cuenta. Y a su vez, cierto glamour; es decir hay temas que son más atractivos para los medios que otros, por Ej. es más lindo hablar sobre estrés o colesterol que hablar sobre las varices, sobre el Chagas. Es como que la selección de los temas a veces está orientada por el perfil, la idealización o el imaginario que uno tiene sobre la pertenencia social y los intereses del lector modelo, que todos los periodistas tenemos en nuestra mente. Entonces imaginamos: cómo es el lector que nos lee, imaginamos cuáles son sus intereses y eso es un fenómeno que ocurre. Se orienta a elegir determinados temas porque uno imagina que son más próximos a la esfera de intereses del lector aunque desde el punto de vista epidemiológico haya otras problemáticas de salud más preocupantes. Por ejemplo, el alcoholismo es un tema que afecta a las capas sociales bajas que no suele ser el lector de una revista como puede ser Noticias.

- **En los últimos años, este espacio en el medio ¿ha crecido o se ha reducido en cuanto al número de noticias publicadas y en coberturas hechas? ¿Por qué?**

Considero que ha crecido, de hecho hay estudios que demuestran la presencia de notas de ciencia y medicina en los medios que es bastante importante. Por ejemplo el estudio de redes, expone que hay diarios que en el 100% de las ediciones publican por lo menos una nota de ciencia o medicina, una situación que antes no existía. ¿Y el porqué de esto? Creo que no se puede atribuir a un hecho en particular. Es cierto que se han ido formando más periodistas de ciencia; este programa donde yo me formé nutrió y sigue nutriendo a periodistas de ciencia de muchos medios, pero creo que no es el único factor. Internacionalmente, los medios han comenzado a incluir más temas de ciencia y medicina y eso se reflejó un poco en los medios argentinos. Argentina tuvo Premios Nobel de ciencia, pero más allá de lo importante que fue y de que los medios pusieran toda su atención hacia estos hechos y entrevistara sus protagonistas, esto no produjo después una presencia sistemática y sostenida de los temas de ciencia sino que fueron como celebridades pero luego se bajó. El hecho de la presencia sostenida y sistemática de estos temas indudablemente es porque a los lectores les interesa pero el origen, cómo se fue dando, lo desconozco. A veces me siento tentado a pensar que tiene que ver con esfuerzos o decisiones de algunos medios. No se por Ej. si hubo un momento, en que D' Amico - Secretario de Redacción de La Nación -impulsó y dio aire para que aparezca ciencia en todos los números; a veces es una persona que por ahí estuvo en otros países y vieron que los medios ahí funcionaban de otra manera.

- **¿Considera relevante generar periodistas especializados en la cobertura**

de temas en salud, si en su mayoría los espacios que alcanzan para publicar están en la sección sociedad?

No me parece relevante que tenga una sección distinta sino aún más que exista la disposición. Por ejemplo, uno podría decir que Clarín no tiene una sección específica pero la verdad es que en todos los números aparecen notas. El editor de Sociedad sabe que en las cuatro o cinco páginas que tiene, uno o dos temas de salud van a incluir. Creo que es irrelevante el espacio a una sección específica en la medida en que el editor de la sección donde aparecen tenga la apertura o el interés de incluir temas de ciencia y medicina. Sí es interesante y sería bueno que desde los editores sean concientes de la importancia de estos temas, pero fuera de eso no hay otro requisito.

En cuanto a la formación, creo que es importante, porque hay algunas herramientas que son importantes tener en cuenta. Yo creo que aquellas notas que produzca un periodista que tenga algún tipo de manejo o conocimiento del terreno donde se mueve, en comparación con periodistas que tengan que cubrir temas actuales de salud sin un mínimo conocimiento de cómo es la dinámica de producción, estos últimos pueden encontrarse con debilidades.

Conocer que existen diferentes niveles de evidencia del conocimiento médico; que hay una dinámica de producción del conocimiento médico en trabajos presentados en congresos y revistas; que es diferente que alguien diga el veneno de la avispa te cura del Reuma de que alguien publique un trabajo demostrándolo, esto mínimo que tiene que ver con manejarte, que hay niveles de jerarquía de las publicaciones médicas, o niveles en los propios congresos; no es lo mismo publicar un trabajo en una revista que médica que presentar un informe preliminar en un congreso. Estas cosas muy básicas el periodista de salud debería manejar, no para dejar de publicar temas sino para mejorar el nivel de cobertura.

- **Y en cuando al trabajo diario, para usted ¿de qué competencias debería apropiarse un periodista para poder trabajar en el área de salud?**

Creo que hay una rama del periodismo, que es una rama de precisión que tiene que ver con la necesidad de ser riguroso. Ser escéptico. No creer a pie de puntillas lo que te dice alguien, aunque sea un médico, perderle el respeto al médico, es decir, no pensar que la portación de un título inmediatamente le transmite un grado de certeza o veracidad; contrastar la información que están dando. Alguien decía que cuando mayor era la afirmación de una persona, mayor era el nivel de incidencias que te tenía que aportar. Uno parte de la base, de que el dominio de la forma de poder transmitir términos complejos en un lenguaje sencillo, ser atractivo, organizar bien el texto, lo tiene pero, sí creo que es inevitable y lo que mejoraría

mucho la cobertura de salud en los medios es tener ese tipo de valoración de la información cuando la recibís. A veces lo que falla es esto, no la realización del texto, el encabezado sino desde el punto de vista de ese análisis previo que uno le da a la información para dimensionar su despliegue, qué voces consultar.

- **¿Entiende que se dan limitaciones al momento de ejercer el periodismo en salud?**

Creo que es cierto que la primera pregunta que uno podría hacer a cualquier persona es de qué manera un periodista que no es un médico, o un científico puede cuestionar un conocimiento que se está diciendo. Es cierto que vos a priori no tenés o no podés tener el dominio técnico como para poder cuestionar pero sí podés comprobar que lo que esta persona te está diciendo es algo coherente, y si más o menos está alineado con lo que piensan otros colegas en el área; hay 15 o 20 preguntas básicas que vos deberías poder hacerle como periodista al científico. No directamente hacérselas vos, pero si primero preguntártelas vos mismo en cuanto a preguntas que podrías hacerle al tema y que van a permitir subsanar ese déficit que puede haber en términos de conocer el tema pero que te van a poder permitir evaluar la rigurosidad o la validez que tiene esa información que te están transmitiendo.

En ciencia y medicina a diferencia de la política, donde todas son opiniones, es más difícil pero es más fácil porque hay una prueba de verdad muy rápida que son los trabajos científicos, médicos, los congresos, las revistas especializadas, las cuales son instancias desde donde los profesionales serios comparten y construyen el conocimiento a partir de la publicación de sus investigaciones. Vos podés no saber del metabolismo de los huesos pero vos le podés preguntar a cualquier persona que te este hablando del tema, si lo publicó en algún lado; si lo presentó; con cuántos pacientes se realizó la investigación; cuál es su experiencia; cuál es la opinión de médicos y científicos respecto a lo que este médico demostró; si piensan de la misma manera. Hay controles básicos de calidad que vos podés hacer. Por eso digo, la limitación primera es esa, vos estas trabajando en un terreno que no manejas desde el punto de vista técnico pero vos tenés herramientas que podés utilizar para reducir esta limitación.

Creo que es importante pensar a dónde está orientado el producto que vos estás haciendo y a quien va a estar dirigido, y desde ahí, introducirse en la cabeza de ese público y tratar de preguntarle y repreguntarle al científico todo lo que esa persona le va a ser interesante saber. Rompo, quiebro el discurso de ese médico que me está hablando y le pregunto aquellas cosas que siento que al lector le van a interesar. Además el hecho de que vos escribas también para un público en general hace que el médico baje el registro de lenguaje y haga un esfuerzo para simplificar

determinada terminología. Yo creo que en la práctica no debería plantear mayores dificultades. Hay una cuestión de experiencias y habilidades que se van desarrollando con los años y hacen que vos estés alerta y atento, y que tengas ciertas preguntas de cabecera que siempre te van a servir que inicialmente no. Es importante al escuchar, entender todo lo que el médico esté diciendo porque sino tus lectores tampoco podrán entender lo que estas diciendo.

En cuanto a producciones dedicadas a médicos, uno como periodista puede hacer un muy buen producto para este sector sin tener formación científica, pero es un desafío mayor. Esto tiene que ver con que se tiene una dificultad adicional y es que el propio médico quien va a hablar de manera diferente si el producto va dirigido a otros médicos que si está orientado al público en general.

Creo que el mayor pecado son esas entrevistas donde dejás hablar al médico y es él el que te conduce la conversación y vos como estas trabajando en un terreno donde sentís que no tenés demasiado dominio, lo dejás. Creo que hay que perder ese temor, como te dije hoy, y preguntar, insistir.

○ **¿Ha realizado cobertura de eventos?**

Si.

○ **Según su experiencia, ¿Qué cuestiones se deben tener en cuenta o qué recomendaría al momento de realizar este tipo de trabajo?**

Los congresos en general son muy variados. Potencialmente vos tenes ahí cientos de historias y vos lo que debes hacer es una preselección de qué temas vos querés cubrir. Nunca le vas a poder contar a alguien, todo lo que se hizo en ese congreso. Dos puntos: frente a un congreso creo que no sirve el formato de crónica por Ej. te voy a contar que el congreso hablo esto, tal persona dijo esto, no. Porque en los congresos siempre se habla de los mismos temas solamente que hay avances importantes. Creo que hay que identificar ejes; si es un congreso de psiquiatría cognitiva identificar un punto, un foco de dos o tres temas y construir la historia alrededor de esos temas, creo que eso es lo importante. En términos de recursos y de esfuerzos y además porque hay sesiones simultaneas te perdes. Es importante tener el programa y hacer la preselección de los temas que vos querés cubrir. Por otra parte, a veces, preguntarle al organizador del congreso cuáles son los temas más importantes son armas de doble filo ya que normalmente son eminencias de determinada especialidad por lo que muchas veces van a recomendarte el tema que a ellos les interesa. Es importante esta charla pero también déjate guiar por tu olfato periodístico.

- **¿Cuál considera que es la manera más efectiva de presentar la información de la cobertura de un evento?**

Para mí la mejor manera es siempre pensar en una temática y desarrollarla con entrevistas a los exponentes y a quienes son asistentes. Nunca contar el congreso, los avances siempre se dan en todas las áreas, el punto es elegir uno y tratar de construir un texto bastante rico y picante.

- **Ante esto, ¿cómo ve la posibilidad del desarrollo de nuevos medios dedicados a la cobertura de hechos y eventos de carácter médico?**

Yo creo que está bueno, pero a la vez no sabría pensar muy bien cómo llegar al universo de lectores. Porque los congresos de especialidad se dan una vez por año y siento que los médicos están interesados en el congreso de su especialidad y no de otras. Entonces cómo sería producir un medio, cómo identificar a un lector interesado en consumir toda esa información. Creo que está bueno, pero que habría que tener en claro cuál es el mecanismo de identificación de cuáles pueden ser los lectores más atraídos por esos temas. Hay una revista brasilera "Cerebro y mente" que está orientada a un público general y a psiquiatras y psicólogos. Y ellos pudieron resolverlo y encontrar el lugar de intersección donde se unan ambos públicos.

Valeria Román, es Licenciada en Comunicación Social egresada de la Universidad de Buenos Aires. Se especializó en periodismo científico en instituciones como el Instituto Leloir (ex Fundación Campomar) y Flacso, entre otras. Desde 1998, se desempeña como periodista científica del diario Clarín. Fue becada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) para su programa de periodismo médico en 2003 en Suiza, y por el Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT), Cambridge, Estados Unidos, para su programa de periodismo científico. Fue docente ad honorem de la carrera de Ciencias de la Comunicación (UBA) y capacitadora para el Centro Internacional de Periodistas (ICFJ), con sede en Washington D.C., Estados Unidos. Por sus artículos, Román recibió varios premios nacionales e internacionales, como el de la Sociedad Argentina de Periodismo Médico (2001-2002), el Instituto Universitario ISalud, y el premio especial ACE de la Escuela de Oncología Europea (2003). Integra la comisión directiva de la Federación Mundial de Periodistas científicos.



- **¿Que cuestiones debe tener en cuenta un periodista al momento de abordar temas de ciencia y salud?**

En principio capacitarse en cuanto a cómo comunicar esos temas, que tiene que ver con que en cada producción que uno hace puede generar falsas expectativas por lo que es importante buscar un equilibrio entre la información novedosa con no generar falsas expectativas al público. Después es importante preservar al máximo la rigurosidad de la información científica aunque uno tiene que buscar lograr y mantener la atención del público. Creo que son estos los dos ejes/equilibrios principales que hay que lograr.

- **Hoy en el medio, ¿cómo elige los temas a publicar? ¿cómo establece la prioridad de publicación de los temas?**

Yo soy redactora y a veces los propongo yo, a veces los editores, otras veces nos llaman distintas fuentes, investigadores, médicos, institutos públicos o privados. También nos llegan las noticias por las Agencias de noticias tradicionales. ¿Cómo establecemos la prioridad de publicación de los temas? Yo específicamente no hago esa selección, pero en mi caso, en relación a lo que yo propongo hacer sigo distintos criterios, a veces enfermedades que tienen que ver con la masividad; que afecta a mucha gente; a veces

tiene que ver con noticias que marcan un cambio en el rumbo de alguna enfermedad; de alguna cuestión epidemiológica en general, como por ejemplo, un nuevo tratamiento que sea realmente revolucionario. Otras veces tiene que ver con la situación sanitaria local o nacional, por ejemplo, la emergencia del dengue en el noreste argentino donde cabe la posibilidad que llegue a todo el país. Todo este tipo de cosas. Los criterios de noticiabilidad son bastante laxos, pero tiene que ver con: cuánta gente está siendo afectada por esa enfermedad, o si afecta a un número reducido de gente pero tiene un grado de espectacularidad que llama de por sí la atención. Por ejemplo, el VIH si uno lo compara con la enfermedad de Chagas hay más noticias en los medios del primero que del segundo y sin embargo hay mucha más gente afectada, pero esto tiene que ver con que el VIH afecta más a distintas clases sociales, cuestiones que tienen que ver con la sexualidad que también llama la atención de los lectores. Entonces tiene más difusión en todos los medios que la enfermedad de Chagas que es una que afecta más a la gente más pobre.

- **Para usted ¿cuál es la función del periodista en salud, como intermediario entre los especialistas y la sociedad, en relación al enfoque que se le da a la noticia?**

Creo que lo principal es informar. A veces hay una cuestión que tiene que ver con que estás carreras (yo estudié Comunicación Social) hacen tanta teoría que a veces no se sabe lo que estamos diciendo. Pero en realidad es muy simple, lo principal es tratar de ser lo más claro y lo más riguroso con el lector. Y darles ciertas herramientas que le permitan a él a veces reconocer una enfermedad que tiene y no se dio cuenta; a veces darse cuenta que existe la posibilidad de un tratamiento que no se lo están ofreciendo o a veces la posibilidad de que éste tiene ciertos efectos adversos que sus médicos no les están diciendo. Hay muchísimos datos que se le pueden estar dando en una información. Por lo tanto como periodista, ¿desde qué lugar construyo un informe de salud? Es simplemente informar con rigurosidad, consultar a la mayor cantidad de fuentes posibles aunque a veces la limitación del tiempo lo hace imposible; e informar con claridad para que el lector lo entienda pero aún conservando rigurosidad.

- **¿Considera relevante generar periodistas especializados en la cobertura de temas en salud, si en su mayoría los espacios que alcanzan para publicar están en la sección sociedad?**

Creo que es importante que se generen periodistas especializados. Creo que lo más importante para ello es poder acceder al mayor número de becas y capacitaciones posibles, aunque este nivel de formación no es 'determinante para la práctica. Aprender ingles, aprender a leer Peppers. Y en cuanto aptitudes, ser curioso, ser amable y saber

escuchar, a las fuentes mas que nada.

- **¿Entiende que se dan limitaciones al momento de ejercer el periodismo en salud?**

Creo que la propia ignorancia de uno de cada tema. En cada nota vas aprendiendo algo nuevo, por eso una de las habilidades que debería tener un periodista sería querer saber todo el tiempo algo nuevo y tratar de derribar esa barrera de limitación de los diversos temas. Otra limitación tiene que ver con el tiempo, si tenés que hacer una nota en el día, se podrían leer varios libros sobre algo, pero no contás con este tiempo.

- **En relación a la cobertura de eventos, ¿reconoce en los congresos una fuente importante de nueva información en salud? ¿por qué?**

Si, la considero y de hecho concurro a varios pero no tiene el mismo valor que la publicación de las investigaciones de las revistas especializadas. Es distinto. Las revistas tienen más valor porque se publican estudios que fueron revisados por los pares del creador u otros científicos. Pero en los congresos, si bien se presentan novedades que pasan una preselección no llega a ser tan riguroso como en las revistas. Creo que es importante como periodista, hablar con las personas pero ver que muchas veces las cosas que se están presentando ahí no son totalmente probadas.

Hay veces que sí, y hay veces que son estudios que han sido publicados en revistas científicas y después las llevan a congresos pero muchas otras que para buscar publicidad algunos especialistas difunden algo en congresos porque saben que logran la atención y después a la larga se demuestra que eso no era tan válido o tan eficaz como parecía.

- **¿Cuál considera que es la manera más efectiva de presentar la información de cobertura de un evento?**

No considero que la forma de presentación sea determinante.

Marcelo Rodríguez, es Periodista en medios gráficos e Internet. Licenciado en Periodismo (Universidad Nacional de Lomas de Zamora, 1998). Publica habitualmente sobre salud y ciencia en La Nación.com (Buenos Aires), La Voz del Interior (Córdoba), Futuro de Página/12 (Buenos Aires) y los diarios Río Negro, Pregon (San Salvador de Jujuy) y La Nueva Provincia (Bahía Blanca), entre otros.

Tiene a cargo la edición y coordinación periodística del Suplemento Salud, editado por Castropol Comunicaciones para una red de diarios que incluye a La Capital (Rosario), La Gaceta (San Miguel de Tucumán) y otros.

Es integrante del equipo periodístico de Nova Res, un servicio periodístico independiente sobre temas de ciencia, tecnología y salud. Fue editor de la colección "Atlas Visual de la Ciencia" (2006), redactor en Tiempos del Mundo (edición en español de The Washington Times) cuando se editaba en la Argentina (2000-2003), y escribió sobre "CyT" en las revistas Caras y Caretas, Neo, First y medios especializados (C&C, ATVC, Dosis).

Es miembro de la Red Argentina de Periodismo Científico.

○ **¿Cuándo comenzó a trabajar como periodista en salud?**

Comencé a trabajar en este campo aproximadamente en el año 2001/2002 en una revista llamada "Tiempos del Mundo", una revista que se editaba en Buenos Aires en aquel momento para toda Latinoamérica. Trabajaba en la sección de Interés General que al principio funcionaba como un suplemento que se llamaba Familias y Estilos de vida. Eso daba una idea de cuál era la orientación ideológica que había diseñado el medio. Como tenía libertad de trabajar temas de salud, comencé a realizar notas en este campo y esto fue creciendo a raíz de que en las redacciones de los medios constantemente aparecía información de prensa referida a temas de salud, ya sea de laboratorios, de servicios de salud que se ofrecen. Entonces a raíz de que mi trabajo contenía una parte que estaba involucrada en este campo y como siempre trabajé free-lance, además de tener mi base en algún medio, empecé a presentar sumarios sobre temas de salud y fui consiguiendo así lugar en otros medios. Yo no tengo una formación específica en periodismo en salud ni periodismo científico. Yo soy Licenciado en Periodismo, trabajo en esto y la especialización me la dio la práctica.

○ **¿Cuáles fueron los cambios más significativos que se le presentaron cuando comenzó a escribir/comunicar temas de salud, en comparación con otros temas?**

Seguramente si los hubo. Nunca lo pensé en cuanto a qué cambios tuve que hacer para poder trabajar en salud. Obviamente en primer lugar te tenés que interiorizar

un poco más sobre los temas; empezas a prestar más atención a la información que se difunde en los medios sobre salud. En primer lugar cambia la disposición del periodista, en cuál es el foco de atención. Anteriormente, por ejemplo, yo trabajaba sobre temas de tecnología, incluso en economía, las cuales son áreas totalmente diferentes porque las leen tal vez públicos especializados. Salud es un tema que supuestamente le puede interesar a todo el mundo, supuestamente digo porque el target y no tengo datos fehacientes que avalen lo que estoy diciendo pero, de acuerdo a información que manejo, son mujeres, gente mayor o gente que esta buscando informarse sobre un problema específico de salud, pero no es gente que utilice la información para hacer negocios, como sí sucede a veces con quienes leen economía, tecnología, donde uno tiene más condicionamientos a la hora de escribir.

Respecto a la información general, notas sobre temas sociológicos; yo creo que esta todo muy imbricado. Muchos consideran las secciones de salud como asociadas a la información científica, de hecho lo ves en los medios más importantes donde ciencia y salud aparecen en una misma sección. Yo creo que esta decisión es arbitraria porque creo que ciencia y salud son dos temas diferentes que obviamente tienen un campo de interacción muy importante pero creo a la vez que son cosas muy diferentes.

○ **¿Cuáles fueron las dificultades con las que se enfrentó en este proceso?**

Yo creo que dificultades hay permanentemente. Pero ahora que lo pienso te diría que si hubo obstáculos, no los encontré al principio cuando comencé a hacer temas de salud, ya que me lo tomé como un tema como cualquier otro. Tal vez los obstáculos van apareciendo a medida que uno va avanzando en las temáticas. Uno de alguna manera se va amoldando a lo que es el mercado de la salud, a cómo es el periodismo en salud, a cuáles son las prácticas vigentes. Entonces después de un tiempo vos te das cuenta que tenes una forma de pensar y encarar el trabajo que es totalmente diferente a la que tenías cuando comenzaste.

Es como que vas naturalizando ciertas cuestiones que tienen que ver con lo que te mencioné antes, con el mercado y con las prácticas vigentes en el periodismo en salud. Una de esas creo que tiene que ver con ir aceptando que el periodismo y el periodista es un engranaje dentro de lo que es el sistema de la salud, uno ahí funciona como puede, no es omnipotente en ese terreno. Mi sensación es que uno es muy crítico cuando comienza, cuando encara un nuevo campo temático. A medida que entras ves que no entiendes nada, entonces se te bajan un poco los humos y después es como que llega un momento en que te das cuenta que estas demasiado preso del sistema. Es como que hay períodos en los que uno esta más de un lado que del otro; en donde a veces resurgís de este acostumbramiento y estas con más experiencia y con más confianza, con ideas más claras sobre qué

temas querés tocar y cuáles no te interesan tocar porque son demasiado picados. También hay una cuestión sobre qué médicos pueden hablar de ciertos temas y quienes no; si un médico baja su línea sobre tal tema, ¿que haces? si a vos te parece que para publicar es una pavada, ¿lo publicas o no? Pero te lo dijo tal médico y aquí es donde empiezan a aparecer estos obstáculos, pero no hay que tomarlos de esta manera, sino como problemas a resolver y que son parte del trabajo diario.

