

El Observatorio de Comunicación y Salud InCom-UAB: una plataforma de investigación y difusión en línea especializada en el estudio de la comunicación en relación a la salud

José Luís Terrón
Ramon G. Sedó

¿QUÉ ES EL OBSERVATORIO DE COMUNICACIÓN Y SALUD?

El Observatorio Comunicación y Salud (OCS), creado en marzo de 2005, tiene como finalidad el estudio de la comunicación en relación con la salud respecto a tres ejes: la comunicación entre sujetos, la comunicación entre instituciones y sujetos y el análisis de la información sociosanitaria que transmiten los medios de comunicación de masas. Junto a la investigación, el OCS también tiene como objetivos la divulgación, la formación y la organización de eventos en el ámbito de la comunicación y la salud.

The screenshot shows the homepage of the Observatorio de Comunicación y Salud (OCS) website. The header features the logo and the text 'observatorio comunicación y salud' and 'Instituto UAB'. Below the header, there is a main content area with a large banner for '2 años de Observatorio de Comunicación y Salud InCom-UAB'. The left sidebar contains a navigation menu with categories like 'Presentación', 'Investigaciones OCS', 'Documentos del OCS', 'Actividades del OCS', 'Bibliografía', 'Enlaces', 'Agenda', 'Destacados', 'Contacto', 'Buscador', 'Consultas', and 'NCCN'. The main content area displays several news items, including 'Informe Quiral 2006', 'La OMS y el ONUSIDA publican nuevas indicaciones sobre las pruebas del VIH', and 'Puro Arte'. The footer includes the text 'ECO-PÓS-v.10, n.1, janeiro-julho 2007, pp.250-263' and a page number '251'.

Por todo ello, el Observatorio de Comunicación y Salud plantea sus actividades de manera interdisciplinar y transdisciplinar y pretende ser un lugar de encuentro de investigadores de la comunicación, periodistas y personal e instituciones sanitarios.

El OCS, más allá de entender la salud como carencia de enfermedades o síndromes patológicos definidos, hace suya la definición de la Organización Mundial de la Salud (OMS) que entiende la salud como “el estado de completo bienestar físico, mental o social y no meramente la ausencia de enfermedades”.

Los estudios de la comunicación en el ámbito de la salud por un lado, y, por el otro, el tratamiento de la salud por los medios de comunicación de masas cuentan con una gran tradición en los países anglosajones y, más recientemente, en algunos países de Latinoamérica. Heredero de esta tradición, el OCS entiende, por lo tanto, la relación entre la comunicación y la salud en un sentido amplio. Es por ello que, sin descartar ningún nuevo ámbito de análisis y estudio, tendrá las siguientes líneas de investigación prioritarias:

- La influencia del marketing y de la publicidad en conductas y hábitos de vida.
- La comunicación entre el personal sanitario o las instituciones médicas y los pacientes.
- La comunicación entre pacientes.
- La comunicación entre los profesionales de la sanidad.
- Las relaciones entre las instituciones públicas y privadas y los medios de comunicación de masas.
- El análisis de cómo se trata la salud en los medios de comunicación de masas.
- El marketing social para la promoción de la salud.
- El periodismo especializado en temas de salud.
- Los roles de internet y el web en el entorno de la salud.

El Observatori Comunicació i Salut (OCS), desde su vocación de investigación y divulgación sobre estos fenómenos, pretende constituirse en puente de unión entre Europa y Latinoamérica, a la vez que en un punto de encuentro de cuantas personas e instituciones estén interesadas en el ámbito de la comunicación y la salud.

ÁMBITOS DE ACTUACIÓN DEL OCS

El OCS está dirigido por el profesor de la Universidad Autónoma de Barcelona Dr. José Luís Terrón y cuenta con un equipo de 15 investigadores de diferentes