○ **Actualmente, ¿en medios ejerce el periodismo en salud?**

Actualmente trabajo para un suplemento semanal de salud que se distribuye en una red de diarios del interior. Además soy colaborador free-lance de La Nación, en el suplemento de salud que sale los sábados, y en Caras y Caretas. También hago trabajos de prensa, no como agente de prensa ya que es un poco incompatible ser agente de prensa en el mismo terreno donde estas haciendo periodismo. Lo que yo hago es producir material a pedido de personas.

○ **En el suplemento donde trabaja, ¿cómo se eligen los temas a publicar?**

Hay diversos factores. Por una parte, te puedo hablar sobre las preceptivas acerca de qué es lo que se debería hacer en estos casos, a su vez podría hablar de cómo me gustaría hacer el trabajo y otra cosa es cómo lo hago. Yo te puedo hablar sobre cuáles son los criterios para elegir la información sobre salud, sobre cuáles son los criterios para seleccionar también, por ejemplo si esta información viene de un laboratorio, si es un producto nuevo, si es un producto novedoso, si trae una función que antes no existía, si trae una mejora respecto de otros. Para eso vos tenes que ver los ensayos clínicos, tenes que realizar un análisis crítico acerca de cuál es la significación de ese producto en el mercado y también para el público usuario, que pueden ser criterios totalmente diferentes. Por otra parte, hay otra información que te llega que tiene que ver con productos novedosos a los cuales muy poca gente va a tener acceso. Entonces en mi caso hay un tema fundamental para el trabajo personal, que no es lo mismo para un periodista de La Nación o Clarín. Yo tengo que hacer un suplemento semanal de cinco notas periodísticas y demás cosas. Tengo que producir cinco notas por semana; tengo un equipo de colaboradores en donde el trabajo es interactivo, es decir, propongo los temas yo o me los proponen ellos. Estas notas se pagan a un valor de mercado, en donde se juegan varias cosas, uno como colaborador de un medio no va a trabajar lo mismo para producir una nota a la que le pagan 100 pesos por decirte algo, que a otra que le pagan más. No voy a trabajar lo mismo, es la verdad. Puedo tener una motivación sobre un tema en particular, entonces decidir que por más que me paguen nada, la

nota la hago bien. Pero la realidad es que uno no puede trabajar todo el tiempo para los temas cuando con lo que te pagan solo cubris los llamados telefónicos.

Entonces uno de los factores es cuál es el ritmo de producción que te exige la empresa en la que trabajas. Y entonces hay que ver cuánto puedes elegir los temas en un medio que te exige producir cinco notas por semana con un presupuesto irrisorio. Yo a un periodista en estas condiciones, sólo le puedo exigir que me traiga un material bien escrito, que sea información fidedigna, publicable. No puedo exigir periodismo de investigación. Entonces, sostengo que la caída del nivel del periodismo en salud y en muchos otros aspectos tiene que ver con cuánto invierte la empresa en mejorar la calidad del producto. En general, no solamente pasa en los medios en los que trabajo, sino también en otros en donde al empresario no le importa la calidad del producto, es decir, en el sentido en que lo pensamos los periodistas. Los periodistas pensamos en una lógica totalmente diferente al del empresario periodístico. Por eso a veces se interpreta como un conflicto de intereses cuando un periodista tiene un medio y tiene que salir a buscar publicidad y entrar en contacto con los laboratorios no ya desde el lugar del periodista sino desde el lugar de buscar publicidad y sustentar su medio. Yo creo que esto no tendría que ser un conflicto de intereses, creo que lo es sólo por la enorme diferencia de lógicas entre la persona que trabaja de periodista y a persona que tiene un medio periodístico y que busca una rentabilidad económica ante todo. Y la verdad es que la calidad del periodismo ha caído bastante en el último tiempo porque las empresas invierten mucho menos desde el 2001 y los despidos masivos que se realizaron en los medios más importantes del país, lugares que no han sido repuestos, ya que los medios han decidido trabajar con mucha menos gente porque: consiguen la información mas fácil, porque la profundidad es algo que ya no..., no sé si alguna vez vendió la profundidad, pero es algo que hoy no les importa. No quiero con esto desligar la responsabilidad del periodista de hacer su trabajo; el periodista es un profesional y tiene que hacer su trabajo siempre bien o por lo menos de manera solvente.

Siguiendo con los factores de cómo se hace el periodismo hoy. En el último tiempo, ha crecido tremendamente el trabajo de las agencias de prensa en la difusión de información corporativa, que puede interesar y ofrecer facilidad a los medios. Y es un tema que nos favorece mucho para las condiciones de trabajo que te he comentado. Igualmente hay muchos criterios sobre cómo contrarrestar esto, porque visto así parece que estamos presos, que no se puede hacer nada. Es importante tener una posición crítica de la salud como negocio, porque el problema es el reduccionismo de la salud a un mero negocio; la cuestión de reducir también el derecho a la salud a los derechos del consumidor, de exigir calidad por el producto que estoy pagando, y ¿porqué digo esto? porque el problema de la salud es que la gente no tiene acceso a los productos y servicios que le ayudarían a solucionar sus

problemas. Entonces, considerarlo hoy un problema de derecho del consumidor es un reduccionismo y dentro del periodismo en salud es muy predominante esta ideología.

Esto tiene que ver con que los diarios producen información en función del público que los lee, elaboran informes de salud a fin a lo que imaginan que consumiría, por ejemplo, la clase media. Yo creo que el periodista tiene que tener información para estar al tanto de los conceptos de interés que circulan en el mercado de la salud, tiene que tener la capacidad de crítica para poder discernir cuáles son los problemas de la salud como mercado y tener una posición al respecto.

- **¿Considera relevante generar periodistas especializados en la cobertura de temas en salud, si en su mayoría los espacios que alcanzan para publicar están en la sección sociedad?**

Para mí no. Porque la capacidad crítica no te la enseña nadie, es decir, nadie te enseña a tener una posición activa, por lo menos es lo que yo veo desde el lado de la formación. Igualmente no sé si estas formaciones de periodismo y salud, los contenidos, por ejemplo, son afines a que vos seas un engranaje o a que te transformes en un elemento más acríptico en la discusión de la comunicación del mercado de la salud. No sé a que tipo de modelo corresponde cada formación, si por ejemplo responde a un modelo de bajada de información a una sociedad vulnerable, es decir un modelo de difusión por ejemplo de una investigación.

Entonces yo como periodista voy a difundir en un sentido pero yo creo que el periodismo tiene que hacerlo desde el otro sentido. La diferencia aquí entre el periodista y el agente de prensa, es que este último ayuda a sus clientes e interesados a decir lo que quiere decir y el periodista aquí tiene que ser el que dice lo que el agente quiere decir. Entonces hay una diferencia fundamental: la formación es la misma, la escuela puede ser la misma pero la diferencia está en si vos apoyas al poder central, al poder científico, al que sabe a bajar su mensaje a la sociedad o tener la capacidad ética de redireccionar el mensaje, es decir, saber difundir datos y saber cuánta ideología se está mechando en esos datos que difundís. Pero esto es una posición muy personal. Por lo que, creo que hay posibilidades de una posición activa del periodista pero ésta está muy condicionada por el medio, por las exigencias que te imponen y por las condiciones de trabajo.

- **Para usted, ¿de qué otras competencias debería apropiarse un periodista para poder trabajar en el área de salud?**

Creo que hay una discusión al respecto. Por ejemplo, si el periodista debe ser

alguien más formado, que debe saber más sobre los temas que trata. Lo cierto es que uno puede saber todo sobre los diversos temas de los que informa. Entonces hay temas sobre los que uno, por más formación que tenga va a saber más, va a preguntar mejor sobre cosas específicas, va a saber cuando el profesional está mintiendo y le va a poder repreguntar y hay temas donde uno tiene que reconocer que no sabe y a veces preguntas mejor cuando no sabes sobre algo. Porque a veces se preguntan mejores cosas cuando no conoces los sobreentendidos de ese mundo. Cuando hay un tema que se sabe, cuando hay cosas que se sobreentienden uno a veces puede ser más crítico, más puntual pero a veces puede ser menos crítico porque ves el árbol pero no ves el bosque.

En el caso del área de la salud mental es muy importante porque, por ejemplo, yo creo que lo que son las terapias cognitivas y conductuales y la psicofarmacología, tienen mucho más sustento económico por parte de los grandes laboratorios. Porque estas personas pueden pagar agentes de prensa que defiendan su información; entonces, yo puedo ser crítico con muchas de sus cuestiones, como por ejemplo, la difusión de temas de salud mental en relación a una cuestión puramente químico-biológica. Aquí hay una cuestión ideológica muy fuerte, con gran sustento económico que del lado de las ciencias humanas no existe, lo que genera una diferencia de potencial muy grande. Y el periodismo; es muy permeable a la ideología de los laboratorios que muchas veces te pasan el chivo de un nuevo medicamento. Aquí, es importante hacer que el chivo no pase, pero el tema sí. Entonces no nombramos el laboratorio, tampoco el medicamento, pero el enfoque pasó y eso es lo que el público recibe. Yo creo que este es el punto central del periodismo en salud.

○ **Ante a cobertura de un evento, ¿Qué cuestiones considera importante tener en cuenta?**

En principio, estar al tanto de los congresos que se realizan en el año; tener contacto con las sociedades científicas (APA, APSA, etc.); estar en tema. Saber quien es el encargado de atender al periodismo en cada lugar. En un congreso, siempre tenés que tener el programa con anterioridad; tenés que estar vinculado con la organización que organiza el congreso para saber antes qué temas se van a tratar e ir viendo que te interesa y que no e ir evaluando qué enfoque periodístico le podes dar a cada tema y empezar a buscar por ese lado.

Tenés que tener una posición activa, de buscar vos lo que quieres ir a ver. También podes preguntar a los organizadores qué creen que podrá ser lo más importante o lo que quieren difundir, esto es un ida y vuelta. Pero ir a hacer un paneo de un congreso, salvo que sea muy específico no suele ser muy productivo porque caes medio perdido generalmente. Yo no lo aconsejaría porque terminas

viendo un poquito de todo y mucho de nada y desaprovechas mucho el tiempo. Porque a veces entrar en un congreso, saber los temas que se expondrán y en ese momento elegir, lleva tiempo y aparte no siempre vas a tener un contacto piola con la gente del congreso como para que te orienten sobre qué va a ser interesante y que no. Entonces creo que lo fundamental es que un par de días antes entrar en contacto con la gente que organiza y demás, para saber qué quieres cubrir y cuál es el espacio que vos tenes en tu medio para poder publicar la información y si es posible también poder entrevistar antes del congreso. Es usual que puedas hablar con los exponentes sea telefónicamente o personalmente.

En cuanto a la cobertura que se realiza, la posición para mi es pensar como si vos tuvieras ese problema o si hubiera alguien que vos conocieras que lo padece ¿que preguntarías? Es decir, no todo es de arriba hacia abajo también hay un trabajo del periodista de abajo hacia arriba. A veces sirve pensar que vos tenes que comunicarle algo a una persona que tiene ese problema, eso influye en lo que preguntas. Es una manera de encarar una cobertura cuando uno no tiene mucha noción sobre un tema determinado. Y en el lenguaje esto también influye, porque por ejemplo, muchas veces en las publicaciones que tratan temas de enfermedades psíquicas que pueden afectar a cualquier persona de clase media, es muy frecuente encontrar el costado humano donde el periodista está más identificado con quienes pueden estar afectados con esta problemática.

Mariano Menozzi, es Periodista de salud de Agencia de Noticias TELAM.

○ **¿Cómo y cuándo comenzó a trabajar como periodista en salud?**

Hace 14 años que trabajo en Telam y en salud hace seis años, cuando acepté gran parte de la sección de Información General y me especialicé en el tema.

○ **¿Cuáles fueron los cambios más significativos que se le presentaron cuando comenzó a escribir/comunicar temas de salud , en comparación con otros temas?**

En la forma de trabajar. Los cambios tuvieron que ver con que el lenguaje que utilizas en la información es distinto y hay que tratar de comunicar de manera sencilla temas que a lo mejor resultan complicados por tener terminología médica. Uno tiene hacer entendible el tema para que la mayor cantidad de personas pueda interesarse; intentar encontrar el gancho periodístico; pero sucede que a veces esto no es tan fácil de encontrar.

○ **Hoy en el medio, ¿cómo elige los temas a publicar?; ¿cómo establece la prioridad de publicación de los temas?**

Generalmente hay días fijos para tratar determinados temas porque la llegada de estaciones o días internacionales fijan una agenda en temas de salud. Asimismo uno tiene contacto con distintas instituciones científicas y son quienes te acercan los adelantos que hay en materia de medicina y si a vos te interesa podes desarrollarlo.

En cuanto a la prioridad de publicación, más allá de los días claves, creo que eso depende de cada uno. A mi me interesa mucho la cantidad de gente a la que llega la información y a veces hay temas que abarcan mucha más cantidad de personas, o temas que quizás no alcanzan tanta cantidad pero como son temas desconocidos es bueno que se sepan porque podes ayudar.

○ **Actualmente, ¿cuál es el espacio que dedica TELAM a la información de salud?**

Le dedicamos mucho espacio. Nosotros tenemos los temas principales en un lugar que se llama cartelera que son los temas más desarrollados. Y lo que es salud, todos los días tiene una cartelera sobre algún tema. Así que le dan mucho espacio, aparte se escribe sobre temas individuales.

- **En los últimos años este espacio en el medio, ¿ha crecido, o se ha reducido en cuanto al número de noticias publicadas y en coberturas hechas? ¿Por que?**

Considero que creció mucho. Creo que al principio, años atrás, no se le daba tanta importancia o se lo percibía como temas que al lector no le interesaban pero al contrario es uno de los que más le interesa en cuanto a lo que se refiere a la salud y mejoramiento de la calidad de vida.

- **¿Considera relevante generar periodistas especializados en la cobertura de temas en salud?**

Creo que es bueno que el periodista se capacite, que vaya a encuentros científicos y demás. Pero generar un periodista específicamente para un tema no me parece relevante. Es bueno que si tiene la capacidad pueda especializarse porque quiere pero me parece que uno debe de estar preparado para cubrir distintos ámbitos, no solo encerrarse en una sola parcela.

- **Para usted, ¿de qué competencias debería apropiarse un periodista para poder trabajar en el área de salud?**

Creo que hay que tener en claro que el periodista de salud no es un médico, sí creo que uno debería tener la curiosidad periodística para investigar temas que a lo mejor para los médicos son más que conocidos pero el enfoque que uno le da es distinto. Es decir, creo que se necesita saber algo de terminología médica pero no pretender ser casi médico, porque claro está que no es lo mismo transmitir un conocimiento que crear ese conocimiento.

- **¿Entiende que se dan limitaciones al momento de ejercer el periodismo en salud?**

Puede haber limitaciones si uno no se informa antes de escribir o se hace un tema de salud sin informarse sobre la enfermedad de la que van a hablar. A veces se dejan llevar por una gacetilla, pero eso habla de la calidad del periodista. Yo personalmente cada vez que entrevisto a una persona- sobre todo si son médicos- trato de informarme sobre quién es la persona y al menos saber sobre el tema que voy a hablar.

- **Ante la existencia de algún medio dedicado a la cobertura de hechos y eventos de carácter médico. Para usted, ¿qué deberían contemplar para no sólo llegar a los entendidos sino que puedan ser leídas sus notas por lectores no especializados?**

Creo que es un lenguaje entendible lo fundamental para que todos puedan saber sobre lo que se está hablando. Después que la persona que escriba sepa sobre el tema, porque no hay que olvidar que son temas muy sensibles y si vos escribís datos a lo mejor por interpretación y no te aferras a la realidad el tema es tan sensible que puede causar una mala información sobre tal o cual enfermedad y esto es un poco peligroso. En temas de salud tenés que ser muy objetivo, yo trato de no interpretar nada, de que la información que transmite el profesional sea lo mas llana posible. Ahora sí, cuando escribo sobre el tema sí adapto algunas cosas o hay párrafos que son 'de mi cosecha' y que trato de explicarlos de manera más fácil para hacer atractivo el tema, sino la terminología médica es muy aburrida y a nadie le despierta interés. A pesar de que sea muy interesante.

- **En relación a la cobertura de eventos, ¿reconoce en los congresos una fuente importante de nueva información en salud? ¿por qué?**

Hay congresos que sí y otros que no. Hay lugares, como fue el Congreso Mundial de Cardiología que fue muy importante porque las personas eran muy reconocidas en la materia pero hay otros que se hacen y que son auspiciados por laboratorios a los que yo realmente descarto. Porque se trata de promocionar tal o cual droga que solamente con hablar por teléfono y saber el efecto de la droga puedes evaluar si ese genérico sirve o no y mandarlo. Y no hay necesidad de hacer un congreso. ¿Cómo se detectan los congresos que valen la pena? Lo importante es saber quienes se presentan en los paneles y si los nombres los conoces mucho, puede ser interesante ir.

- **Según su experiencia, ¿Qué cuestiones debo tener en cuenta o qué recomendaría al momento de realizar este tipo de cobertura?**

Creo que lo más importante es evaluar el interés que puede generar en la gente. Es decir, encontrarle a cualquier tema que vos haces de salud, un gancho. Hoy por ejemplo yo voy a escribir sobre trastornos en la respiración que generan ronquidos, lo que parece un tema gracioso y puede ser utilizado por el periodista como gancho; que saquen una encuesta y diga que el 74 % de los argentinos ronca por trastornos de respiración. Si vos te quedas con ese dato, ese dato atrae a la gente y hace que llame la atención y que puedas interesarle. Pero dentro de la nota tenés que poner qué trastornos pueden afectar, cómo y cuánto costar un sueño puede afectar hasta generar estados de hipertensión. Es decir, saber que detrás de lo que estas escribiendo hay un tema que es mucho más importante, eso es lo que tenés que ver cuando vos toques un tema de salud mental. O sea no te quedas sólo en el tema científico sino en saber llegar a la gente, tenés que captar la atención del lector, sino no sirve.

- **¿Cuál considera que es la mejor manera de presentar la información de cobertura de un evento?**

Creo que no hay una manera efectiva. Cada uno tiene una percepción del tema, y creo que - e insisto- la mejor manera es que se entienda, que parece una obviedad, pero muchos periodistas escriben y no se comprende. Si vos a una nota la entendiste, después vas a hablar sobre ella, si ves algo que no entiendes directamente lo dejas.

- **Por último, ¿considera que hay algo más que debería tener en cuenta un periodista al momento de abordar temas de salud?**

No, para mi lo principal es informarse y formarse sobre los temas. Formarse no quiere decir que sean médicos sino capacitarse sobre lo que van a tratar. Como hay muchos temas es casi imposible saber de todo, entonces si te toca escribir sobre tal tema debes consultar a especialistas idóneos, informarte, saber quiénes son estas personas y luego sí se te va a ser más sencillo abordar el tema porque tenés un conocimiento previo. Pero escribir sobre lo que se desconoce es muy difícil, se puede hacer, pero es muy difícil.

Carmelo Crapanzano, es Licenciado en Marketing y Director de Programa InfoSalud.

○ **¿Cuándo comenzó a trabajar como periodista en salud?**

Yo soy Licenciado en Marketing con lo cual, aunque no lo hubiera sabido, siempre estuve vinculado a la comunicación, la comunicación siempre fue el eje de mi actividad. La buena comunicación, la capacidad de comunicar mensajes de forma positiva y proactiva. Y con respecto a la salud anclé en el mito del marketing médico hace 40 años y me quedé. Durante gran parte de esta historia profesional organicé y dirigí los principales sistemas de medicina prepaga de Argentina. Sin embargo, en 1986 me dije a mi mismo que me operaba del prepago porque sentí que había como una desnaturalización de aquello que me permitió enraizarme, consolidarme. Es decir, la Argentina es uno de los países líderes de la seguridad social, aquella que deviene del campo laboral. En ese sentido mal o bien, la seguridad social vio el camino de protección para una gran masa de la población. A finales de la década del 50 comienzan a esbozarse - el primero fue Policlínica privada- los sistemas de prepago privados, pero con un concepto realmente solidario. Es decir, dentro del prepago, la cuota de todos servía para que se pudiera enfrentar la patología que presentaba alguno. Pero bueno, el avance de la globalización, desde mi óptica, de la materialización de los sentimientos, del abandonar el sentido de la solidaridad, hizo que yo entreviera la aparición de capitales multinacionales que entraron a penetrar en el campo del prepago tomándolo como un objeto de mercadeo. Con lo cual, si vos priorizas el beneficio y des-priorizas o eliminas el sentido de solidaridad, potencialmente eso va a ser un genocidio. Porque el que menos tiene y el que más necesita va a estar desprotegido. Y eso fue lo que hizo que me fuera.

Inmediatamente de dejar ese mercado y recaudar conocimientos y contactos que tenía, pasé a ser representante de servicios médicos de alta complejidad en su relación con obras sociales y empresas de medicina prepaga, donde también la comunicación era eje.

Y bueno, un buen día, finales de la década del 90 imaginé que era necesario comunicar comunicados. E imagine que era necesario temáticamente y tal vez con muchos años de la salud como eje, llevarle a los profesionales, a las entidades, a los gobiernos actualizadamente la visión de lo que estaba ocurriendo en el mundo. O sea que lo mío es casi como una comunicación al revés. Porque el comunicador en general trata de generar aptitud y crecimiento en los mensajes hacia fuera. Y yo lo que hago puntualmente y en forma inmediata es ponerte lo que está ocurriendo en el afuera hacia adentro.

○ **¿Cuáles considera que son los cambios más significativos que se dan al momento comunicar temas que no tengan que ver con la salud, por ejemplo, economía, política al comenzar a hacerlo sobre salud?**

En general cuando no se transmite lo que la gente necesita, aquello que puedes entender como beneficiarios subliminales de esa comunicación frustrada, denotan o acusan al periodista.

Y debemos reconocer que el periodista o comunicador es un asalariado. Entonces una de las principales dificultades que se puede tener para generar comunicaciones que generalmente son necesarias es la conducta corporativa de los medios. Los medios sienten que utilizan los temas de salud en dos circunstancias: cuando ese tema de salud está vinculado a un escándalo, porque a través de él se genera demanda y consumo; y la otra es cuando pueden aprovechar determinados nichos económicos, partidas y presupuestos que le permitan recaudar y, en función de eso, generan campañas de comunicación que van a tener como trascendencia y vigencia el agotamiento de la nota.

Yo creo que en general la corporación mediática no tiene conciencia solidaria de comunicación en salud, comunica de acuerdo a su negocio, lo cual no es malo porque al fin y al cabo son empresas comerciales y uno no puede pedir que se comporten como otra cosa. Pero yo creo que en muchos casos las empresas se olvidan del compromiso social que tienen. Hace más de 50 años una persona que fue periodista, político y filósofo, Arturo Jauretche decía que hay que imaginar nuevos emporios de comunicación para empoderar de conocimiento a la población, a que la población se entere; si ésta no puede saber sobre los carriles normales que son los diarios, la radio o la TV es la obligación de todos los que estamos en esto imaginar caminos nuevos.

- **En los últimos años este espacio en el medio, ¿ha crecido o se ha reducido en cuanto al número de noticias publicadas y en coberturas hechas? ¿Por qué?**

Considero que no hay parámetros estables, es como que es cíclico y tiene que ver con las dos razones que te comentaba anteriormente. O la aparición de problemas de tipo escandaloso en donde no sólo se aboca a salud sino también al tratamiento del medio ambiente. Nosotros siempre tuvimos el medio ambiente como parte de la salud y había una sección que era salud ambiental. De pronto el crecimiento desde nuestra óptica, no tanto desde el punto de vista del mercado comunicacional en general, hizo que imagináramos un producto desagregado donde por ahí hay algunos hechos que están en una y otra comunicación (temas de epidemiología/ contaminación) pero que reconocen una raíz común. Pero hay muchas cuestiones así, que aunque el común de la gente no lo vea unido, la falta del cuidado del ambiente, la falta de programas, proyectos y políticas dañan y producen problemas en la salud.

- **Cuando comenzó con Infosalud, ¿cómo priorizaban o cómo hacían la selección de información a bajar de lo difundido por los medios?**

Yo no estoy muy seguro de si en aquel entonces - finales de la década del 90- había menos noticias de salud o si no éramos tan chiquitos o si no estábamos preparados para asumir y cubrir todo. Porque entre otras cosas, el desarrollo de Internet nos permitió entrar a abrir el prisma receptor. Por ejemplo, cuando nosotros arrancamos con Infosalud leíamos 80 o 100 diarios por día, cuando arrancamos con InfoAmbiente estábamos cerca de 200 diarios y hoy estamos todos los días buscando leer mas de 370 diarios - del mundo, de habla hispana y portugués. Con lo cual, no es que fuimos a leer más diarios porque no había noticias sino que fuimos ampliando el eje de nuestra capacidad de llegada, y entonces el caudal es mayor.

En cuanto al criterio de selección de la información, éste está unido a la facturación y al crecimiento; en el caso nuestro es la contrapartida. Pero en general, yo trato de que no dejemos de tomar noticias. Internamente a veces planteamos discusiones, pero como nosotros tenemos por un lado un mercado receptor de noticias por la noticia en sí, como parte de un proceso informativo y por otro lado - que son los Gobiernos- receptores de noticias pero que analizan la repercusión, entonces a mi la resolución a esta duda y a este enfrentamiento me lo dio el portal, porque yo en el portal cuelgo todo y que la gente lea lo que quiera leer. Lo que trato es de ser cada vez más preciso en explotar la ubicación multitemática de una misma noticia. Porque como es tal el caudal de noticias, tengo la seguridad que- salvo yo que leo todo cuando puedo- nadie puede leer todo, porque no dan los tiempos. Entonces si nosotros somos precisos en explotar temáticamente las muchas facetas de una noticia, la ponemos en todas las secciones a las que pueda corresponder, asegurándonos que en el poco tiempo que el receptor elige su tema, pueda encontrar la nota. Es un poco la política, el criterio que nos lleva más tiempo, inversión, pero tratamos de ser cada vez mas precisos con esa clasificación.

- **Para usted, ¿a qué se debe que 'salud' (salvo excepciones) no sea una "sección" en la mayoría de los medios gráficos?**

Yo creo que hay un ida y vuelta y así como vos te puedes preguntar ¿qué pasa que hay tan poco crecimiento de la psiquiatría como novedad científica o como tratamiento? y la respuesta la tenes en que: la psiquiatría ocupa un lugar mínimo en la carrera de medicina. Entonces yo extrapolo y creo que la mayoría de los periodistas en los últimos años han trabajado en dos ejes: deporte y política y en la mayoría de los casos lo demás lo tocan de oído. Entonces si no te sale de adentro como periodista la razón para ocuparte de determinados temas, mal puedes luchar en un medio para darle trascendencia a esos temas. Y creo, ante esto, importante la especialización de periodistas en el área de la salud. Y vuelvo a hablar de un tema que hoy toqué, que es la responsabilidad social y el sentido de solidaridad. Si no logramos tener periodistas que estén en condiciones de poder preparar notas; de trabajar determinados temas y especialidades; que hablen con autoridad de campañas de prevención y demás, no vamos a poder tener esos temas en la

prensa gráfica. Yo creo que hay una relación de causa y efecto; así como creo que la sociedad va a cambiar el día que volvamos a tener un compromiso de afecto con el trabajo, que la gente sienta el gusto de trabajar y que a través del trabajo tenga condiciones dignas de vida.

En la medida que el periodista encuentre afinidad con los temas que tienen que ver con salud y entienda que lo que él sea capaz de transmitir mejor va a permitir mejorar la calidad de vida de esa sociedad que él integra va a haber más información. No podemos esperar o descreo que el empresario periodístico sea el que genere esos espacios.

- **Para usted, ¿de qué competencias debería apropiarse un periodista para poder trabajar en el área de salud? ¿cuáles son sus desafíos?**

Yo creo que lo primero es el contacto con la gente en los distintos estamentos, el participar como escucha de eventos, el poder entender qué piensan los profesionales; qué piensan los empresarios; qué piensa la gente. En qué medida el discurso de cada uno se entronca dentro de una red de cobertura. Entonces, en la medida que el periodista activa en esos lugares donde se debería producir la noticia va desarrollando sus propias cualidades, sus propias capacidades, ese es el primer punto. Tener el oído muy atento a lo que el público espera y a lo que la gente busca. Yo ser humano, qué espero, que necesito y en la medida de que puedo entender eso también puedo empezar a decodificar los mensajes o inclusive comenzar a modificar los mensajes, los lenguajes o los discursos de los profesionales y de las empresas.

Fundamentalmente, y con el dolor que me produce no ser periodista, que es una profesión que envidio por la capacidad que tiene el periodista de modificar las condiciones de vida, la proyección y la función social. Yo creo que es ese el punto, periodistas con mayor conocimientos, que elaboren temas que tengan que ver con la salud, van a ser periodistas con mayor autoridad para, sugerir políticas, para difundir y fomentar políticas, para producir cambios, para llegar a la gente.

- **Ante esto, ¿cómo ve la posibilidad de desarrollo de nuevos medios dedicados a la cobertura de hechos y eventos de carácter médico?**

Me parece que, desde mi óptica, hay mezclar y dar de nuevo. Porque hasta el momento las publicaciones médicas, las que tienen que ver con la medicina, con lo sanitario y con la salud, se han enfocado unilateralmente. Han hecho discursos, estrategias y políticas mono-direccionales. Hay un problema, y hablo de la población que conozco, es decir, de Argentina y un poco de Latinoamérica. Nuestros profesionales: médicos, bioquímicos, etc., en general, no tienen tiempo ni medios como para adherirse a las publicaciones. Entonces, no hay una filosofía de suscripción a medios, el medio en general está respondiendo al financiador, que ¿quién es? la corporación farmacéutica.

Entonces, en vez de el medio, tener un discurso y una política destinada al usuario, tiene un discurso y una política, en general, destinada al financiador.

Entonces encontrás medios que hablan de seguridad social en función de los presupuestos a los cuales puede acceder o de las autoridades nacionales o provinciales o a los fabricantes de los medicamentos. Yo añoro, sueño, con un mercado que funcione al revés, que vaya direccionado al que necesita la información; en donde se va a necesitar apoyo, pero un apoyo que no sea castrador para que aquellos que están en condiciones de poder comunicar libremente vayan generando nuevos caminos como lo menciona Jauretche, caminos que lleven la comunicación a quien la necesita, que instale temas en las comunidades, en los colegios. Y cuando eso esté instalado, la corporación mediática va a estar obligada a recogerlo y no al revés como funciona.

- **¿Qué debería contemplar un nuevo medio para no sólo llegar a los entendidos sino que sus notas puedan ser leídas por lectores no especializados?**

Yo creo que en la seriedad del tratamiento de los temas con rigor científico pero no con cientificismo. Es decir, estar actuando en un lenguaje intermedio, en una forma de comunicar intermedia, donde resulte interesante y necesaria para el profesional pero que también entienda el hombre y la mujer de la calle. Creo también importante la priorización de determinados ejes. Si hoy vos me dijeras, ¿cuáles son los ejes desde mi óptica?, yo te diría adicciones, Sida y enfermedades de transmisión sexual, salud sexual y reproductiva, farmacología, contaminación. Son ejes. Entonces, si la gente pudiera recibir - sistemáticamente, periódicamente y confiablemente- mensajes sobre esos temas uno puede esperar que la gente los traduzca como propios.

- **¿A partir de qué indicios logra tener conocimiento sobre el interés que tiene el público sobre estos temas/ejes que menciona?**

Yo me baso en los tramos de mi propia experiencia en este tema. A lo mejor eso no le sirve a otro, a mí hasta el momento me sirvió y me sirve. Yo soy muy crítico con todo, y trato de estar un paso delante de aquello que mi target espera conseguir de nosotros. Por ejemplo, en relaciona al medio que tengo a cargo, yo siento que Gremiales no debería ser una sección más sino que debería insertarse dentro Seguridad Social, pero en cambio si es un tema de salud algo que hasta el momento nunca desarrollarnos es Desarrollo Social. Yo siento que papeleras ya dejó de ser un tema para ambiente pero en cambio sí habría que imaginar cómo podemos transmitir en ambiente las inquietudes y los cambios que se producen a partir de la célula madre.

Es decir estar alerta a estas cosas, ahora me salen a mí así. Yo considero que el cambio lo debemos producir nosotros, los editores, los periodistas, porque los medios siempre van a marcar las prioridades en relación con la ganancia económica de cada

tema que saiga a la luz.

Vuelvo a lo que dije en un momento, hay que imaginar nuevos caminos. El cambio está en nosotros, no tenemos que tener miedo a ser actores de ese cambio. Lo que no tenemos que ser es meros espectadores.

- **Según su experiencia, ¿qué cuestiones se deben tener en cuenta o que recomendaría al momento de realizar coberturas de eventos?**

Yo considero que el primer caso sería tu contacto con las Sociedades Científicas del país y del extranjero más cercano a tus posibilidades y las ONGs que trabajan en esos temas de las sociedades científicas. Es decir, ir armando la agenda global. El primer punto va a comenzar con la comunicación de los eventos de esa agenda y el segundo punto va a ser cubrir, porque uno piensa que no hay tantos, pero cuando empieza a armar el calendario, da cuenta de que hay muchísimos. Entonces es cubrir y empezar así tu función como periodista de transmitir lo que estas viendo, criticar lo que estas viendo, aunque eso te valga unos buenos enemigos. Pero también va a estar el aprecio y el reconocimiento de mucha gente.

- **¿Cuáles considera que son los contenidos claves y de interés del público al recibir información sobre eventos?**

La verdad es que no lo sé, así como el periodista no tiene antecedentes intelectuales que lo hagan trabajar en salud. La gente sabe de salud cuando le duele, cuando tiene una necesidad. Está muy poco difundido lamentablemente el tema de la prevención, de los cuidados previos. Si fuera más difundido seguramente muchos de nuestros gobernantes entenderían que es preferible destinar dinero a la prevención que va a ser mucho más distributiva. Pero la gente no ha sido educada para campañas de prevención, el periodista no ha sido instruido, tutelado para que en determinado momento haga lo que haga en el futuro entienda como prioritario saber que es lo que pasa en el campo de la salud.

Entonces cuando tengamos - menudo desafío- dirigentes que sean sanitaristas, que la tengan clara, que no sean fenicios, que quieran ganar plata pero que prioricen lo que son capaces de hacer en pro de la población. Si se da esta unión va resultar más fácil todo. Si la gente supiera más porqué necesita campañas de prevención, estaría dispuesto a escuchar mucho más cuál es la función del profiláctico en la relación sexual, que escuchar noticias de violaciones.

- **El tema es cómo generar ese tipo de interés en las comunidades...**

Con conocimiento del periodista. El periodista que sabe más va a estar en condiciones y ser más capaz de imaginar notas que a la gente le interesen y le seduzcan. No podemos ser tan mercenarios para condicionar, en este caso, tu lenguaje de

periodista, a que halla más o menos gente que te lea. No. Hací, contribuí a generar el clima, es tu responsabilidad social. Si sos apta, didáctica, interesante vas a tener en el mercado cada vez mejores y mayores oportunidades. Yo creo que es importarte que el periodista haga autocrítica de entender el evento en cuanto a cómo está armado, de qué habla, a quien está dirigido, en que medida ese evento puede traer cambios en la calidad de vida del receptor de la información. Es a partir de allí, porque si linealmente todo pasa por comunicar el evento creo que vamos a simular que a alguien le importa, cuando no es así.

Las siguientes entrevistas fueron realizadas a Profesionales de la Salud Mental, que a su vez son productores de publicaciones destinadas al abordaje de los temas del campo.

Cuestionario

El siguiente cuestionario, al igual que el anterior, fue elaborado a modo de guía, para organizar la interacción con los entrevistados: los profesionales de la salud. Siendo que es un cuestionario abierto, en su curso se han añadido y eliminado algunas preguntas.

1. ¿Cuáles fueron los orígenes de esta publicación?
2. ¿Cómo se eligen los temas a publicar?
3. ¿A partir de qué estrategias reconocen los intereses del público sobre determinados temas de salud mental?
4. ¿Considera que estos últimos años la información de salud y salud mental en los medios de comunicación, ha crecido o se ha reducido?
5. En líneas generales, ¿qué opinión tiene sobre el tratamiento que realizan los medios de los temas de salud mental?
6. ¿Qué cuestiones debería tener en cuenta un periodista al momento de escribir y comunicar temas de salud mental?
7. ¿Considera relevante generar periodistas especializados en salud para mejorar la comunicación que se realiza sobre estos temas?
8. Para usted, ¿de qué competencias debería apropiarse un periodista para poder trabajar en el área de salud mental?
9. ¿Considera que un periodista puede enfrentarse a limitaciones al momento de producir una revista de salud mental?

Lic. Michel Sauval. Psicoanalista. Fundador y Director de PsicoMundo "On line". Desde agosto de 1995, es el principal portal en lenguas latinas dedicado al psicoanálisis, la psicología y la salud mental, orientado a un público profesional. Director de EduPsi (el Programa de Seminarios por Internet de PsicoMundo). A cargo de los seminarios "Psicoanálisis y Ciencia", "Una introducción a la enseñanza de Lacan", "Lectura del seminario La lógica del fantasmas" y "Duelo y deseo del analista". Fundador y Director de la revista Acheronta. Esta revista puede consultarse en la dirección www.acheronta.org.



- **¿Cómo surge Acheronta? ¿Cuál es su origen, su misión y su visión? ¿Esto ha cambiado con el tiempo?**

Alrededor del año 1995, tenía un amigo que era psicoanalista como yo que le gustaban mucho las computadoras y entonces tuvimos la idea de hacer una revista digital. En ese momento el acceso a Internet era de 2.400 kb y costaba lo mismo que la banda ancha de ahora y había lo que se llama filmets, que eran redes sincrónicas, por lo que cada uno se conectaba a un nodo, y este a la noche con otros, no es como ahora que todo te llega automáticamente. Así fue que hicimos una revista con el formato de Windows, que era el formato digital de mayor difusión, que se podía ver desde cualquier computadora y así comenzamos con la revista.

Nunca hemos pensado hacerlo en función de interés empresarial ni de una necesidad institucional, que creo que son cosas importantes porque creo que es la marca esencial de nuestro portal y nuestra revista. Porque generalmente un órgano de difusión o un medio de comunicación responde a necesidades políticas o a necesidades o fines comerciales y a veces las cosas se intrincan. Clarín no es independiente, es periodismo político, pero es sobre todo una empresa que trabaja en función de un lucro. Y por ejemplo, en otras publicaciones que tienen orientaciones políticas obviamente también el funcionamiento económico va a ser necesario. Esto tiene importancia, porque también ocurre en el psicoanálisis y en salud mental.

Salud mental no es como una ciencia exacta, en salud mental hay corrientes políticas, hay opiniones cuando uno se dice terapeutas, psicología cognitiva, todo es más o menos como hablar de izquierda y derecha, centro y colisión cívica porque no hay una relación con lo real que no esté de-subjetivado o quitado de significado como puede ser una cuestión de la física, como decir ley de gravedad, no hay interpretación de ello.

Aquí el tipo de clínica que se hace es algo político no es como una fractura de un hueso que uno pueda objetivar en el sentido de que no importa nada de lo que diga el paciente, que se pueda hacer clínica a un paciente en coma. En salud mental todo pasa por lo que diga el paciente. Entonces en lo que es materia de publicaciones también, tanto las revistas como un sitio Web, están en función de un proyecto comercial o de un proyecto político.

Mi experiencia me hace pensar que una revista cuando se apoya en el discurso de hacer una revista para cubrir la necesidad de un campo, está dando un planteo demagógico. Es decir, nadie va a responder a una necesidad y a su vez nadie va a hacer algo que no tenga un receptor, entonces tiene que haber una necesidad; pero nadie hace nada que no sea por un interés, por eso lo que se define es un interés. Por eso es que hacía esta referencia, porque esta revista tiene cierta particularidad. Como lo nuestro nació por hobby, se ha mantenido con eso, nuestro interés nunca ha sido ni comercial ni político. Siempre mi dinero lo gané por la clínica, entonces eso le ha dado ciertas características; también me ha obligado en su momento a aprender estas cosas y creo que de repente puede ser tan importante como poder pensar cómo debe hacerse, porque he visto fracasar millones de proyectos.

Entonces nosotros empezamos así como hobby y siempre tuvo esa veta. Se armó Acheronta y después nos juntamos con una gente que tuvo una buena idea pero que vino a destiempo. Era una gente que tenía un proyecto comercial que tenía que ver con venderles Internet a los psicólogos. Entonces la idea era hacer un Psiconet como Psicomundo pero hacerlo en un sentido editorial, como proveedor de acceso a Internet para un nicho específico que sería salud mental.

En 1995 los psicólogos no sabían ni lo que era Internet y se fundieron. Yo me había unido a ellos pero desde el lado editorial; ellos llevaban la parte comercial. Entonces cuando se fundieron quedó Acheronta y Psicomundo, una revista y un portal. La revista siempre siguió siendo eso, un lugar para publicación de artículos de temas de psicoanálisis y cultura. Los primeros diez números fueron un espacio abierto que tuvo mucha importancia porque era un momento de mucha tensión y muchas peleas en el psicoanálisis en donde mucha gente estaba preocupada por las instituciones, entonces era muy difícil publicar. Es decir, faltaba como un espacio de cruce y Acheronta sirvió porque se pudieron publicar artículos de distintas corrientes.

Después dimos un salto porque comenzamos a realizar reportajes y actualmente ya invitamos nosotros a diferentes personajes a que escriban. Siempre estuvo pensado para profesionales del psicoanálisis. Con la publicación lo que descubrí - por lo que fui invitado a un congreso en Italia para hablar de publicaciones electrónicas- es la necesidad de cambiar la frecuencia redacción, impresión y distribución por redacción, distribución y publicación. Lo importante es que la publicación no esté antes de la distribución. Si la publicación es previa a la distribución uno queda sujeto a las leyes del mercado capitalista porque lo que uno distribuye no es el texto sino que es el producto material, la revista, el

papel, que está atado a la producción de un objeto material, precios, etc. Si uno puede hacer la distribución antes de la impresión se libera de todo esto y distribuye el texto, no el objeto y eso hizo que Acheronta tenga hoy 30.000 suscriptos. ¿Cómo haces una revista de 30.000 ejemplares? Además es una revista que si la imprimís ningún número baja de 400 páginas, sin publicidad. Es una revista que sale dos veces al año con alrededor de veinte artículos promedio. ¿Cuánto podría costar imprimir esto? y luego distribuirlos en el mundo.

Gran parte de lo que ha sido la distribución del psicoanálisis en el mundo es fruto de vías argentinas. El psicoanálisis es típicamente porteño y donde vos te muevas en el mundo y encuentres una institución psicoanalítica ahí hay un argentino. La consecuencia de la dictadura fue la distribución del psicoanálisis por el mundo mas allá de lo que fue Freud. Esa diferencia es la que nosotros hemos explotado.

Luego el portal sirvió como un amplio espectro, en el sentido siguiente: siempre fue dentro del campo del psicoanálisis, nunca nos transformamos en un portal psi es decir nunca nos abrimos a psicoterapias, cognitivos, etc. Entonces desde Psicomundo comenzamos a desenvolver con la misma estrategia distintas aperturas editoriales, abrimos diversas revistas. La primera fue EduPsi, un portal de seminarios gratuitos por Internet y todas las revistas que surgieron más adelante surgen a partir de gente que tiene ganas de hacer algo. Me contacto con ellos, comenzamos a hablar y es como con mi amigo que comenzamos Acheronta, formamos relaciones por entusiasmo de trabajar, como un hobby, para hacer algo.

- **Y en cuanto a contenidos, pude observar que en Acheronta se plantean diversas temáticas que son hilo de próximos números, ¿cómo se eligen esos temas, a partir de que surgen?**

Bueno, eso ha sido resultado de una evolución. Nosotros actualmente vamos por el número 25 en Acheronta. Los primeros diez números fueron sólo con Gerardo quien me acompañó en el proyecto y no había tema. Abrimos la convocatoria y nos llegaban artículos y nosotros seleccionábamos qué poníamos. Y ahí surgió también una experiencia editorial importante que fue poder tener una posición editorial que no sea ecléctica pero que a la vez no fije una orientación, es decir: si uno hiciera una revista primero hay que definir la orientación, es decir, cómo se va ubicar en el terreno político, porque si uno hace una revista va a tener que ser o mileriana, o de la convergencia, o cognitiva y cuando no es ni una cosa ni otra todo termina en el escepticismo. Por lo que, si no vamos a ser de izquierda, ni de derecha, vamos a escribir de cualquier cosa, desde los curantismos de la astrología hasta psicología transpersonal, etc. Psicoterapia.com es un ejemplo de esto.

Para nosotros este tema fue un problema, porque no es que estábamos en una institución pero tampoco estábamos para cualquier cosa. Entonces en ese momento la

idea fue cómo combinar artículos. Entonces de repente una sección estaba armada con dos o tres artículos que daban puntos de vista distintos pero que justamente estaban seleccionados porque en esa contradicción, en esas diferencias había un problema y que de alguna manera con distintas posiciones estaba abordado el problema. Algunos pensaban que estábamos dándole el aval a una posición o a otra posición y en realidad estábamos jugando con las contradicciones.

Más adelante, comenzamos a realizar algo diferente y así surgió el tema de los reportajes. Durante diez números hicimos lo mismo de siempre más el agregado del reportaje. Aquí reportábamos a dos o tres psicoanalistas, primeramente a gente de alta trayectoria con la idea de recorrer su historia en el psicoanálisis. Y esto fue muy interesante porque realmente son muy distintos los psicoanalistas, ya que tienen posiciones muy distintas aunque trabajen en el mismo campo. Para hacer esto, también fue necesario un consejo de redacción, conformado por personas de varios países como España, Brasil, Argentina, etc. Luego a partir del número 20 cambiamos la manera de hacer los reportajes y pusimos esto de fijar un tema. Mas allá de esto, sigue habiendo secciones que resultan del viejo método, es decir, seguimos recibiendo artículos que son seleccionados para publicar.

- **¿Cuál es el criterio para seleccionar la publicación de artículos?**

Que podemos armar algo. A veces nos llegan artículos que de repente lo tenemos guardado un año. Si es muy bueno sí, porque el artículo es interesante por sí mismo, pero sino la idea es que pueda entrar en algo, en algún debate, que de pie a un cruce de cosas.

Pero abrimos esta nueva sección que tiene que ver con elegir un tema, los que quieren escribir sobre el, lo hacen. Y los reportajes pasaron a ser sobre ese tema, ya no queremos reportar sus vidas sino que buscamos a alguien para que nos hable sobre ese tema. Es decir, nos fue requiriendo más una elaboración nuestra y en este número 25 hemos dado un paso decisivo que se efectuará en fin de año en donde seguimos recibiendo artículos de quienes quieren escribir pero nos hemos puesto a realizar una lista de quien queremos que escriba. Lo cual también es un trabajo mayor porque no le puedes pedir a cualquiera, cuando invitas también debes decir con que criterio invitas, si es por criterios políticos, comerciales pero a la vez, si querés hacer la revista, tenés que asegurarte algunas figuras pero tenés que tener claro, porqué invitas. Porqué definís un tema. Entonces requiere una elaboración de a quienes querés entrevistar y porqué querés entrevistar.

- **¿Cuál es el origen de los temas que deciden publicar?**

Existen dos niveles. Creo que hay temas generales, no deja de imponerse el tema de

la colectividad y sus preocupaciones. Pero dentro de este contexto, si uno se comienza a fijar en los temas de los congresos, etc., uno ve que hay ciertas preocupaciones comunes. Por ejemplo, el tema de los avances de las regulaciones de la práctica del psicoanálisis y el tema de la eficacia, donde en un principio se planteó una discusión entre las terapias cognitivas y demás.

En realidad es porque hay una teoría de mercado, entonces hay muchos psicoanalistas que se están dejando engañar en la idea de que para pelear en el mercado hay que hacer publicidad o hay que buscar una discusión pública de la eficacia. Es decir, hay temas que son generales. Pero después hay temas que son de comunidades más chicas que hacen a por dónde están pasando. Y uno es parte de esas comunidades y entonces uno debe estar contagiado.

Es como cuando uno prepara un escrito para un congreso, uno piensa de qué quieren escuchar aquellos que asistan a él porque sino nadie te va a escuchar. Hay que pensar a quién le habla uno. Es decir a mí, por ejemplo, me sorprende la tarea del periodista donde le dicen, escíbame sobre tal cosa y se ponen a escribir sobre casi cualquier cosa. No sé, debe ser desde otra posición. Yo para escribir sobre psicoanálisis también soy la consecuencia de mis pacientes. Las preguntas se me generan ahí. Voy construyendo desde los problemas que estos me plantean, de las lecturas que yo voy haciendo y en función de eso surge todo lo demás. Tener cierta temática tiene que ver con este proceso, en donde uno hace un tiempo está interesado en algo particular e investigando.

¿Cómo hicimos con Internet y con Acheronta? Nosotros por ejemplo, hemos definido el próximo tema por " De un analista a otro" y aquí jugamos sobre varias cosas, si por ejemplo de uno a otro hay una teoría común. Y si no es así, cuál es el nexo. Se leen entre ellos, se citan. ¿Freud y Lacan son lo mismo? ¿Hay diferencias conceptuales? O toda una serie de temas. Entonces nos pareció algo que podíamos enganchar con algo que hace a las problemáticas generales de los analistas. Pero que también tiene que ver con una marca nuestra - de Acheronta - que tiene que ver con la preocupación por la particularidad.

En general, desde mi opinión general y desde Acheronta, es que justamente cada análisis es como las historias de amor. Y es por eso que vamos a buscar analistas que pensamos que en algún punto de lo que están haciendo algo puede llegar a servir en ese debate, o porque están trabajando algo ligado a la transmisión, o porque están trabajando la conceptualización de diversos autores, etc. Entonces tenemos que ir buscando para conocer, no sólo publicar. Por ejemplo, ahora estamos trabajando sobre una sección que tiene que ver con el uso habitual de las frases de Lacan que se han transformado en aforismos, se ha cambiado el significado y se ha difundido diciendo, en lugar de ellas, cualquier barbaridad. Que lo diga una persona que no pertenece a este campo, no importa, pero un psicoanalista es un poco más complejo y es algo muy bueno a analizar y a dar un lugar para un debate.

- **¿Que cuestiones para usted deberían tenerse en cuenta al momento de realizar una revista de salud mental?**

Creo, que primeramente hay que saber que es lo que quiere hacer uno. No mentirse y tener en claro si uno quiere hacer plata o quiere hacer política, o qué porcentaje de cada cosa. En función de eso definir qué tipo de público. El problema de las diferencias políticas es importante, definirse por una posición crítica es una decisión que tiene su costo. Si te orientas a una posición ecléctica te vas a enfrentar a toda una parte del psicoanálisis, no van a querer estar ahí. Hay cosas que no se van a poder mezclar. Yo por ejemplo me fijo en la revista de Psicoterapia que es el ejemplo de esto. Si vamos a la cantidad de gente que lo lee, seguramente es superior al nuestro y tiene que ver con que su público tiende a ser amplio por demás.

Por otra parte, acá hay dos revistas históricas. Una es la Agenda Imago, ésta es un clásico, pero es una revista para difundir y vender libros, que se ha sostenido sobre esto y sobre el apoyo de una Fundación Argentina. Ellos han tenido siempre una sección de 4 o 5 páginas y es increíble porque esta revista distribuye 10.000 ejemplares y es una revista de papel. Sus artículos son realizados en base a los libros y de esa revista nació un portal que se llama El Sigma que quedó ligado a esa marca, a ese origen. Tiene una gran ventaja que es el de tener todos los artículos de Agenda Imago para poner en el Sigma y a causa de eso también quedaron como portal porque no se sabe bien cuál sería su orientación y política.

Después sí tenés publicaciones y sitios que son mas políticos como "Virtualia" de la EOL de la principal Institución Psicoanalítica Argentina y así se pueden encontrar distintas gamas.

De acuerdo a lo que vos me comentaste en un principio tu idea es poder difundir y cubrir las actividades, que esté dirigido a un público más amplio y es muy parecido a la estructura del Sigma. Los que lo han podido resolver son los de Página/12, que tiende a veces a ser muy técnico pero que forma parte del diario.

Yo las experiencias que conozco no funcionan de mezclar público general con público del campo de la psicología. Y no funcionan porque las demandas son distintas. Hay sitios dedicados al público en general, lo que está muy ligado a que la gente busca información para su problema. Entonces, por ejemplo, conozco experiencias que han funcionado muy bien que son portales de psicología para niños; hay que saber presentar los artículos y responder a las preguntas. En cambio lo que vos planteas de realizar cobertura de eventos es un viejo proyecto que nosotros tenemos en Psicomundo y que nunca lo pudimos llevar a cabo. Y éste tenía que ver con un proyecto dedicado a un público profesional, pero periodismo de la actividad profesional. No notas o artículos sobre el tema sino periodistas/cronistas de eventos.

Por ejemplo, Congreso de la EOL en donde diga qué temática se trató, es decir, que combine información periodística donde diga quiénes expusieron, cuáles fueron los

programas, etc. con crónica. Nosotros lo hicimos un tiempo; nos fuimos intentado armar con Psicomundo para armar canales nacionales, en donde teníamos una sección Chile, Brasil, etc., y tratamos de hacerlo con Argentina pero no encontré la manera de resolverlo con la herramienta con la que trabajo que es la del deseo. Es decir, dio para algo pero no se alcanzó a sostener. Digo, dio, porque logré conseguir que gente escriba crónicas pero no se sostuvo porque yo no tenía la suficiente inserción o desarrollo, quizás habría que hacerlo de una manera más comercial. Pero es eso, lo importante es conseguir gente que vaya a los congresos y escriba notas de eso.

Por ejemplo, hicimos eso con coberturas de congresos de APSA, que son en abril en Mar del Plata, que son los psiquiatras más ligados a la parte dinámica, más sociales, menos biológicos. (Ya que está AAP que son lo contrario). Para entonces había una psicóloga de Mar del Plata, y nosotros hicimos acuerdos con APSA en donde nos daban entradas gratis, y a partir de eso fue que hicieron entrevistas al director del Congreso y hemos hecho coberturas que han sido periodísticas, pero resultado de estas casualidades. Yo esperé que esto contagiara, resultara y que alguien por ejemplo de Rosario dijera "sería mi manera de darme conocer a enganchándome con Psicomundo", pero bueno a veces las cosas funcionan y a veces no.

La otra sería tener gente pagada para que por lo menos pueda coordinar, pero es un viejo proyecto esto. Es decir, mi idea era hacer un Página/12 de los jueves pero que fuera periodístico de la actividad de los profesionales y que eso fuera Web. Me parece que sería una muy buena idea, pero no sé como se podría instrumentar salvo que se haga con dinero. Podría funcionar comercialmente como proyecto, porque si fuera un proyecto de periodismo sobre las actividades seguramente encontrarías financiación en la publicidad de las actividades. Tendría una forma de pago relativa, donde por ejemplo podrían conseguirse psicólogos que tendrían interés en escribir por poder entrar gratis. Es decir, sería importante poder encontrar a los psicólogos que están interesados en ese tema, en ese congreso, que a partir que una entrada gratis sean capaces de escribir una crónica.

Lo que ocurre es que después sigue el tema de que tenés que tener una supervisión editorial y redacción para ver cómo escriben, ya que hay que combinar gente que le interese y que escriba bien. A su vez deberías acotar los campos o definir separaciones para no mezclar congresos de cualquier cosa con congresos de psicoanálisis, por ejemplo.

Considero además que es necesario conocer el campo que vas a cubrir, es muy difícil hacer todo junto. Porque, por ejemplo, los del Borda, terapistas y demás es un rubro, en el sentido de que hay toda una gama del mundo de lo que sería la psicología social, del trabajo en grupos.

Hay una revista que se llama Campo Grupal que toma mucho de estas cosas. Se puede hacer un portal de esa orientación, entonces ahí si hay una mezcla de talleres que son para público general, ellos se manejan así. Pero no se puede mezclar eso con Freud

o Lacan. No es por elitista, sino que va a fracasar, se te van a mezclar. Además hasta hay diferencias de prejuicios ideológicos.

Uno de los problemas que a veces veo es que cuando se mezcla demasiado fracasa por la mezcla, creo que una de las cosas más importantes es que debe haber claridad en la parte política. Cuando son mercados más grandes, lo político es menos importante ya que lo principal es si uno recibe dinero.

- **En relación a esto que usted me decía de que los periodistas hoy se ven expuestos a escribir de cualquier cosa, ¿considera relevante generar periodistas especializados en salud para mejorar la comunicación que se realiza sobre estos temas?**

Considero que la importancia es saber abordar todas las cosas. Después creo que es el deseo de las personas que por alguna razón deciden seguir escribiendo sobre un mismo campo, porque a la larga se van especializando. Supongo que algún punto debe ser porque el trabajo los va llevando como también su deseo y su gusto. Hay por ejemplo en Telenoche una periodista en salud mental que es una mujer. El tema es que tiene que estar volcada al público en general en donde está obligada a hablarle a los padres de casos típicos o atípicos o como puede ser otro ejemplo " Cuestión de Peso" en donde están obligados a estar ahí. Sería bueno que hubiera un periodista como de forense pero de salud mental, pero me parece que nunca hay un mercado suficiente como para que el mismo modo capitalita lo produzca. Tendría que haber en todo caso un interés personal, que sepa crear el mismo, que sepa construir, que tenga la habilidad para saber meterse y convencer a los capitalistas de que esto es un producto que se vende.

- **Para usted, ¿cuáles serían las limitaciones de un periodista para tratar temas de salud?**

Creo que es la propia formación. Me da la impresión de que a veces son eclécticos, me parece que creen que un todo vale todo. Están obligados a tener esa formación, de que tienen que hablar un poco de todo y que debe tener que ver con la prisa que se les impone desde arriba. Tienden a pasar por arriba de las diferencias. Si no supieron hacer una crónica para detectar a las distintas posiciones que intervinieron en una lucha (caso de las retenciones del campo) se puede hacer cualquier cosa.

Entonces, si se trata la salud mental como se trató el problema de las retenciones del campo por los medios, va a fracasar; salvo que sea Clarín y que da una información general, las diferencias se pierden. Pero este es un campo muy restringido ya que el mercado es chico, por lo que es importante saber cuidar las diferencias. Entonces es necesario que todo periodista sepa percibir las diferencias existentes en las políticas

propias de cada corriente psicológica, como también saber abordar cada una de ellas. La ventaja del periodista es su capacidad de ocupar un punto de exterioridad, es decir, ni demasiado exterior ni demasiado interior, porque lo que yo veo es que muchas veces están demasiado afuera, no tienen suficiente interioridad.

Cuando quise hacer este proyecto, lo quise hacer justamente con psicólogos y pensé en la idea de ir puliendo las relaciones ahí, por el lado de la redacción. Pero no dio. Hay que saber combinar, porque por ejemplo cómo haces una crónica en un congreso. Para entender al otro tenés que saber de psicología, tenés que tener criterio para comprender al otro e interpretar lo que te quiere decir. Si no lo entendés, no vas a poder escribir. Hay que encontrar la manera de ver como un psicoanalista se vuelve periodista y como el periodista puede trabajar con el psicoanalista. Porque por otra parte, el periodista, puede hacer también una nota sobre estos centros de atención o de información (el caso de las pasantitas para psicólogos recibidos donde les dan pacientes) y hasta con un espíritu crítico o valorando, pero desde un criterio periodístico, informar sobre esto. O por ejemplo informar el tema de las residencias, de los cambios que se han producido en los exámenes de ingreso o lo relativo a los concursos.

Fuera de Grabación:

Después hay cosas técnicas en relación a lo que es un Portal. Yo creo que uno de los aciertos nuestros es haber sabido conservar las formas imaginarias de la vida de los psicoanalistas. Es decir, una vez que estás en Internet, es solamente texto, el tema es cómo vos lo ordenas para la presentación visual que va a ser la vestidura de lo que presentas, porque después lo que hay detrás, es una base de datos.

Entonces, hay veces que algunos proyectos han sido demasiado base de datos y una vez que la gente se ha acostumbrado a Google das cuenta de que todavía pesa mucho la forma, ¿la forma q es? Una revista es una revista, es la manera en que se llega al otro. Es decir, una revista es una revista. Si la revista es un montón de hojas en una carpeta no es una revista, en donde encontrar lo que querés es muy difícil. Es por eso la organización de Acheronta, donde hay diferentes maneras de encontrar los artículos y demás informaciones. Entonces, la gente se encuentra, puede ubicar y referir después. Hasta llegamos a seleccionar las cosas por país.

Cómo ordenar las cuestiones imaginarias de cómo dar una presentación es importante; porque los informáticos trabajan con base de datos y aquí hay dos rubros que muchas veces no saben combinarse entre sí. Por un lado, los informáticos que saben dar al sitio Web dinámica, porque si vos no tenés capacidad de búsqueda en un sitio lo estás desaprovechando en un 50%. Y después están los diseñadores gráficos que están en lo estético y que no les importa la organización. Y el de base datos, no te hace la presentación visual. Entonces por ejemplo, en el caso de periodismo de eventos, ¿cómo organizar el sitio? Primero por país; después por región; después por ciudad; tener en

cuenta estas cuestiones, para que por ejemplo el marplatense pueda encontrar de Mar del Plata. O por ejemplo si uno busca actividades que se van a hacer, las pueda buscar por regiones, en cambio las ya hechas las puede buscar por temáticas.

Poder pensar esto, porque también son cosas importantes. Pensar cómo la gente va a buscar eso, también hace a la realización de un portal.

Y lo otro, que tiene que ver con saber perdurar en el tiempo. Y en relación a esto pienso que el hombre es un animal de costumbre, si vos le andas cambiando la entrada a cada rato y haces renovaciones de diseño y demás; le cambiaste todos sus favoritos, ya no sabe cómo llegar a los artículos que quería llegar, se molesta, aunque no vuelva.

Lic. Laura Lueiro. Psicoanalista. Directora de Psyche Navegante, publicación de Psicoanálisis y Cultura, hasta el año 2009. Esta revista puede consultarse en la dirección www.psyche-navegante.com



○ **¿Cómo surgió la idea de realizar Psyche Navegante?**

Hay un antecedente de Psyche Navegante que fue Psyche Gráfica. Es una revista que salió en papel entre 1987 y 1992; que para aquella época fue una revista bastante revolucionaria, en el sentido de novedosa. Porque fue la primera vez que se comenzó a publicar una cierta articulación entre periodismo y psicoanálisis. El traspaso a lo digital cambió a Psyche en el modo de dirigirse a los posibles lectores. Hasta ese momento en psicoanálisis eran todos los artículos muy largos al estilo monografía. La única que sobrevive de aquella época es "Actividades Psicológicas" que se publica en papel y que tienen artículos de unas 700 líneas, muy largos.

En Psyche Navegante planteamos la idea de artículos más cortos que puedan desplegar un tema teórico ligado al psicoanálisis y a temas clínicos pero que tengan también un espacio para la actualidad. Entonces planteamos una lectura desde el psicoanálisis - no política- de los acontecimientos sociales, políticos, culturales, etc.

Este es el antecedente porque en realidad esta revista cierra, deja de salir por bastante tiempo. Es su director Sergio Rodríguez, psicoanalista que había sido director de Psyche- Gráfica; Daniel Seijo que actualmente edita la revista de Psicolibros de Paidós y Pedro Fernández Dujan, periodista, que tienen la idea de volver a sacar Psyche. Pero ahí Internet, recién empezaba y entonces la idea que tuvo Sergio R. junto con quienes formábamos parte de este primer grupo fue realizar esta revista en Internet, ya que iba a tener un alcance muy diferente que el papel y había que empezar a ver como se hacía. Entonces la sacaríamos en Internet y al mismo tiempo en papel. Después nos dimos cuenta que la versión gráfica no nos convenía y nos sacaba mucho tiempo en la producción de artículos y entonces nos quedamos con la parte virtual directamente.

En ese sentido, en psicoanálisis debemos de ser los precursores. Creo que en ese momento comenzaba también Sauval con Acheronta.

El formato de Internet de la revista nos permitió ampliarnos y producir un semillero de escritores. Por eso también comenzamos un taller de escritura ligado a la revista porque por lo general los psicoanalistas tienden a escribir muy mal; la manera de escribir hace que muchas veces el público no los lea tienden a escribir porque escriben difícil; escriben

dando vuelta. Entonces Internet permite publicar artículos que son muy buenos y artículos también que no son excelentes pero que tampoco son malos pero que es una forma de estimular a las camadas jóvenes que tengan un espacio de publicación y que sean leídos, que reciban comentarios y que sigan avanzando, porque nadie empieza escribiendo una maravilla.

- **¿Cuál es el criterio de selección al momento de decidir que se publica y que no?**

Hay primeramente un criterio que tiene que ver con el contenido. Si bien los que formamos la revista y trabajamos en ella somos psicoanalistas lacanianos, la revista no necesariamente persigue esta corriente sino que también se publican artículos de otras escuelas. El requisito básico: que el artículo sea sólido, consistente, que tenga una lógica interna, sin contradicciones al interior del artículo. Cuando digo consistente es que este fundamentado, no puede haber una afirmación y que esté errada o que sea absolutamente discutible. Lo que no se puede fundamentar no es publicable.

- **¿Cómo se eligen los temas a publicar?**

La revista está dividida en tres grandes áreas. Una que es psicoanálisis que ahí van los artículos más teóricos y más clínicos, que es el único espacio de la revista donde se permite 'el lenguaje técnico'. Después hay dos áreas donde preferentemente se trata de no utilizar la jerga y se usa alguna palabra técnica, se busca que quede entendida en el contexto que se usa. Porque estas dos áreas, una Sociedad y otra Cultura no está dirigida específicamente a psicoanalistas.

- **¿Qué cuestiones debería tener en cuenta un periodista al momento de escribir y comunicar temas de salud mental? Es decir, por Ej., ante la posibilidad del desarrollo de nuevos medios dedicados a la cobertura de hechos y eventos de carácter médico, ¿qué considera que deberían contemplar para no sólo llegar a los entendidos sino que puedan ser leídas sus notas por lectores no especializados?**

En este sentido considero que hay varios problemas. El primero es el área de salud mental como tal, porque es muy amplia y entonces quizás es importante que en una página de Internet dedicada al tema, en la primer pantalla pueda presentarse todo lo que vas a mostrar.

Hoy en día el público lector es muy diferente al público de hace veinte años. Y el lector de Internet es doblemente diferente al de papel. Entonces el público de Internet es un público que lee poco, lee salteado y lee cortito. Si vos presentas por ejemplo, algo de una carilla no lo lee nadie. Una información no puede ser más de dos o tres renglones que tiene que

estar en esa primera pantalla que a la que el lector entra.

Esta página por supuesto debería estar dividida por áreas, por ejemplo, Clínicas, hospitales, ONGs, Instituciones psicológicas, Instituciones psicoanalíticas, Instituciones de daños corporales algo que el lector rápidamente pueda elegir de acuerdo a sus intereses. De esta manera una vez que el lector entra en alguna de las secciones, la idea es que pueda tener la información muy a mano y quizás la mejor manera de presentación es a través de consignas, eslóganes (por Ej. cómo vemos la salud mental hoy) teniendo en claro que cada clic que se hace en Internet tenés un 50 % menos de público que lee. Entonces hay que dirigir muy claramente y pensar mucho sobre la primera información que se pone. Hay muchos sitios que trabajan bastante ésto; por ejemplo Sauval con Acheronta tienen muy bien organizado esto; El Sigma, también tiene muy bien armado lo que es información. Después hay otros que si bien no son sitios de alguna manera funcionan, como por Ej. "La cosa Psi" que es un boletín de psicología en general y salud de Rosario donde contiene todas las actividades que se realizan en el mes.

En lo que respecta a estrategias, la cuestión es floja en esta revista y tiene que ver con el tipo de revista. Es una revista hecha a pulmón, nadie cobra, no hay un peso, no tiene publicidad y esto es una decisión que hemos tomado desde el inicio para no tener compromisos editoriales, con lo cual todo lo que hacemos, en la revista, ponemos dinero propio para los mínimos gastos que tiene. Entonces no sólo está pensado sino que también se necesita gente que esté dispuesta con entusiasmo, con ganas de hacer determinadas cosas.

Entonces es así cómo la parte estética no es la que predomina. Lo que sí tenemos y es muy eficaz es un mailing, un sistema de registros que después de muchos años nos es muy útil (7 mil direcciones genuinas). La idea es poder tener idea de la cantidad de personas que está interesada en esta información que hasta llega al exterior como España y partes de América Latina.

- **¿A partir de qué estrategias logra tener conocimiento sobre el interés que tiene el público sobre determinados temas de salud?**

El tema de Internet es un poco complicado. En producciones de papel uno sabe un poco más, porque tenés conocimiento sobre la tirada que tiene la misma, aunque sea un tanto relativo, ya que uno no sabe si se leyó o no o qué se leyó. En Internet si bien existe este tema estadístico de entradas y demás, uno sólo puede saber el origen de la entrada, el tiempo que se estuvo pero todo es muy relativo. Sí sabes qué personas te leen a través de los correos electrónicos; quién te contesta; los comentarios que dejan en la revista, pero sólo por medio de esto.

En cuanto a los modos de elección de los temas, todos estos años ha tenido varias modalidades y orientaciones la revista. Lo que está prevaleciendo en los últimos años es que quien quiera participar de la revista puede escribir sobre lo que le interesa, ya sea el

tema que está investigando o lo que sea. Por ejemplo en la sociedad se publican temas que tienen que ver con la cultura en un sentido amplio, la cultura social, política, económica. Por otra parte, la sección Cultura tiene más que ver con lo artístico donde escriben personas psicoanalistas como también personas que comentan obras de teatro y demás. Y ¿cómo se realiza la conexión artística con el psicoanálisis? La relación a veces se da como otras no y no nos preocupa porque en la concepción que tenemos nosotros con psicoanálisis, el arte de por sí está ligado al psicoanálisis, a lo creativo, entonces es parte del psicoanálisis como este también es parte del arte.

Los lectores que escriben Psyche plantean por ejemplo: yo este año me dedicaré a determinado tema, entonces se crea una sección ad hoc sobre ese tema y se sostiene en relación a la producción que se realiza sobre ello. Y después hay desde el Consejo de Dirección una cierta política sobre algunos temas, por ejemplo: falleció Fernando Ulloa, entonces se envió una convocatoria para que quienes quisieran escribir en homenaje a esta persona. De esta manera se realizó una sección aparte para el próximo número con el tema elegido. Pero son casos puntuales que se dan porque convoca el Consejo o porque se producen espontáneamente, como es el caso de las Torres Gemelas. Aquí las personas escribían, nos enviaban mails con reflexiones sobre esto que había ocurrido y por la cantidad de artículos hubo que darle un espacio.

También por ejemplo si hacemos alguna jornada, también se escribe sobre de que se trató y demás. Es una combinación entre la elección de algún tema y de temas mas estables, pero a la vez no es una revista temática.

○ **¿Qué opina sobre el modo en que los medios de comunicación social tratan temas de salud mental?**

En medios gráficos considero que el más responsable es Pagina/12 que tiene el suplemento de psicología que lo hace Pedro Lipcovich, que es un tipo muy serio en la selección, es decir, uno puede no estar de acuerdo con lo que dice pero el tipo es bueno. Es decir, para que un artículo sea discutible tiene que ser bueno, sino no tiene sentido. A su vez, está siendo bastante serio los últimos dos o tres años el espacio de Salud y Tecnología de La Nación que dirige Nora Bar que también está teniendo un criterio bastante minucioso.

Asimismo, tanto La Nación como Clarín a veces son graciosos y si uno se detiene a realizar un seguimiento de las notas sobre un determinado tema, da cuenta que son muy contradictorios. Un día dicen una cosa y a los diez días están diciendo lo contrario, donde en lo único que se piensa es en la información como golpe de efecto, en cuanto a quien va a ir a leer esa nota. Entonces publicar algo serio espanta lectores, al menos supongo que ésta debe ser la política. Vos ves esos titulares, esa información y decís: es irresponsable publicar esto, no tiene ningún fundamento. Y esto lo hace más que nada Clarín, lo que genera que la información en vez de informar desinforme.

- **¿Considera que estos últimos años la información en salud en los medios de comunicación, ha crecido o se ha reducido?**

Si, considero que ha crecido la información. Primeramente creo que han aumentado los medios en cuanto a números. Hace veinte años era diferente, Buenos Aires en particular siempre fue una ciudad muy ligada a la salud mental por la impronta del psicoanálisis aquí. Pero los últimos veinte años ya había una proliferación de instituciones del ámbito psi en general, ya sea psiquiatras, psicólogos, psicoanalistas y yo creo que tiene que ver con una cuestión cultural. En Buenos Aires está incorporado dentro de la cultura, la cuestión de enfermedad mental o del cuidado de la salud mental, de la psicoterapia. La cantidad de psicólogos graduados que hay en la ciudad de Buenos Aires es impresionante en relación con otros lugares en cuanto a cantidad de habitantes. Yo creo que tiene que ver con cierta cultura que ha ido entrando de a poco y a su vez en los medios.

- **¿Consideras importante que se formen periodistas en salud que sean capaces de darle otro lugar a la salud y a la salud mental dentro de los medios de comunicación?**

El enfermo mental no vende y creo que eso es un problema irresoluble en términos de una modalidad de comunicación de mercado como está siendo, no sé si existe la posibilidad de otra manera. Porque el enfermo mental es impresentable, es desagradable, es bochornoso, esto es un prejuicio cultural. El común de la gente relaciona la enfermedad mental con peligro, con temor de cómo va a reaccionar esta persona, qué me va a hacer, Yo estoy de acuerdo que hay una cierta mistificación de la enfermedad mental como deterioro. Por otra parte, esto ha cambiado muchísimo los últimos años porque hay que pensar que los primeros psicofármacos de eficacia son de la década del '50, hace muy poco! Yo trabajé en Moyano hasta 1991/92 y en esa época todavía había pacientes internados que eran anteriores a la época de los psicofármacos, que lo único que se les hacía era inyectarles leche en las piernas, las cuales se les hinchaban y entonces se quedaban quietos o las duchas de agua fría, porque no había tratamiento.

Todo puede ser muy bueno, pero si vos tenés a una persona con un cuadro donde rompe todo, se lastima, descontrolándose con su alrededor, vos lo que querés es que pare y después vemos. Y los psicofármacos en ese sentido nos abrieron las puertas a todas las terapias, porque hasta que no empezaron a actuar los psicofármacos no se podía hacer nada, no es que sean mágicos sólo que al menos le bajan un poco el síntoma y eso es un montón.

No se pudo avanzar en lo que eran terapias por vías de la palabra y todo esto es muy nuevo. Incluso, los antipsicóticos que son atípicos (es una generación de medicación sin

efectos secundarios de una toma diaria) hace diez años que están en el mercado. Antes de esto, un paciente psiquiátrico para estar estabilizado necesitaba hasta ocho pastillas por día, nada más que la administración de esas pastillas a cargo de un familiar generan una dependencia feroz. Es muy distinto de alguien que hoy en día puede estar tomando una pastilla de toma diaria sin efectos secundarios. Todo eso ha cambiado muchísimo y a pesar de que los psicoanalistas y los psi odian todo el avance farmacológico y de las neurociencias considero que ese punto es una necesidad. Todos los que hemos trabajado con pacientes graves damos gracias a los laboratorios que producen cada vez medicaciones mejores con menos efectos secundarios. De ahí a la comercialización y a que se lo recete a cualquier persona que quizás no lo necesita es otra historia, pero para quien lo necesita es una maravilla. Porque hay algunas enfermedades mentales como la esquizofrenia que a la larga sino está bien tratada va produciendo deterioro de las facultades mentales superiores: atención, concentración, memoria. Entonces alguien que padece esquizofrenia termina demente y llama la atención, no pasa desapercibida.

Y gracias a los nuevos medicamentos que hay, el trabajo con la palabra - porque sólo con mediación tampoco andan bien las cosas- permite que puedan ir armándose en relación a los acontecimientos que le van pasando en la vida, solucionándolos, tomando medidas de cuidado, haciendo que a la larga esa persona que es un enfermo mental ante cualquiera pase como desapercibido. Pero esto es de los últimos años, es muy nuevo en términos de una política de salud.

Entonces, ¿seguimos con la idea de los loqueros? Y si, seguimos, va a pasar bastante tiempo para que eso pase.

Por otra parte, creo que la formación de periodistas en salud sería buena, pero a la vez considero que debería ser una profesión para alguien muy particular. Creo que es algo que no se resuelve académicamente, porque se requiere alguien que sepa de periodismo, que tenga cierto conocimiento sobre salud mental en términos generales y que al mismo tiempo sepa escuchar y tenga un oído fino para no caer en la maraña de escuelas teóricas; tipos de terapia, etc. Porque los estamos en tema conocemos todas y si por ahí no tenés buenos referentes a quien acudir todo puede ser muy complicado.

Yo creo que si vos te paras desde el periodismo a vos no te interesan las peleas políticas, porque estas parada allí, es decir, no es el sesgo con el que vas a seleccionar. Forman parte del campo de la salud mental: la terapia cognitiva conductuales, los neurobiólogos, los psiquiatras, los neurólogos, o psicólogos, los psicopedagogos, los músicos terapeutas, los terapeutas ocupacionales, etc.

No importa que ideas tengan, todos forman parte del campo ligado a la salud mental. Si yo lo pienso como periodista, yo voy a tomar todas las líneas; lo que voy a tratar de asegurarme es que sea gente que esté sólida, no importa si defienden una cosa u otra, mientras lo hagan con solidez. En cuanto a la polémica entre neurociencias y psicología/psicoanálisis si vos lees bien a fondo, muchas de las discusiones no tienen

fundamento. La pregunta es si eso que vendes sirve y para qué sirve y otra cosa es la campaña que vos hagás para venderlo. Que la campaña sea mala o que vos seas un delincuente en cuanto a cómo lo vendes, no implica que lo que vendes no sirva.

El psicoanálisis, por ejemplo, no tiene estadística ya que no se puede medir en estos parámetros, pero aquí la pregunta es ¿es eficaz? A su vez nadie te obliga y “tampoco es dañino”. Pero a su vez, en relación a los hospitales que te dan psicofármacos regalados, tiende a parecer medio nocivo. Como periodista yo publicaría todas las campanas pero seriamente. Sostené lo tuyo y discutí al otro, no ataques sin tener en cuenta esto. Entonces desde acá vos podés publicar todo porque además hoy están peleados, antes estábamos peleados los psicólogos con los psiquiatras, ahora con los neurocognitivistas y en unos años no se. Todo el ámbito de salud mental es conflictivo. Yo creo que todos, salvo los chantas, todos los que estamos en salud mental lo queremos es que los pacientes estén bien, en lo posible desde el fondo no temporáneamente; ese es el punto en común.

Dr. Enrique Carpintero. Psicoanalista. Egresado de la facultad de Psicología de la Universidad de Buenos Aires (UBA), Doctor en Psicología de la Universidad Nacional de San Luis (UNSL). Director de las revistas Topía, publicación de psicoanálisis, sociedad y cultura (www.topia.com.ar); y Topía en la clínica dedicada a Nuevos Dispositivos en la Clínica Psicoanalítica. Fundador y director del Servicio de Atención para la Salud (un espacio de atención en situaciones de crisis). Director y autor de la Enciclopedia de la sexualidad infantil Bookman editores, Buenos Aires, 1996, autor de Registros de lo negativo. El cuerpo como lugar del inconsciente, el paciente límite y los nuevos dispositivos psicoanalíticos, Topía editorial, Buenos Aires, 1999. Autor de más de cien trabajos sobre su especialidad.



○ **¿Cómo surgió la idea de la Publications de la revista "Topia"?**

Primeramente surgió como papel, previo a que existiera Internet en el año 1991. La revista surge a partir de una institución que yo dirigía que se llama " Servicio de atención para la salud" que era una institución de atención en situaciones de crisis. Era conformada por una cooperativa de trabajo y trabajábamos con pacientes en situaciones de crisis.

Hablando de crisis en el sentido amplio de la palabra, es decir, referida a crisis neurótica, psicótica, etc. Desde ahí y unos años antes de que la institución cerrara (1995) decidimos sacar esta revista como una forma de hacer un cruce entre psicoanálisis, sociedad y cultura.

Una forma de dar cuenta de lo que sería la crisis de la cultura entendiéndola en términos amplios como sinónimo de civilización e incluyendo todo un área que hace alusión a temas sociales y culturales y otra área específica en relación a toda la parte clínica y de salud mental. Básicamente buscaba dar cuenta de cómo la subjetividad está atravesada por diferentes tipos de conflictos sociales, económicos, políticos, etc. Esta fue un poco la idea de generar esta revista. El primer número sale en 1991.

El público destinatario originariamente era profesional, hoy sin embargo está destinada a un amplio público de la cultura, gente de sociales, comunicación, no estrictamente psi, que le interese la lectura de los diferentes temas que trabajamos permanentemente.

- **¿Cuáles son las cuestiones que tienen en cuenta al momento de comunicar temas de salud mental que no específicamente van dirigidos al público especializado?**

Te voy a comentar un poco la estructura de la revista. Hay un director que soy yo, hay un Coordinador General de la revista que se dedica a articular todos los trabajos de la revista y existe un Consejo de Redacción más tres editores. En total somos 10 personas. Esta revista tiene una particularidad: nosotros salimos hace 18 años, 3 números al año. Todos los artículos son en un 90% pedidos. Es decir, nosotros nos planteamos el tema, por ejemplo, el del mes de agosto es " El cuerpo como subjetividad", lo trabajamos, lo conversamos, discutimos, etc.; una vez que mas o menos delimitamos qué queremos decir con este tema abrimos diferentes tipos de temáticas, tres o cuatro temáticas. A partir de definido esto, pensamos en quien lo podría escribir. Y digo esto porque es todo un trabajo que no se hace de un día para el otro, además porque la revista tiene otras secciones, tiene un dossier, un suplemento que se encarga de la parte clínica, donde se realizan tres preguntas sobre diversas problemáticas clínicas a diversas personas. Y luego sí tiene una separata, donde hay un trabajo especial que atraviesa cuatro páginas de la revista.

Nosotros además tenemos un criterio, en donde cada uno escribe como puede, y quienes lo hacen son generalmente personas de diferentes áreas tanto del área psi, como sociólogos, historiadores, filósofos, etc. Además hay dos partes en la revista; una donde un profesor de literatura que se dedica al arte, poeta y escritor, saca trabajos, por ejemplo, sobre cine, que tiene que ver con el dossier. Y después hay otra área que un área de trabajo corporal, donde se trabajan temáticas en relación al cuerpo. Entonces, nuestro criterio es que el artículo pueda ser entendido por el amplio público de la cultura, es decir, que no quede reducido a esa terminología de cada grupo. Generalmente lo logramos.

La idea es que al artículo lo pueda entender tanto un psicoanalista como un sociólogo, o alguien de comunicación. A su vez, los temas no surgen necesariamente de algo particular, de algún hecho social o demás, sino que entre nosotros mismos se nos van ocurriendo cosas y luego decidimos si hacerlo o no, es una especie de intuición. Igualmente, por ejemplo, todo el tema del 2001, en ese momento trabajamos una serie de temas ante una situación muy particular. Y a su vez tiene que ver con que ésta no es una revista semanal, ni mensual, es un revista que tiene tres números al año, entonces tampoco puedes sacar un tema actual porque pierde vigencia. Pero igualmente, siempre trabajamos temas que están en resonancia con lo que ocurre de alguna manera.

- **En cuanto a medios de comunicación masiva, ¿considera que ha crecido, o se ha reducido la publicación de noticias del área de salud mental?**

En cuanto a temas de salud en general en los medios, todo está metido en un negocio que tiene que ver con los laboratorios, lo farmacológico y toda la industria. Son dos cosas diferentes. Aquí podríamos incluir lo que llamamos el campo de la salud mental, expresamente en su variante de psiquiatría biológica, que está ligado al peso que tienen hoy los grandes laboratorios farmacológicos de psicofármacos. Y tiene que ver con una cuestión general. En el siglo XIX estaba el positivismo donde se trataba de encontrar cualquier problema psíquico en una región orgánica del cerebro. Hoy debido a los grandes desarrollos tecnológicos hay una vuelta a lo que yo llamo neopositivismo.

Entonces se trata de encontrar todo lo que tiene que ver con el padecimiento subjetivo que es algo muy complejo donde hay variables neurológicas pero también psíquicas en relación de uno mismo y con los otros, y hay variables socioculturales y toda una complejidad, en donde lo que se intenta es reducirlo a un problema estrictamente neuronal. Esto en términos de la cultura es algo hoy hegemónico y no solamente acá sino en el mundo. Desde ahí es que se monta toda una serie de intereses económicos y corporativos que lo que buscan es vender productos, lo que ha llevado a una medicalización de la medicina (no medicación) en donde cualquier cosa es factible de que aparezca cualquier medicamento para que la gente lo tome. Hoy uno de los principales problemas de adicciones son los psicofármacos. Entonces, todo esto se ve en el peso de los medios. Hace 15 años atrás no había una página específica de salud como hay ahora en los grandes medios. Y es así cómo comienzan a aparecer investigaciones 'comprobadas' donde a veces se dice cualquier pavada. Y entonces todo esto ha llevado a que el área de salud comience a tener mucho más peso que antes.

En relación al área de salud mental hay un peso en relación a todo lo que tiene que ver con la psiquiatría biológica y ciertas cuestiones relacionadas con las técnicas cognitivas, resolución de síntomas como curar una fobia en cuatro días. Como por ejemplo el tema de los psicofármacos que no está mal; el tema es si uno se queda sólo con eso. Y por ejemplo lo que pasa ahora con los manicomios, todo surge cuando hay algún problema, sino no es tema central.

En cuanto a cómo se ve hoy el enfermo mental, hay una encuesta que se hizo sobre la salud mental en Argentina, en los años '50 y '60 en donde se muestra todo el prejuicio que existe en cuanto al loco como peligroso y demás. Si uno se retrotrae hasta hoy creo que estos miedos básicos no han desaparecido pero la diferencia es que hoy existen psicofármacos.

- **Para usted, ¿de qué competencias debería apropiarse un periodista para poder trabajar en el área de salud mental?**

Hace unos años me ofrecieron participar en un periódico para la CABS en área psi. Y en ese momento tuve que ponerme a pensar en el tipo de temas que podían ser problemáticos en una ciudad de estas características y lo que se me planteó como

primera dificultad fue poder comenzar a tocar y analizar estas problemáticas desde un lenguaje que fuera entendible para todos, y no específicamente al profesional psi.

Creo que la mejor manera de plantear temas de salud mental en un medio para un público en general es partir de las experiencias y hechos cotidianos que todos tenemos y desde ahí hacer surgir los diversos temas. Yo estoy realizando una reconstrucción de una enciclopedia que va destinada a un público en general de padres y maestros. Y explicamos todo lo relacionado a varios temas, pero tomando ejemplos y experiencias cotidianas que puede tener un padre, un maestro, tomando ciertas problemáticas actuales. Creo que hoy y hablando de comunicación se ha confundido la gran información que hoy termina saturando aunque sea válida y necesaria con la comunicación. Comunicar implica transmitir ideas, no una mera información y esto creo que es lo que ocurre hoy en los medios en relación a temas de salud.

Lic. Mario Pujó es Lic. en Psicología UBA (1975), realizó un DESS en Psychologie Clinique Paris V (1979), ha realizado actividad docente y de supervisión en distintas instituciones, y publicado en diferentes revistas especializadas. Es autor de los libros: "La práctica del psicoanalista" y "Lo que no cesa del psicoanálisis a su extensión". Dirige desde 1992 la revista Psicoanálisis y Hospital, una publicación de practicantes en instituciones hospitalarias, de carácter independiente, y donde se han reflejado, durante ya más de 10 años, las particularidades de la extensión del psicoanálisis en los hospitales de la Argentina.



○ **¿Cómo surge Psicoanálisis y el Hospital?**

Surgió en el año 1992 a partir de experiencias previas que había tenido. Yo he pasado por varios hospitales, como concurrente, pasante y demás; en el año 1992 formaba parte grupos de supervisión clínica en hospitales, que es una práctica bastante habitual. Se trata de un grupo de profesionales que se reúne con alguien fuera del hospital, una vez por semana o dos y comunica su caso. Este tipo de supervisión es una forma bastante habitual de transmisión del psicoanálisis, donde alguien con menos experiencia comenta su caso con alguien que tiene más experiencia.

Es una de las tres patas de formación del psicoanalista, que son el estudio, el propio análisis y la supervisión clínica. Yo realizaba este tipo de actividades que en hospitales se hace en forma agrupada donde la mayor parte son concurrentes. Toda esta gente espera obtener a cambio cierta formación, por lo que en la supervisión se tratan algunos casos de forma colectiva, etc. Yo hacía esto en varios hospitales. Mi esposa a su vez es psicóloga y trabaja en el hospital de niños por lo tanto también realizaba actividades de este tipo, por lo que teníamos esta práctica habitualmente incorporada, teniendo mucho contacto con concurrentes y demás hospitalarios.

Fue ahí donde constatamos la existencia de cierta producción propia de esas concurrencias. Para acreditar el año una de las tareas que se les exige a los concurrentes es hacer un ateneo clínico, esto es, una exposición de algún paciente que están atendiendo y hacer un relato escrito de eso, que es muy interesante desde el punto de vista clínico. Este ateneo se hace con el fin de mostrar los logros y dificultades que se plantearon en el tratamiento de los pacientes atendidos en los hospitales que tienden a padecer enfermedades más extremas. Entonces algo que nos pareció interesante es que estos ateneos, donde una persona se pasaba un año trabajando con supervisiones y

donde había muchos que eran muy buenos, se presentaran como material publicable ya que sino este gran esfuerzo moría ahí.

Y esto era una práctica muy original, en primer lugar porque el ateneo no es una práctica que se haga en este ámbito sino más que nada en el médico. A su vez era inhabitual por el nivel de exposición de las personas que lo hacían y teniendo en cuenta que tampoco debía saber demasiado ya que recién estaba haciendo su concurrencia, estos eran más testimonio de sus dificultades, donde había una honestidad que no es habitual entre los colegas. Y era inhabitual también a nivel mundial, porque no hay ningún otro país donde el psicoanálisis haya penetrado de una manera tan notable en la sociedad, en la universidad en su conjunto y en los hospitales. Por lo tanto teniendo en cuenta estas particularidades, me pareció interesante encontrar un canal de expresión de esa clínica particular por ser hospitalaria y por ser testimonial por personas que están ahí y que están formándose y confrontándose con las dificultades de una manera muy 'fresca' y de ahí es que se nos ocurrió realizar esta revista. Que implicó juntar todo el material y después si invitando a gente que daba cursos en hospitales, en supervisiones; no solamente basándose en los ateneos porque sino hubiera sido aburridísimo y así fue que surgió el 1° número que fue muy humilde.

En general muchos son basados en materiales directamente clínicos y después cuestiones temáticas. Esto se debió a que la gente que escribía no era específicamente conocida y para hacer más interesante la revista elegimos ejes temáticos muy importantes para la práctica hospitalaria inicial sobre todo. Temas esenciales o muy propios del psicoanálisis como la duración de los tratamientos, la admisión, etc. Estas notas eran escritas por invitados.

Lo que hicimos inmediatamente fue construir un enlace y gestión con gente que fuera representante en los hospitales y servicios.

○ **¿Cómo surgen, cómo se eligen estos temas que serán hilo conductor de los próximos números?**

Los primeros números tuvieron que ver como dije con las cuestiones esenciales de lo que es la práctica en hospitales del psicoanálisis. Esto funcionó muy bien por lo que seguimos eligiendo temas, dispositivos vinculados a la cuestión hospitalaria, la cuestión del caso, las cuestiones vinculadas a la urgencia. Después en otros números hemos tomado cuestiones más culturales y también siempre se dio un enfoque semicultural. Es como que de entrada nos hemos alejado un poco de la clínica más concreta, como ya para hablar sí de esas cuestiones clínicas pero desde una perspectiva más epocal, como puede ser uno de los temas que se trata, como la niñez amenazada. Y esto se nos ha ido ocurriendo por un interés personal, de la evolución personal de cada cual. Y en los últimos números, hemos vuelto de a poco a las cuestiones clínicas más importantes, y nos hemos posicionado ya con intencionalidad de hacerlo.

Por tanto, nos hemos abocado a las condiciones concretas donde encontramos el psicoanálisis y las prácticas clínicas y de la salud mental que se están transitando en este momento y que se han decidido exponer en los últimos tres números. Y esto tiene que ver con que son temas que están en el tapete y esto se ve en los medios masivos donde todos los días, por ejemplo, se tienen notas sobre el tema de neurociencias o de este orden. Normalmente tienden a ser sensacionalistas, Clarín por ejemplo tiene la sección científica ligada a las investigaciones en donde uno lee las notas y parece que es ciencia ficción. En general, creo que no hay buena información sobre salud, en cuanto a los servicios de salud y en particular en salud mental. Por ejemplo, Página/12 tiene una sección de psicología los jueves que es la única que lo tiene y que es más o menos buena, donde publican notas más o menos de actualidad y allí aparecen algunas notas que no son noticias pero donde personas tratan temas diversos.

En relación a la elección de temas de la revista, creo que es importante tocar temas de actualidad pero nosotros no vamos detrás de ella. Vamos detrás de la actualidad, cuando se nos presenta como ineludible, porque tampoco es la idea. Hay un poco de gusto personal, cosas que me puedan interesar; sin dejar de tener en cuenta que hay un público que uno viene siguiendo. La evolución de las revistas depende de muchas cosas, una es si se autofinancia o si lo financia el laboratorio. Esto a veces te trae problemas, porque al asumir nosotros una posición psicoanalítica - una terapia de la palabra - depender nuestra subsistencia de aquellos que fabrican las drogas y medicación puede ser muy contradictorio.

Ha ocurrido que la evolución en estos últimos 20 años de lo que es la psicofarmacología y la neurociencia ha orientado mucho la formación de los analistas. Entonces estamos en este proceso; igualmente ya hay muchos que han comenzado a regresar y a repensar todo pero hay un proceso que va a llevar su tiempo por eso para nosotros también es importante. En cuanto a la revista, una primera evolución tuvo que ver con algo que ocurrió que fue la aparición de Internet y la consulta a través de revistas digitales que hace que cada vez lo gráfico se venda menos. Nosotros, sin embargo, hemos seguido la tradición y no hemos pasado la revista a digital.

- **Para usted, ¿de qué competencias debería apropiarse un periodista para poder escribir sobre temas de salud mental o ser parte de una revista de estas características?**

Primeramente alguien que se dedique a esto debería saber de salud mental, estar interesado en ese tema; tener una posición más o menos marcada, es decir, una orientación. Y en cuanto limitaciones creo que si sabe de salud mental creo que no tendría más que ventajas, las limitaciones las tenemos nosotros cuando nos podemos a editar, porque pensamos las cosas en otros términos. Creo que un periodista tendría ventajas en cuanto tener más clara la opinión pública, el discurso común, a quién se le

habla, cómo se dicen ciertas cosas.

Creo que para hablar claro es necesario saber de lo que se está hablando y creo que esto puede ser una dificultad para lo que es difusión de ciencia. Creo que en este sentido es necesario encontrar un lenguaje que sea entendible a las personas pero que esté a la altura de las circunstancias.

Siendo el campo de la salud mental, un campo en donde trabajan diversas disciplinas, con diferentes intereses, creo que al momento de realizar una revista lo que puede unificar más estos intereses son cuestiones temáticas, es decir, estar atento a los eventos que tocan temas que puedan interesar a todos, como puede ser el tema de neurociencias, temas como el autismo, la psicosis infantil, toxicomanía, salud pública de salud mental, etc. Es bueno tomar ciertos congresos que tengan un abordaje múltiple.

Lic. Alberto Santiere. Psicólogo egresado de la U. B. A. en 1984. Psicoanalista. Dedicado a la clínica psicoanalítica de adolescentes y adultos y al periodismo en psicoanálisis. Coordinador de contenidos del portal de psicoanálisis El Sigma. Coordinador de contenidos y editorialista de la revista Imago-Agenda de Editorial Letra Viva. Esta revista puede consultarse en la dirección www.elsigma.com



○ **Cuestiones a tener en cuenta en la producción de una publicación**

Es muy importante al realizar una publicación tener en claro la razón que empuja la construcción de ese medio. Hay muchos medios que tienen cohesión ideológica, como es el caso de Topia donde hay una orientación editorial clara a lo largo de todos los números, en donde no se proponen un proyecto comercial y que por ende es difícil de mantener. En nuestro caso, cualquier emprendimiento a nivel conceptual y que responde a un público específico, salvo publicaciones que están sostenidas por factores de mercado que le permiten mantenerse en el tiempo (caso de las revistas médicas), necesitan de un emprendimiento comercial para poder sostenerse. Esto es aún más complicado cuando tiene que ver con el psicoanálisis porque la apuesta es a través de la palabra, con lo cual hay muchos factores decisivos - como los laboratorios- que no tienen ningún interés en apoyar un emprendimiento como el nuestro.

○ **¿Cuál fue la razón de ser de "El Sigma"?**

El Sigma surge como un proyecto comercial, que se origina en las ganas de cubrir un espectro del psicoanálisis con una mirada plural. El primer emprendimiento en esto fue Psicomundo, donde hicieron una red muy interesante que permitió Internet a lectores de muchos países. El Sigma entonces nace como una empresa que tiene dos directores, uno de ellos está abocado a cuestiones de armado del sitio Web y como estudiaba psicología tuvo intenciones de ver donde podía hacer pie para generar un proyecto fuerte.

Fue así como contactó con Leandro Salgado que lleva adelante Imago Agenda, que es la publicación en castellano más fuerte del mundo, al menos en periodicidad y en cantidad de ejemplares distribuidos.

Por otra parte, el psicoanálisis es un fenómeno parcial en el mundo, es una realidad marginal, por lo cual también tiene una duración reducida. Aquí se da algo extraordinario, que es que la cantidad de gente que comenzó a ejercer la profesión, comenzó a generar una inserción en varios sectores de la cultura que fue generando de a poco un abordaje creativo de la cultura desde el psicoanálisis, cuestión que en los medios se empezó a

notar.

Entonces establecer un medio psicoanalítico es muy difícil. En el caso de El Sigma surgió con una base de apoyo espectacular que fue todo el caudal de la librería Letra Viva que hoy tiene 40 años de antigüedad en psicoanálisis, a diferencia de otras grandes editoriales como Paidós que de a poco fue perdiendo la especificidad psicológica y psicoanalítica, ya que hoy vende un poco de todo.

Tenemos una sección específica que se dedica a realizar entrevistas, muy elaboradas, con mucho nivel en donde quien está a cargo lee libros de quien va a entrevistar para hacer preguntas desde el punto de vista del lector, cuestiones que sean de su interés.

○ **El público de El Sigma ¿es específicamente psicoanalítico?**

Si, en su mayoría tiene lectores que se interesan en el psicoanálisis. Igualmente como desde un principio lo concebimos a El Sigma como una red, desde los que lo hacíamos, teníamos la idea de formar varias secciones para que diferentes personas vayan tomando distintas inquietudes - cine y psicoanálisis, literatura y psicoanálisis, psicoanálisis y educación- por lo que el público tiende a ser amplio también. A su vez, como el 80% de los visitantes entran mediante buscadores de Google, es decir, buscadores temáticos, podríamos decir que hay gente que viene por identificación con el psicoanálisis, con identificación a la filosofía, cine, etc. y al ser un equipo de 25 personas que toman distintas tareas el espectro, es muy amplio.

○ **¿Como manejan la cuestión del lenguaje siendo que es una publicación que tiene un amplio público?**

En principio son pocos los integrantes de El Sigma que escriben con frecuencia, a diferencia de otros equipos como puede ser el de Psyche Navegante que tienen una coherencia, objetivos y ganas de escribir, con un equipo formado que escribe periódicamente. En nuestro caso, El Sigma se nutre básicamente de quien quiere escribir y del que envía un texto; el criterio de selección lo establece el coordinador de sección; en el caso de ser un texto pobre o muy elevado lo consultamos pero no es lo común. Buscamos mucho que se integre a la red personas que no este en Capital Federal o Gran Buenos Aires sino también personas del interior del país.

Quiero aclarar algo y es que la unidad que hay entre El Sigma y Agenda Imago tiene que ver con que poseen el mismo director, pero son espíritus distintos los que lo conducen. Y en cuanto a los lectores hay un ida y vuelta por medio de la red, por donde te envían comentarios sobre algún texto cuando consultan sobre los autores que leen, etc. Asimismo, hemos realizado encuentros presenciales, pero muy pocos, espaciados en el tiempo, con resultados discretos que son esperados en una actividad de este tipo.

- **Mas allá de ser un emprendimiento comercial, ¿qué objetivo persiguen a través de lo que publican, cuál es la línea o la orientación?**

Yo soy quien coordino la revista y El Sigma en cuanto contenidos y considero que la fuerza más clara es la difusión del psicoanálisis, es una especie de batalla feroz y desigual para que el mundo del tratamiento por la palabra siga teniendo peso en un momento en que todo se parcializa y se estandariza.

Está avanzado mucho el cognitivismo por lo que es necesario seguir sosteniendo un discurso que implique apertura, que implique abordar a cada ser humano por su particularidad y no recetar unánimemente determinada droga para todos los que tienen supuestos ataques de pánico. Realmente es una lucha muy buena, muy interesante que creemos que en el caso de El Sigma y de las revistas, por la amplitud de criterios que se reflejan en los distintos trabajos, ayuda a mantener viva en la cultura como un antídoto contra la superficialidad de los tratamientos o aún peor la robotización del ser humano. No son emprendimientos comerciales fuertes, sin embargo, tienen mucha publicidad, no diría fija pero sí muy importante en todos los meses de actividades institucionales.

Por tanto, se generó con Imago Agenda algo que no pasa con otros medios: hay instituciones que sienten que si no publican ahí pierden algo fuerte que los conecta con la gente porque la revista se distribuye en hospitales, centros de salud, es decir, lugares donde hay cantidad de profesionales de la salud especialmente psicoanalistas y psicólogos.

- **En líneas generales, ¿qué opinión tiene sobre el modo en que los medios tratan temas de salud mental?**

Creo que no hay un criterio unánime, aunque haya una tendencia. Clarín, por ejemplo, publica cada tanto una nota o comentario; pero las avanzadas en cuanto neurociencias y el flujo de lo genético sobre las conductas son muy grandes. Hoy igualmente, y en notas realizadas a personas que trabajan allí presentan notas relacionadas con la neurobiología que si uno lee el trasfondo de ellas, por un lado te dice que lo terapéutico también es importante pero le buscan la raíz genética a todo.

En definitiva, hay una tendencia a la estandarización, a vender recetas sobre qué se debería hacer para poder superar un ataque de pánico, por Ej. Se corta de raíz la historia que tienen algunos conflictos y se habla de fenómenos nuevos que son muy parecidos. Entonces hay una tendencia muy fuerte a desestimar la palabra y a darle un lugar muy fuerte a todo lo que tiene por detrás un andamiaje económico consistente como los laboratorios. Este se ve de manera muy patética aunque algunos medios a veces se cuidan y ponen una contraposición.

- **¿Considera que un periodista puede enfrentarse a limitaciones al momento de producir una revista de salud mental?**

Yo creo que el tema está en que quienes armamos medios de salud mental, en general, no somos periodistas, sino que nos hemos volcado al periodismo, porque administramos contenidos, hay un ida y vuelta con los públicos, etc. Y en cuanto a limitaciones, creo que el problema se halla en que el tiempo en los medios es distinto al de la escritura. Creo que poder armar un medio, poder dirigir un lenguaje a un sector de gente, poder hacer que éste sea más o menos claro o que tenga la suficiente pluralidad para el que quiera identificarse con algo lo encuentre, creo que es difícil pero que vale la pena.

Creo que lo importante es encontrar la cohesión o el objetivo por el que estamos publicando, porque es la única manera de poder sostener una revista más allá de los altibajos por lo que sea atravesada. Y es más difícil porque hay muchísimos sitios que no requieren de programación, como lo son los blogs.

ENCUESTAS

Las encuestas que se presentan a continuación se han realizado a profesionales de la salud mental en diversos congresos referentes al campo.

Cabe aclarar que quedó abierta a la elección de los encuestados tanto la extensión como las formas y modos de responder a las preguntas; quedando evidenciado esto en la heterogeneidad de cada uno de los mecanismos de respuesta.

Cuestionario

1. ¿Qué opinión tiene respecto del tratamiento que realizan los medios de comunicación de los temas de salud mental?
2. ¿Qué repercusión tiene este tratamiento en los grupos sociales?
3. Según su opinión, ¿cuál es el rol de los medios en la difusión de temas de salud mental? ¿Cómo deberían tratar los temas mediáticamente?
4. ¿Qué temas considera que están mal abordados por los medios y cuáles se omiten a su entender?
5. Por otro lado, ¿en qué tipo de eventos/congresos le interesa participar?
6. Como profesional, ¿qué tipo de información se podría incluir en una revista virtual de salud mental, que le fuera de utilidad?
7. ¿Considera que hay temáticas importantes del área de la salud mental, de la que los medios no hacen cobertura? ¿Cuáles son?

Desarrollo de las encuestas

➤ El tratamiento que realizan los medios respecto de la salud mental tiene que ver más que nada con la salud mental de la clase media, con la persona que consulta; en cambio no se hace mucho tratamiento y análisis sobre las patologías quizás más severas que tienden a relacionarse con problemas mas graves, yo por lo menos no lo he visto, es como si fuera nulo, no se analizan por ejemplo las políticas de salud mental que se están llevando adelante en los manicomios, los hospitales de día, a los que sólo se accede mediante obra social, etc. nunca por un medio pago y que por ende responden a otro tipo de clase social.

También, y quizás desde un panorama más amplio no sólo de los medios, se tiende a ver la salud mental desde la enfermedad, como una generalidad, siempre se la entiende desde ahí no poniendo foco en la salud en sí.

Los medios difunden esto y toman esta perspectiva porque es lo que se consume, y ese es su rol de medios. Y fuera de esta realidad y desde otro lugar, deberían pensar y tratar por qué la salud mental hoy no se le presta tanta importancia. Lo que sí tiene mucho análisis a través de distintos formatos es aquella que se da a través de consultorios, pero

sobre la patología severa el tratamiento no se hace. Lo que ocurre también es que sobre eso no se puede decir nada, no se puede opinar, no es materia opinable. Asimismo no hay interés de ser concientizados, entonces es como que ese rol específico en estos temas no tiene mucho sentido.

En relación al tipo de información que recibo como profesional, mis fuentes de consulta tienen más que ver con artículos específicos, y no tanto con la búsqueda de este tipo de eventos; si sería bueno quizás que halla alguna revista, que se encargue de este tipo de cosas, pero puede tener que ver quizás con una falencia mía, no me he detenido en ese tipo de búsquedas pero si uno por ahí se entera de algún medio que cubra este tipo de cosas, sería interesante.

Quizás también desde los medios convencionales no esperaría algo así, a veces hay páginas de Internet pero sería bueno algo más detallado. La información que me sería útil, por ej, sería un lugar donde uno pueda consultar los hospitales de día que hay, qué tipo de orientación tienen, qué lugares de interacción, cómo se puede tratar a gente de determinada patología, uno a veces está muy solo. Algo que sea organizado, que tenga categorías, que talleres, actividades se hicieran, saber quién estuvo, qué dijo, son cosas que a la larga tienden a ser útiles.

Revistas de las que se hace lectura: Acheronta y Topia.

➤ Me viene en este momento a la memoria, un programa llamado "Vulnerables" de un psiquiatra y todos sus pacientes que hacían terapia de grupo. Este programa era de distribución masiva, considero que estaba bien abordada la temática de salud mental. Lo bueno es que este no estigmatizaba la locura, sino que evidenciaba cómo las personas que hacían esta terapia llevaban sus vidas de manera normal y mostraba cómo la terapia aportaba y generaba cosas buenas.

Para mí hay una diferencia entre la producción artística y el ámbito periodístico. Aquí igualmente, no ocurre algo muy diferente a lo que pasa en los ámbitos generales de la sociedad. Sigue predominando un modelo hegemónico, ideologicista, mas mecanicista, hay un tratamiento ultra simplificado y degradado.

No hay que quedarse con la solución más simple y más fácil, por ahí hay que ver que las cosas son más complejas, y ver las cosas de otros lugares, pero por supuesto muchas veces dos párrafos no alcanzan a dar cuenta de lo que es la salud mental y todo lo que ella conlleva. Son cosas que no tienen una solución rápida, exacta, contundente, lamentablemente en la salud mental hay que ir acostumbrándonos a que todo aquello que se dice es mucho y todo aquello que nos queda es poco, y que lo mayoritario son preguntas. Son esas cosas las que los medios no entienden, ellos están en lo que se vende rápido, fácil y barato, y de ahí viene lo que es dar una respuesta rápida para venderla y nace el tema de los libros de autoayuda donde lo que se busca es dar respuestas. Acá lo que se trata de trabajar es no trabajar certezas sino desde las preguntas porque las respuestas son siempre hipótesis, la salud mental tiene que ver con

poder preguntarse.

Otro programa que me vino a la mente es un programa televisivo que entraba a los psiquiátricos donde había gente muy mal, y donde lo que se buscaba vender era la parte morbosa que por ahí como una postura ética no es buena. Hay que trabajar con la salud, trabajar desde la diferencia porque no somos todos iguales y las diferencias son notorias, pero buscar desde estas diferencias la parte positiva, creativa; aquí en este tipo de jornadas buscamos que surja lo subjetivo desde el análisis que realizamos, para dejar de lado el estigma y esas cuestiones.

Hoy hay mucha información, la sistematización de las experiencias que se realizan en determinados ámbitos es algo que no se realiza y que estaría bueno, por ahí trabajar desde una experiencia concreta sería lo bueno para que las personas se enganchen, no quizás hablar desde la generalidad, eso ya sería más complicado.

En cuanto a información de un congreso sería bueno poder escuchar o tener testimonio de las personas más importantes que asistieron, que puedan transmitir algo a la gente, como a su vez incitados a escribir cosas, dependería del tipo de evento. Lo que ocurre con las revistas es que duran muy poco tiempo, sería bueno una revista que este en lo cotidiano, no cada lapsos tan largos. En cuanto a la información de congresos, recuperar lo básico de los planteos, las discusiones, para que no quede flotando en los debates de acá, sino que sea algo que pueda continuarse a través de otros debates y sobre los que se pueda trabajar también mas adelante.

Revistas de las que se hace lectura: Psyche Navegante y Topia.

➤ El tratamiento que realizan los medios es muy bizarro, sobre todo con lo que se está trabajando ahora, es decir, lo que está planteando actualmente el Ministro de Salud sobre la desmanicomialización, me parece que está tratando de que se siga con la venta de psicofármacos, pastillas, etc.

Yo estoy a favor de la desmanicomialización pero creo que habría qué armar ciertos dispositivos de contención, otras estrategias para poder llevar a cabo esto.

Por ejemplo todo lo que se relaciona con los ataques de pánico y el modo en que se lo analiza, hace que todo apunte a la venta de psicofármacos, no al tratamiento elaborado.

Casi siempre se trabaja toda la enfermedad, debería trabajarse más la salud, más ligado a lo comunitario, a lo deportivo, a los clubes, cuestiones que tengan que ver también con ello no sólo con la enfermedad, con trabajar desde los hospitales.

Yo creo que información es lo que sobra, me parece que está todo muy mal trabajo y fragmentado, lo cual y del modo en que trabajan los medios nunca se termina de cerrar nada.

Revistas de las que se hace lectura: El Sigma.

➤ Básicamente todo funciona con la política del sistema, donde curar no interesa, entender cuáles son las enfermedades reales que enferman a las personas, no importa. Por ejemplo, en la cuestión de las drogas, se culpa a las drogas, en realidad al paco que es la enfermedad que nos viene a atacar - principalmente a las clases bajas- y en realidad no es así, sino que es el sistema el que no provee contención social y así ampliado con todo lo que tiene que ver con la salud mental y el resto de las enfermedades, no hay un verdadero interés.

La única posibilidad de cambio es de a poco y en pequeños grupos, dando más apertura a los medios pequeños, porque los medios grandes sabemos que dicen lo que quieren y acomodan la información como convenga. La única forma de cambio es a nivel barrial, comunitario, a nivel de las pequeñas organizaciones.

Cualquier enfoque es comunitario, la idea es empezarse a pensar como comunidad no como individuos aislados que sufren, son grupos, comunidades que sufren y entonces sentir que cuando me pasa algo a "mi", no es sólo a mí sino a mi comunidad. A partir de esto y de comenzar a pensar qué somos los otros, es que puede haber alguna transformación.

Sería bueno que los medios también puedan difundir los eventos culturales, reuniones barriales, asambleas, ese tipo de información, donde se pueda participar, donde haya un espacio donde se desee debatir.

Revistas de las que se hace lectura: Acheronta.

➤ Es bastante estática la información y siempre es tremendista. Es como que dan un tipo de información para que actuemos como bomberos apagando incendios y no preventivamente. A mi me gustaría que sea mas preventiva.

Habitualmente, como médica, la información que dan los medios en el último tiempo es buscar bases genéticas a las enfermedades y entonces no se miran otras formas de ocasionar enfermedades que no sean necesariamente genéticas.

Talleres que se realizan en hospitales, en centros de salud, actividades de congresos, actividades académicas abiertas a la comunidad, que no hay muchas. Se deberían cubrir las novedades.

➤ Por lo general el tratamiento que hacen los medios es muy hegemónico, muy biomédico, yo creo que a los medios les hace falta, en términos de salud en general, un poco más de capacitación, o mejor dicho, mayor articulación con los sectores mas alternativos dentro del campo.

El problema no son los temas sino cómo los tratan, los medios tratan todos los temas de la actualidad pero desde un lado biomédico. Yo lo que veo, por ejemplo, en donde hacen periodismo en relación a salud mental es que reproducen investigaciones internacionales, que no está mal pero no es sólo eso. Me parece que deberían hacer una articulación mayor con referentes alternativos dentro de salud mental. Este es un buen

espacio; los periodistas harían muy bien viniendo acá y relevar los desarrollos que se realizan aquí con los referentes que están acá, y con ellos hacer periodismo. Igualmente, hay medios que levantan muchísimo esto, hay periodismo que hace este tipo de cosas, pero en líneas generales no es lo que pasa.

Revistas de las que se hace lectura: Psicoanálisis y el Hospital.

➤ En general creo que los medios distorsionan bastante, son poco serios y tienen ciertas tendencias que a veces pueden estar relacionadas con el apoyo de los laboratorios. Entonces hacen hincapié sobre las cuestiones neurológicas, las neurociencias, las investigaciones cerebrales, en vez de darle el peso a la palabra de los sujetos, para saber qué les pasa y por qué, hacerlos encontrar sus propios caminos a cada uno.

Son de mucha pobreza y muy condicionados por lo mediático. Sí puede haber programas, como Locas de amor, que te mostraba cómo desde la internación hospitalaria se puede conseguir esto de convivir grupalmente, siempre acompañados por alguien y que son maneras de evitar las internaciones masivas. Pero es más costoso para el Estado y éste justamente está en una etapa de desaparición total. A mí lo que me da un poco de temor de la desmanicomialización es que sustituyan los hospitales psiquiátricos por lugares que no den contención a la gente, que se los tire a la calle. Porque esto es lo que veo en las calles, mucha gente marginal y que está muy mal psíquicamente.

A mi entender, hay exceso de información de todo, pero quizás justamente no es de calidad ética lo que hay. Se habla de las bulimias, anorexias, de los ataques de pánico, precisamente hoy voy a citar a Freud, quien decía "La calle de pánico viene cuando se rompen los lazos sociales" Cuando el jefe a perdido la cabeza, la gente queda dispersa; entonces yo digo, la cabeza que se ha perdido en este momento es el padre como dentro de la función paterna en lo familiar y en lo social el Estado, que también se ha borrado bastante. Entonces creo que se habla mucho de todo pero no se dice realmente lo que se debe decir, porque cualquiera sabe decir ésta es una histérica, obsesiva pero qué es la histeria o la obsesividad nadie lo sabe, se habla mucho pero muy vulgarmente.

Revistas de las que se hace lectura: Imago Agenda.

➤ Lo hacen los medios es reflejar lo que está en la cultura y en la sociedad, por ende, un estigma; sin embargo y por suerte estos medios también se ocupan de entrevistar a personas que tienen otras posiciones. Es un poco el estigma y a su vez un poco las propuestas de cambio lo que intenta reflejar.

Los medios deberían tratar de transmitir las experiencias significativas e interesantes de progreso y avance y no solamente los problemas. Aparte del Gordon y el Moyano, hay experiencias piolas que se están haciendo y que no se publican.

➤ Personalmente considero que falta mucha información, se aborda desde un punto de vista muy vulgar y muy poco específico. Y además creo que muchas personas que opinan lo hacen con desconocimiento y sobre todo en la televisión, donde se habla de un tema importante sin tener mucha idea. Esto ocurre sobre todo en el tema adicciones, más que nada en la juventud que tiene grados de alcoholismo desesperantes. En el hospital hay permanentemente casos de coma alcohólico, sobre todo en menores.

Considero que la información es muy importante, principalmente en estas generaciones que tienen acceso a medios de comunicación como Internet, con los cuales se pueden informar más rápidamente y comprender la situación de cómo es todo. Por eso creo que si habría una información más precisa y profesional, la juventud podría estar un poco mejor guiada, ya que hay un mito de todo lo que es adicción, alcoholismo, que tiene más que ver con el negocio mismo.

En cuanto a los eventos que me interesan, están las discusiones de algunos trabajos y pensamientos de algunos colegas, que sería bueno tener la oportunidad de distribuidos y recibirlos. Me interesan los nuevos trabajos, nuevas técnicas, porque todo lo que tiene que ver con la farmacología viene por otro tipo de medios, lo que sería en parte gráfica muy puntual, muy comercial y poco ético.

Hoy es algo constante, hay un bombardeo permanente de información pero que es muy disparatada. Uno ve permanentemente cosas en la televisión, cosas de drogadicción, alcoholismo pero no llegan al punto de la cuestión sino tratan los temas de forma muy poco específica. Dicen muchas palabras sin decir nada.

Creo que la prevención es el camino de muchas adicciones, si hubiera un poco más de prevención para las distintas patologías, estaríamos mejor.

Revistas de las que se hace lectura: Psicoanálisis y el Hospital.

➤ Tengo justamente una columna de radio Mar del Plata y lo que trato de hacer es difundir la información en forma clara. Lo que me he dado cuenta a lo largo de los años de profesión fue que no se informa de una manera en que la gente entienda. A veces tenemos que modificar cierto lenguaje para que alguien comprenda. Es un doble trabajo, es conocer la teoría y bajarla, lo cual en algún momento fue un desafío para un espacio que existe en Mar del Plata que se llama Convocatoria al psicoanálisis, que hicieron una especie de charlas abiertas a la comunidad con distintos temas, como por ejemplo el deseo; y no podían salir de la teoría. Es decir, fui por curiosidad a ver y en realidad valoricé mucho mi trabajo porque es un trabajo de difusión y prevención con todo lo que implica difundir. Un psicólogo en un medio tiene como fin desmitificar al psicólogo y mostrar que es alguien que no es más que una persona que se hace cargo de una parte de un saber y que a partir de ahí puede trabajar en la atención, es un poco perderle el miedo a lo que uno habla como enfermedad mental.

No estoy de acuerdo con las charlas en temas de salud mental que se dan en espacios no profesionales porque confunden, yo creo que en algún punto tendrían que

haber más profesionales de la salud en los medios y que de alguna manera entiendan lo que es la comunicación. Por ejemplo, en la radio en la cual trabajo escucha gente de diversos barrios, con niveles socioculturales distintos, y la idea es que todos tienen que entender. Hay que tener en cuenta a quién se le habla.

Sería bueno que los profesionales de la comunicación hicieran alguna especialización en salud, para hallar un discurso en el que nos podamos encontrar.

Me interesan los congresos que reúnen a personas de diferentes lugares ya que allí se puede tener conocimiento sobre lo que se está haciendo por ejemplo a 400 Km. de acá.

Revistas de las que se hace lectura: Psyche Navegante y Acheronta.

➤ En general, lo que tratan de comunicar es lo que más impacta de la gente, no del modo científico como lo tendrían que hacer. Muchas veces lo que hacen es publicitar ciertas patologías, como lo son en los últimos tiempos la bulimia y la anorexia, trastornos de ansiedad, pánico, donde la gente empieza a incorporar y a auto diagnosticarse en relación a eso que le están vendiendo.

Me interesa la información en general de psiquiatría, psicoanálisis y eventos de alta envergadura.

➤ Considero que difunden una gran cantidad de información lo que no necesariamente produce una mejor llegada a la gente. También es cierto que está muy influido por la forma de propaganda y consumo actual, con modelos muy cerrados, sin dejar cuestiones abiertas y puntos subjetivos donde podría ubicarse la subjetividad de cada quien. Los temas son tratados de manera demasiado pedagógica, poco imperativa. No quiero decir que no haya que hacerlo sino que hay una interrogación que habría que hacerse en cuanto a la forma.

En cuanto a esto, supongo que las personas de los medios tienen más herramientas, pero creo que la información no debería presentarse de manera tan igualitaria, como si todo fuera de una manera, todo es alcoholismo, todo es fobia o todo es bipolaridad; me parece que ese es el riesgo de simplificar las cosas, a pesar de que abunde la información.

➤ Los medios deberían tener una guía de estilo de cómo manejar estos temas. Porque la publicidad que dan a cuestiones como suicidios o por ejemplo, la metodología que se utiliza para referirse a trastornos de salud mental no es la adecuada y a veces generan comportamientos perjudiciales. Por ejemplo, el caso del chico de Carmen de Patagones, en donde la difusión que se hizo sobre el tema generó una cadena de hechos similares. En este sentido digo que debe tenerse cuidado al informar sobre estos temas, o no ser alarmistas. Además no sólo son los jóvenes los afectados, en algunos casos son los profesionales. Hay situaciones en las que se ha expuesto demasiado a la persona que

atiende pacientes con patologías mentales en casos judiciales, se los ha puesto en evidencia y esto genera, también ciertas consecuencias en sus colegas.

Los medios cumplen un rol muy importante en la difusión de cuestiones de salud mental debido a que son muy fáciles de llegar y de persuadir. Esto debería ser utilizado para la prevención pero no de manera alarmante, ya que no siempre es el miedo el que genera mayores éxitos, por ejemplo campañas de Sida que se hicieron hace muchos años, las cuales eran muy agresivas. El miedo aunque logre resultados, genera otro tipo de conductas y sentimientos que afectan al ser humano, al ser social y no creo que este sea un camino positivo para la persuasión. Además sería bueno que los medios dejen de enfocarse en el estigma, e intenten generar apertura en los individuos para con aquellos que tienen cualquier tipo de patología. Asimismo deberían aportar mayor información científica.

En cuanto al tipo de información o cobertura que me interesa puedo incluir a publicaciones, presentación de libros, actividades de asociaciones familiares, de ONGs, difusión de instituciones donde se traten diversas patologías, pero que sean instituciones de orden local, no aquellas en donde la difusión se hace a través de vías oficiales. Literatura gris, que es aquella información que producen muchos hospitales, que no siempre son de carácter científico pero que aportan nuevas miradas y que muchas veces no son publicadas en ningún lugar, quedando en la difusión interna (esto lo hace la Biblioteca Regional de Brasil).

➤ Creo que no hay un criterio unánime, aunque haya una tendencia. Clarín, por ejemplo, publica cada tanto una nota o comentario; pero las avanzadas en cuanto neurociencias y el flujo de lo genético sobre las conductas son muy grandes. Hoy igualmente, y en notas realizadas a personas que trabajan allí presentan notas relacionadas con la neurobiología que si uno lee el trasfondo de ellas, por un lado te dice que lo terapéutico también es importante pero le buscan la raíz genética a todo.

En definitiva, hay una tendencia a la estandarización, a vender recetas sobre qué se debería hacer para poder superar un ataque de pánico, por Ej. Se corta de raíz la historia que tienen algunos conflictos y se habla de fenómenos nuevos que son muy parecidos. Entonces hay una tendencia muy fuerte a desestimar la palabra y a darle un lugar muy fuerte a todo lo que tiene por detrás un andamiaje económico consistente como los laboratorios. Este se ve de manera muy patética aunque algunos medios a veces se cuidan y ponen una contraposición.

➤ En medios gráficos considero que el más responsable es Página/12 que tiene el suplemento de psicología que lo hace Pedro Lipcovich, que es un tipo muy serio en la selección, es decir, uno puede no estar de acuerdo con lo que dice pero el tipo es bueno. Es decir, para que un artículo sea discutible tiene que ser bueno, sino no tiene sentido. A su vez, está siendo bastante serio los últimos dos o tres años el espacio de Salud y

Tecnología de La Nación que dirige Nora Bar que también está teniendo un criterio bastante minucioso.

Asimismo, tanto La Nación como Clarín a veces son graciosos y si uno se detiene a realizar un seguimiento de las notas sobre un determinado tema, da cuenta que son muy contradictorios. Un día dicen una cosa y a los diez días están diciendo lo contrario, donde en lo único que se piensa es en la información como golpe de efecto, en cuanto a quien va a ir a leer esa nota. Entonces publicar algo serio espanta lectores, al menos supongo que ésta debe ser la política. Vos ves esos titulares, esa información y decís: es irresponsable publicar esto, no tiene ningún fundamento. Y esto lo hace más que nada Clarín, lo que genera que la información en vez de informar desinforme.

➤ Se transmite de forma sutil y algunas veces explicita una imagen errónea y negativa de la enfermedad mental que sin duda no es un buen reflejo de la realidad, ayuda a perpetuar estereotipos, prejuicios y falsas creencias y perjudica de esta manera a los derechos de las personas con problemas de salud mental y su entorno.

Periodistas totalmente desinformados en el tema, reproducen estereotipos que siguen perjudicando a las personas con problemas en salud mental. Falta de información que no les falta a la hora de abordar otro tipo de problemáticas, e ahí otra dificultad.

Titulares etiquetantes de patologías gravísimas, en donde sintetizan y generalizan y el sujeto queda perdido quien sabe donde.

Imágenes de personas que tienen una actitud pasiva, con la mirada hacia abajo, sin interacción social, transmitiendo sensaciones de lastima, soledad y aislamiento.

Muy poco espacio destinado a personas que están capacitadas para transmitir claramente información adecuada y mucho del mundo medico-científico.

La vulgarización de la terminología específica del campo de la salud mental, provocada por los medios que indebidamente la utilizan sin medir las consecuencias, el uso peyorativo de los términos puede hacer que las personas que sufren estos problemas puedan sentirse ultrajadas y en ocasiones contribuye a perjudicar la imagen social de una persona con una enfermedad mental.

En cuanto a la repercusión social, la mala información o la desinformación genera miedo, desinterés y la consecuencia es la no aceptación y el aislamiento. Lo ideal sería informar con exactitud conceptos y términos, no crear una falsa realidad, informarse adecuadamente. Mostrar no sólo los aspectos negativos que presenta la enfermedad mental sino todo lo positivo, es decir, mostrar a las personas de manera integral. Que la enfermedad mental reciba el mismo trato que cualquier otra enfermedad, tanto en el trabajo, en la familia, en la sociedad.

Además, los medios sólo hacen mención a la enfermedad mental, y muy poco en relación a la salud mental. Y cuando mencionan la enfermedad mental sólo logran estigmatizar.

En cuanto eventos, me gusta asistir a aquellos en los cuales se trata a la salud mental

de una manera integral, tanto del aspecto psicológico, psiquiátrico, social, político, comunitario, en donde se tiene en cuenta al sujeto en su particularidad y habitando una sociedad y un núcleo familiar, en donde el aislamiento y el castigo deben ser paradigmas que hayan quedado atrás.

➤ Los medios de comunicación hoy por hoy creo que están más pendientes de lo que genera rating que de informar a la gente, por lo que la salud mental casi siempre está enfocada desde la Psiquiatría y se pierde de vista así al sujeto, al enfermo como persona, creo que esto es producto de que la televisión y los medios en general están muy relacionados con el poder y al poder no le conviene invertir en políticas de salud.

El "loco" es quien no produce como lo es el "depresivo", el "fóbico", etc. son los que no producen en esta sociedad que lo único que te pide es que consumas y produzcas a la mayor velocidad que puedas, es justo ahí donde se pierde la noción de sujeto tan importante para abordar cuestiones como son las sintomatologías actuales.

Los medios abordan estas problemáticas, aun hoy, desde la individualidad del sujeto perdiendo de vista así la contextualización de estas problemáticas. Nadie "nace" loco, nadie "nace" chorro, nadie "nace" depresivo... vivimos en un contexto y somos parte de este, estas cuestiones son las que la psiquiatría pierde de vista, y es de lo que se agarran muchos medios masivos de comunicación para felizmente terminar etiquetando a estas personas de "loco" "chorros" "fóbicos" "TOC".

Creo que los medios de comunicación no pueden desprenderse de los intereses del poder y reproducen lo que éstos pretenden que la sociedad sea y la muestran a la sociedad como dada y te ofrecen la cárcel, los psiquiátricos, o la pastillita como solución.

Creo que es necesario que los medios de comunicación puedan generar preguntas a la sociedad antes ciertas problemáticas, y no dar sólo respuestas estáticas e inamovibles antes éstas. Es necesario el pensamiento crítico, más uso de las Ciencias y menos sentido común, y cuando digo Ciencia también creo que es necesario integrar ciencias y disciplinas como lo es el Psicoanálisis, Sociología, Criminología, Sicopatología, etc. dando lugar al sujeto dentro de la escena.

En cuanto eventos, me interesa aquellos congresos, seminarios, charlas, etc. relacionadas a lo que es la Clínica Psicoanalítica principalmente, y a partir de ahí todo lo que se derive de ello. También me interesa mucho lo Forense, la Criminología, la Psicología ligada al Derecho, lo que se llama la Psicología Forense.

Revistas de las que se hace lectura: El Psitio.

➤ Los medios de comunicación no realizan un debate profundo sobre el tema de salud mental, se llegan a cuestionar las políticas, luego de ver las consecuencias que acarrea no tener políticas sociales firmes al respecto. El tratamiento que realizan los medios con respecto a este tema es bastante superficial y se observa que poseen poca información al respecto o bien son temas que rondan sobre lo que falla a nivel de salud, pero no se

busca informar a la comunidad por medio de aficionados y profesionales que opinen y respondan a la demanda de la comunidad.

La repercusión que tiene esto ante los grupos sociales es muy fuerte, en el sentido de crear una falsa conciencia, es decir, no mostrar la realidad, y consecuentemente desinformar y confundir respecto al tema de la salud mental. La sociedad termina “comprendiendo” información errónea que se le trasmite y termina repitiendo lo que dicen en los medios sin llegar a formar una opinión, una posición tomada respecto al tema.

Sería necesaria la colaboración que existe entre comunicadores y expertos con el objetivo de contrastar las informaciones y ampliar conocimientos, de modo que la actual tendencia a presentar noticias negativas, con términos erróneos, y en gran medida relacionadas con actos violentos, cambie y se dedique cada día más espacio a prevenir y educar en salud. El estigma se puede combatir aumentando el conocimiento. Hay que decir las cosas como son, pero también hay que presentarlas cuidando la dignidad de las personas

En cuanto eventos, me parece que en lo que hace al rol del psicólogo, y teniendo en cuenta las problemáticas psicosociales actuales, en lo que respecta a salud mental, sería necesario acudir a congresos en los que se haga foco sobre dichas problemáticas y cumpla con una función social importante que sea llevado a la práctica día a día, al mismo tiempo repercutiendo en la comunidad, en los medios de comunicaciones así como en los mismos profesionales.

Información que concretice a partir de experiencias clínicas y teniendo en cuenta el contexto social, político y económico actual cuál es el modo de trabajo que se realiza en determinadas patologías, o problemáticas, y no lleva a respuestas favorables, y desde ahí poder pensar posibles intervenciones que puedan mejorar los diferentes tratamientos a emplear. Es necesario cuestionar ciertos modos de intervención que no llevan a mejorar la calidad de vida de una persona (ej comunidades terapéuticas en adicciones, tratamiento que se lleva a cabo con internos en diferentes penales, abordaje respecto a niños en situación de calle, etc.)

Revistas de las que se hace lectura: Revista Acheronta.

➤ En mi opinión los medios de comunicación abren cierta paradoja con respecto a los temas relacionados con la salud mental, si bien son importantes en lo que refiere a la prevención también ponen en circulación temas que prestan a confusión o mala interpretación ya que merecerían ser tratados en mayor profundidad, y no tienen en cuenta que en lo que respecta a salud mental hay diversas posturas desde los mismos profesionales.

Asimismo, el impacto de los medios de comunicación en los grupos sociales es fuerte ya que al llegar a toda la comunidad, esta recibe lo que transmiten y no sólo lo toman como verdad sino también como el reflejo de la sociedad en la que viven.

Los medios de comunicación deberían servir para el nivel preventivo de los temas de

salud mental, para que la gente tenga una primera aproximación a estos temas, pero justamente como es una primera aproximación deben ser tratados con perspicacia.

Asimismo deberían trabajar o apuntar a transmitir a la comunidad algo más sobre los derechos humanos, ya que sería un buen medio para que la sociedad tome conocimiento sobre estos temas y que no sólo se focalicen en un punto de estos.

En cuanto a eventos, me interesan los congresos que tocan temas relacionados a la prevención en salud mental, esto es un punto muy importante y considero que en este sentido, como dije antes, la salud mental debe servirse de los medios de comunicación por el poder de llegada que estos tienen sobre la comunidad. También la información sobre congresos, jornadas y puntos de atención en salud mental.

Revistas de las que se hace lectura: Revista Psyhe Navegante.

➤ Como en la mayoría de los temas, creo que hay casos en los que se comunica en forma conciente y respetando la importancia que merece y hay casos que no. Considero que los medios de comunicación deben ayudar a difundir y dar a conocer información que para mucha gente es desconocida, pero no debe entrar en consejos, formas de tratamiento, etc. como he visto muchas veces, porque en lo que a salud mental respecta, dos más dos no es cuatro y todo debe analizarse en base al caso en particular y las muchísimas variables que en él interfieren.

Los medios tienen un impacto muy fuerte en la sociedad, por eso debe tratarse la información que se transmite con mucho respeto, porque puede ser peligroso. Si bien esto es así en todos los temas, en salud mental tiene mayor relevancia por la delicadeza del tema.

Creo que el rol de los medios es sumamente importante y necesario, son los que nos ayudan a difundir y concientizar, pero hay que tener mucho cuidado en qué se informa y cómo se informa.

En cuanto eventos, yo particularmente, asisto a los organizados por Asociaciones conocidas y destacadas dentro del ámbito de la psicología y obviamente a aquellos que están relacionados con mi campo de acción profesional (Evaluación y diagnóstico)

➤ Generalmente, los medios dan un tratamiento bastante sensacionalista a mi criterio y a veces distorsionado, en donde se confunden lo que son los trastornos emocionales, psíquicos o psicológicos que una persona puede tener, con hechos o episodios que tienen que ver con lo delictivo. Y lamentablemente eso empaña y estigmatiza a las personas que por determinada circunstancia sufren o padecen un trastorno mental.

Es decir, los medios en vez de ayudar a la comprensión del fenómeno o del hecho en sí, muchas veces lo que hace es levantar más prejuicio y estigmatizar. Porque si uno se pone a pensar en la relación que existe entre hechos delictivos o policiales que a veces vienen asociados a crímenes seriales y a este tipo de patologías nada tienen que ver con esas conductas, con lo que en el campo de la salud mental se trata: que generalmente

son trastornos de los procesos de estructuración de la personalidad de una persona. Entonces, caen injustamente en la misma bolsa un conjunto de personas que por ahí hacen enormes esfuerzos para recuperarse y volver a vivir en comunidad. Es así, es en contra y no a favor.

Asimismo, por otro lado, aparecen algunos destellos de medios que traen a colación cierto tipo de actividades, que se hacen en las rehabilitaciones o prestaciones a servicios que un terapeuta ocupacional brinda, pero desde un lugar de la beneficencia y el asistencialismo, que tampoco los favorece. Tenemos entonces por un lado el estigma de la asociación que se hace enfermedad mental y lo delictivo, y por el otro lado, en el otro extremo, esta posición asistencialista y de beneficencia, que es desde la lástima, que tampoco saca el prejuicio.

Porque en realidad cuando uno trata una persona desde la lástima, le está negando la oportunidad de ser, de desarrollarse como persona plena. Esto es nocivo para las personas que padecen enfermedades.

El discurso de los medios genera el prejuicio o el rechazo. Las posiciones extremas, en definitiva se juntan, ya sea porque son todos peligrosos y entonces hay que tenerlos a todos encerrados o, pobrecitos son incapaces, no pueden vivir e comunidad, entonces hay que aislarlos y derivarlos a un lugar donde los puedan atender. A la larga es lo mismo. Se sostiene como única posibilidad de tratamiento el encierro, cuando la base de todo ser humano es el derecho a la libertad.

Esto se produce en los medios ya que se trabaja desde el prejuicio y a lo que la morbosidad provoca a la opinión pública en general. Para mí se tiene que bajar la información desde un lugar del debate, desde diferentes discursos y posiciones, desde las diferentes posturas ideológicas, porque aquí hay una gran connotación ideológica muy heredada de la historia, con la concepción de lo demoníaco, lo poseído. El concepto de peligrosidad contamina los diferentes sistemas a lo largo de la historia. Desde la época feudal a la modernidad todos han generado aparatos de aislamiento, de encierro y hasta represivos para aquellas personas que no se sujetan a la norma, a lo que se establece como norma. Entonces creo que lo primero es un gran debate ideológico: ¿qué entendemos por enfermedad mental/trastorno mental/? Y ¿cómo pensamos que es la mejor manera de asistir o atender a estas personas? Este es un debate.

Lo que tiene que venir luego asociado son los derechos humanos. Con qué derecho uno encierra al otro, desde qué discurso y detrás de cada discurso hay una ideología que casi siempre es la predominante, según la época.

Me parece que es desde allí que se debe trabajar la desmitificación de la locura, de lo que vulgarmente se llama locura. Y ahí sí meter lo que es el discurso científico, los distintos tratamientos y las diferentes modalidades de acción. Para mí el tema empieza por allí, que es lo que socialmente en general no se quiere ver, que es la parte que nos toca ¿cómo actuamos nosotros, conjunto social ante aquel que sostiene o mantiene actitudes o comportamientos que no son los esperados socialmente? Entonces ¿cómo

optamos como conjunto social? Actuamos marginando, encerrando, estigmatizando; actuamos en el intento de la construcción de un diálogo y de pensar otras opciones que justamente no tienen que ver con la negación de aquello que tiene que ver con la marginación y el encierro.

Los temas que omiten los medios son el compromiso social y la participación de la sociedad civil. Porque uno tiene que pensar que ésta en algún punto es generadora muchas veces de patologías y enfermedad o de trastorno mental. Lo que ocurrió en las escuelas tiempo atrás, uno no puede adjudicárselo sólo a los chicos, ni tampoco todo al Estado, porque este discurso uno lo escucha, ni tampoco puede adjudicárselo únicamente a los padres. Sino que uno tiene que pensar qué grado de implicancia o implicación tiene uno en todo esto. Entonces me parece que en estos términos uno tiene que traer esta cuestión como para poderla convocar al pensar cuestiones de estrategia juntos.

Los temas que se omiten son aquellos que tienen que ver con los diferentes niveles, pero no en cuanto a jerarquía, sino áreas o niveles de competencia que cada sector tiene, es decir, el Estado, la sociedad civil, los padres, los chicos. También se omiten las responsabilidades y los compromisos de estas instituciones ya sea Estado, escuela, padres, familia. Y muchas veces, al menos en la institución donde trabajo, nos toca la conjunción de dos factores, por un lado, personas que sufren enfermedades mentales (que es algo de mayor gravedad que un trastorno) y que además tienen el agregado de una condición socioeconómica empobrecida - porque en la institución donde estoy por ser un hospital público llega a personas de bajos recursos -lo que hace mucho más difícil el abordaje. Y en este punto hay un déficit de educación y de información. Muchas veces estas personas, por la falta de acceso a la información, cuando cae a la consulta es porque en realidad en su familiar la enfermedad ya está instalada, los indicios previos que este daba, por falta de información no pudieron ser interpretados. Esto es una gran deuda que tenemos con las familias o con los referentes del núcleo próximo más cercano.

En cuanto a información útil para los profesionales de la salud mental, sería buena la difusión de información que tuviera relación con experiencias vinculadas a formas de atención a las personas que sufren trastornos o enfermedades mentales. Formas de atención que tengan que ver con la atención en la comunidad no en una institución cerrada como lo es el hospital. En fin, conocer experiencias tanto a nivel nacional como internacional. Uno conoce algunas que se han desarrollado en algunas provincias como Río Negro, San Luis, Buenos Aires; hay indicios de formas de transformación de lo que antiguamente y hoy en día la ciudad de Buenos Aires encierra, a formas de atención comunitaria. Uno por ahí escucha de ese tipo de atención en lugares más pequeños, como lo son municipios y pequeñas localidades.

Esto es un tema interesante, porque es el fondo del debate: Si una persona debe ser internada; cuánto es el tiempo; para qué; porqué se la interna, porqué se la aísla; cuándo es recomendable y cuándo no; entonces uno necesita tener más información de otras experiencias como para poder abrir debates.

Otro tipo de información son todo otro montón de recursos que muchas veces, la ciudad tiene y las ciudades tienen en general, que no son recursos del área de salud, sino que son recursos de la educación formal o no formal, del área social que son subsidios de apoyo, de ayuda para la capacitación y para la formación. Recursos de tipo culturales; esto a uno le sirve porque en vez de pensar desde el hospital o centro de salud, armar un proyecto de apoyo psicopedagógico dentro de ese centro; si uno tiene un centro donde se ofrece ese recurso pedagógico, estamos dándole a esta persona herramientas para términos del aprendizaje educativo en un ámbito que justamente no lo encierra sino que lo vincula el medio y es aquí donde uno entiende que se juega la real reinserción social. Entonces si uno en una revista virtual tiene la posibilidad de acceder fácilmente a recursos con datos de ofrece este centro o esta ONGs, en relación a las cuestiones de capacitación, formación, recursos en función de lo recreativo, lo cultural, lo social, y lo educativo, para uno es mucho más interesante, porque uno no lo tiene que estar pensando dentro del hospital, sino que uno los oficia de articuladores.

Información sobre las discusiones de fondo, las cuales también son, por ejemplo, un tratamiento neurocognitivo, dónde; ¿internado o en una comunidad? Porque esa es la cuestión. O qué entendemos por peligroso y qué entendemos por riesgo. Esto creo que es lo que enriquece, lo otro son cosas artificiales que desvían la atención del verdadero nudo de la cuestión.

En cuanto eventos, aquí hay una cuestión ideológica que todo el mundo le esquivo el cuerpo pero que hay que hablarla, porque esto es ideología. Por todo esto que te digo del imaginario social, del status quo, también los congresos, las jornadas, las publicaciones, los textos están implicados en esto, involucrados. Entonces, si bien uno participa en ellos, también uno elige de acuerdo a quiénes son los convocantes. Sí uno sabe, que hay determinadas asociaciones de psiquiatría que tienen una determinada ideología por lo que prefiere no participar, pero por una cuestión ideológica.

Lo que si creo, otro tema de gran debate y muy interesante, es todo aquello que tenga que ver con la interdisciplina. Se dice que para abordar hoy en día la problemática de la enfermedad mental y de las patologías es necesaria la formación de equipos interdisciplinarios. Una cosa es la teoría, otra cosa es la práctica; y hay un abismo en lo que en una mesa o un panel se puede discutir a lo que en realidad en la práctica es; porque también se discute acerca del poder: quién tiene el poder para establecer que esa persona quede internada o no quede internada. En esto está en juego el discurso hegemónico, sobre todo el discurso médico. Esto genera un campo de tensión, que también sería muy interesante que se aborde en una revista virtual.

A continuación se presentan las tablas de Excel, que detallan el relevamiento de medios realizado para la tesis. Los gráficos que surgen de cada una de estas tablas pueden observarse en el capítulo nº 7.

Cuadro 1: Cantidad de notas según temática para los diarios La Nación, Clarín y Página/12

Diario La Nación

Meses	Políticas	Farmacología	Epidemiología	Sida	Cancer	Discapacidad	Adicciones
Enero	2	1	1	0	0	0	1
Marzo	7	2	7	0	1	1	7
Mayo	4	2	9	2	0	0	11
Julio	36	3	14	4	0	1	21
Septiembre	27	33	6	5	5	5	59
Noviembre	38	13	16	9	6	6	24
Total	114	54	53	20	12	13	123

Meses	Salud Mental	Seguridad Social	Desarrollo Social	Odontología	Ciencia	Donación	Bioética
Enero	2	8	0	0	3	0	1
Marzo	2	3	0	0	7	0	2
Mayo	2	6	0	0	1	0	4
Julio	16	19	8	0	18	2	24
Septiembre	10	43	1	1	12	4	21
Noviembre	5	64	8	0	13	5	16
Total	37	143	17	1	54	11	68

Meses	Educación	Información Gral	Legislación	Instituciones	Total
Enero	0	2	4	1	5
Marzo	3	2	15	1	25
Mayo	0	1	16	1	28
Julio	8	13	60	16	79
Septiembre	20	11	53	6	140
Noviembre	8	10	61	14	112
Total	39	39	209	39	389

Diario Clarín

Meses	Políticas	Farmacología	Epidemiología	Sida	Cancer	Discapacidad	Adicciones
Enero	3	4	3	0	0	0	4
Marzo	9	6	6	1	2	1	3
Mayo	9	1	5	0	0	2	7
Julio	40	13	11	3	3	1	25
Septiembre	36	22	9	3	11	8	46
Noviembre	42	18	16	2	11	10	26
Total	139	64	50	9	27	22	111

Meses	Salud Mental	Seguridad Social	Desarrollo Social	Odontología	Ciencia	Donación	Bioética
Enero	0	6	0	0	7	0	1
Marzo	3	7	0	0	9	0	4
Mayo	2	4	0	0	5	1	3
Julio	18	31	2	1	16	5	64
Septiembre	18	43	3	0	15	2	47
Noviembre	9	65	1	0	19	10	39
Total	50	156	6	1	71	18	158

Meses	Educación	Información Gral	Legislación	Instituciones	Total
Enero	0	1	0	0	14
Marzo	1	4	0	1	28
Mayo	1	2	0	1	24
Julio	8	12	0	18	96
Septiembre	6	19	0	4	135
Noviembre	10	11	0	1	125
Total	26	49	0	25	422

□

Diario Página/12

Meses	Políticas	Farmacología	Epidemiología	Sida	Cancer	Discapacidad	Adicciones
Enero	4	2	0	0	0	0	2
Marzo	5	2	1	2	0	0	3
Mayo	3	2	0	0	0	0	5
Julio	43	8	1	8	0	0	14
Septiembre	39	15	1	0	1	2	23
Noviembre	57	2	6	3	2	0	12
Total	151	31	9	13	3	2	59

Meses	Salud Mental	Seguridad Social	Desarrollo Social	Odontología	Ciencia	Donación	Bioética
Enero	2	8	0	0	2	0	2
Marzo	2	4	0	0	1	0	4
Mayo	2	1	0	0	1	0	5
Julio	6	11	1	0	2	0	31
Septiembre	11	18	5	0	1	0	48
Noviembre	6	39	3	0	5	1	38
Total	29	81	9	0	12	1	128

Meses	Educación	Información Gral	Legislación	Instituciones	Total
Enero	2	0	0	0	8
Marzo	2	1	0	0	13
Mayo	0	0	0	1	10
Julio	3	0	0	5	74
Septiembre	5	0	0	9	81
Noviembre	5	2	0	2	82
Total	17	3	0	17	268

Fuente: Elaboración propia en base a la información publicada por La Nación, Clarín y Página/12 en el año 2008.

Cuadro 2: Totalidad de notas de salud que cada medio publicó en el período de un año.

Diarios	Enero	Marzo	Mayo	Julio	Septiembre	Noviembre
LA NACION	26	60	59	263	322	316
CLARIN	29	57	43	271	292	290
PÁGINA /12	24	27	20	133	178	183

Fuente: Elaboración propia en base a la información publicada por La Nación, Clarín y Página/12 en el año 2008.

Cuadro 3: Cantidad de notas según temática para los diarios La Nación, Clarín y Página/12 en el período de un año

Diarios	Políticas	Farmacología	Epidemiología	Sida	Cancer	Discapacidad	Adicciones
LA NACION	114	54	53	20	12	13	123
CLARIN	139	64	50	9	27	22	111
PÁGINA /12	151	31	9	13	3	2	59

Diarios	Salud Mental	Seguridad Social	Desarrollo Social	Odontología	Ciencia	Donación	Bioética
LA NACION	37	143	17	1	54	11	68
CLARIN	50	156	6	1	71	18	158
PÁGINA /12	29	81	9	0	12	1	128

Diarios	Educación	Información Gral	Legislación	Instituciones
LA NACION	39	39	209	39
CLARIN	26	49	0	25
PÁGINA /12	17	3	0	17

Fuente: Elaboración propia en base a la información publicada por La Nación, Clarín y Página/12 en el año 2008.

Cuadro 4: Cantidad de notas referidas al campo de la salud mental para los diarios La Nación, Clarín y Página/12 en el período de un año.

Diarios	Autismo	Bulimia y Anorexia	Parkinson	Alzheimer	Depresión y estrés	Trastorno Bipolar	Ciencia
LA NACIÓN	2	1	1	4	9	2	6
CLARIN	2	3	0	4	10	1	15
PÁGINA /12	3	1	0	1	1	0	2
Total	7	5	1	9	20	3	23

Diarios	Psicología	Instituciones	Farmacología	Educación	Esquizofrenia	Política	Otras
LA NACIÓN	4	5	3	4	2	0	11
CLARIN	9	4	2	1	0	3	21
PÁGINA /12	21	9	1	0	3	5	7
Total	34	18	6	5	5	8	39

Fuente: Elaboración propia en base a la información publicada por La Nación, Clarín y Página/12 en el año 2008.

Las fotografías que se presentan a continuación corresponden a una serie de capturas realizadas del sitio Psicomed/ Periodismo en salud. Este puede consultarte a partir del siguiente link www.psicomed.com.ar.

psicomed.com | periodismo en salud

martes 10 de agosto de 2010 página de inicio | agregar a favoritos

Home

PSICOMED | PERIODISMO EN SALUD

Noticias y Novedades

La salud mental en los medios de comunicación

El presente informe surge de una encuesta realizada a profesionales de la salud mental referente al tratamiento que medios de comunicación realizan de los temas del campo en cuestión. El mismo fue realizado para la tesis de grado que dio origen a este sitio Web. A continuación se presentan algunas reflexiones acerca del tema.

Leer mas

Cobertura de Congresos

VIII Congreso de Salud Mental y Derechos Humanos

El Hospital de día

En el marco de las mesas de trabajo planteadas en el Congreso de Salud Mental y Derechos Humanos, dos profesionales comparten sus experiencias en relación con el dispositivo del Hospital de día.

Leer mas

VIII Congreso de Salud Mental y Derechos Humanos

La vida en Demasia

Las ideas que abordará el Lic. en Psicología Marcelo Percia durante la presentación "Vida en demasia", se van dibujando cuidadosamente desde el discurso de quién sospecha que los conceptos no pueden ser cerrados, que un acercamiento verdadero solo puede resultar de un recorrido en el que las ideas vayan encontrando su forma y se entrelacen unas con otras hasta encontrar sus sentidos. Sentidos no dados, contruidos, dinámicos.

Leer mas

Productos Editoriales

VIII Congreso de Salud Mental y Derechos Humanos

Presentación del libro: "Superar el Manicomio" de Paulo Amarante.

En la introducción de la charla de presentación del nuevo libro de Paulo Amarante, "Superar el Manicomio", Enrique Carpintero destaca que este libro "forma parte de la lucha antimanicomial" frente a los poderes que defienden una psiquiatrización de la salud mental, y de la cual el Congreso de Salud Mental y Derechos Humanos constituye un espacio clave.

Leer mas

buscar...

Psicomed Noticias

IX Congreso de Salud Mental y Derechos Humanos
Del 18 al 21 de noviembre de 2010, Capital Federal

XXVI Congreso de la Asociación Psiquiátrica de América Latina
Del 29 de octubre al 2 de Noviembre de 2010, México.

IV Jornadas del Departamento de Estudios sobre Psiquiatría y Psicoanálisis
9 de Octubre de 2010, Capital Federal

II Congreso Iberoamericano de Patología Dual y Trastornos Adictivos
15, 16 y 17 de Septiembre de 2010, Capital Federal

VII Congreso Mundial de Estados Depresivos y Simposio Internacional de Desorden por Estrés Postraumático
19, 20 y 21 de Agosto 2010, Mendoza

Encuestas

¿Cuáles de los siguientes temas le interesa que aborde Psicomed?

- Autismo
- Esquizofrenia
- Estrés
- Anorexia y Bulimia
- Alzheimer
- Salud Mental Comunitaria
- Políticas de la salud mental

Psicomed | Periodismo en Salud, Diseño y desarrollo Web Tecnobrain! Alojamiento WebHosting ESubte.com



Informes Especiales

Ley 153 - LEY BASICA DE SALUD DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Leer mas

Ley 448 - LEY DE SALUD MENTAL DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Leer mas

Ley 448 - REGLAMENTACION DE LA LEY DE SALUD MENTAL DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Leer mas

PROYECTO DE MODIFICACIÓN DE LA RESOLUCIÓN 45/986 - SISTEMA DE CONCURRENCIAS

Leer mas

PROPUESTA DE MODIFICATORIA A LA RESOLUCIÓN 45/986

Leer mas



buscar...

Buscar

Psicomed Noticias

IX Congreso de Salud Mental y Derechos Humanos
Del 18 al 21 de noviembre de 2010, Capital Federal

XXVI Congreso de la Asociación Psiquiátrica de América Latina
Del 29 de octubre al 2 de Noviembre de 2010, México.

IV Jornadas del Departamento de Estudios sobre Psiquiatría y Psicoanálisis
9 de Octubre de 2010, Capital Federal

II Congreso Iberoamericano de Patología Dual y Trastornos Adictivos
15, 16 y 17 de Septiembre de 2010, Capital Federal

VII Congreso Mundial de Estados Depresivos y Simposio Internacional de Desorden por Estrés Postraumático
19, 20 y 21 de Agosto 2010, Mendoza

Encuestas

¿Cuáles de los siguientes temas le interesa que aborde Psicomed?

- Autismo
- Esquizofrenia
- Estrés
- Anorexia y Bulimia
- Alzheimer
- Salud Mental Comunitaria
- Políticas de la salud mental

Votar Resultados



Entrevistas



buscar...

Buscar

¿Con qué derecho uno encierra al otro, desde qué discurso?

La Lic. Sara Daneri, es Terapeuta Ocupacional y trabaja actualmente en el Hospital José T. Borda.

[Leer mas](#)

Comunicar la Salud, un desafío posible

Matías Loewy es Periodista científico y subeditor responsable de la sección de Ciencia y Medicina de la Revista Noticias. En la siguiente entrevista reflexiona acerca del periodismo en salud actual, sus limitaciones y potencialidades. Asimismo cuenta cómo inició su camino en la comunicación de la salud y cuáles fueron las dificultades con las que se enfrentó en este proceso.

[Leer mas](#)

Psicomed Noticias

- IX Congreso de Salud Mental y Derechos Humanos**
Del 18 al 21 de noviembre de 2010, Capital Federal
- XXVI Congreso de la Asociación Psiquiátrica de América Latina**
Del 29 de octubre al 2 de Noviembre de 2010, México.
- IV Jornadas del Departamento de Estudios sobre Psiquiatría y Psicoanálisis**
9 de Octubre de 2010, Capital Federal
- II Congreso Iberoamericano de Patología Dual y Trastornos Adictivos**
15, 16 y 17 de Septiembre de 2010, Capital Federal
- VII Congreso Mundial de Estados Depresivos y Simposio Internacional de Desorden por Estrés Posttraumático**
19, 20 y 21 de Agosto 2010, Mendoza

Encuestas

¿Cuáles de los siguientes temas le interesa que aborde Psicomed?

- Autismo
- Esquizofrenia
- Estrés
- Anorexia y Bulimia
- Alzheimer
- Salud Mental Comunitaria
- Políticas de la salud mental

[Votar](#) [Resultados](#)



psicomed.com | periodismo en salud

- Informes especiales
- Cobertura de congresos
- Entrevistas
- Noticias y novedades
- Video-conferencias
- Productos editoriales
- Quiénes somos
- Condiciones de uso
- Contacto

martes 10 de agosto de 2010

[página de inicio](#) | [agregar a favoritos](#)

Home

Video-conferencias

Salud Mental, se torna seria la falta de información

Salud Mental, Se Torna Seria La Falta De Inform...



buscar...

Buscar

Psicomed Noticias

IX Congreso de Salud Mental y Derechos Humanos
Del 18 al 21 de noviembre de 2010, Capital Federal

XXVI Congreso de la Asociación Psiquiátrica de América Latina
Del 29 de octubre al 2 de Noviembre de 2010, México.

IV Jornadas del Departamento de Estudios sobre Psiquiatría y Psicoanálisis
9 de Octubre de 2010, Capital Federal

II Congreso Iberoamericano de Patología Dual y Trastornos Adictivos
15, 16 y 17 de Septiembre de 2010, Capital Federal

VII Congreso Mundial de Estados Depresivos y Simposio Internacional de Desorden por Estrés Postraumático
19, 20 y 21 de Agosto 2010, Mendoza

Encuestas

¿Cuáles de los siguientes temas le interesa que aborde Psicomed?

- Autismo
- Esquizofrenia
- Estrés
- Anorexia y Bulimia
- Alzheimer
- Salud Mental Comunitaria
- Políticas de la salud mental

Votar

Resultados



Quiénes Somos



Esta página nace como iniciativa de un proyecto de Tesis de la Universidad Nacional de La Plata para la carrera de Comunicación Social. Nace como iniciativa pero se va transformando con el correr de los días en una idea que por ser pionera, va trascendiendo sus propósitos iniciales. La investigación periodística científica, el contacto casi permanente con congresos, congresistas y profesionales de la salud, alentaron y promovieron, con infinidad de causas, a que esta página supere sus propias barreras.

Tiene un origen clave y marcado al surgir de un ámbito académico y curricular, pero sienta la plataforma para una continuidad profesional y periodística en donde quienes formaremos partes seremos tal vez alumnos y profesores, pero seguramente también médicos y periodistas de la salud mental.

Somos eso, un proyecto y una idea que nace desde una investigación, pero lo hace para quedarse, para aportar desde nuestros aspectos técnicos en un tema que requiere de profunda seriedad y responsabilidad profesional. Ese es nuestro desafío y nuestro propósito y esta es nuestra página que hoy, queremos compartir con todos ustedes.

buscar...

Buscar

Psicomed Noticias

IX Congreso de Salud Mental y Derechos Humanos
Del 18 al 21 de noviembre de 2010, Capital Federal

XXVI Congreso de la Asociación Psiquiátrica de América Latina
Del 29 de octubre al 2 de Noviembre de 2010, México.

IV Jornadas del Departamento de Estudios sobre Psiquiatría y Psicoanálisis
9 de Octubre de 2010, Capital Federal

II Congreso Iberoamericano de Patología Dual y Trastornos Adictivos
15, 16 y 17 de Septiembre de 2010, Capital Federal

VII Congreso Mundial de Estados Depresivos y Simposio Internacional de Desorden por Estrés Posttraumático
19, 20 y 21 de Agosto 2010, Mendoza

Encuestas

¿Cuáles de los siguientes temas le interesa que aborde Psicomed?

- Autismo
- Esquizofrenia
- Estrés
- Anorexia y Bulimia
- Alzheimer
- Salud Mental Comunitaria
- Políticas de la salud mental

Votar Resultados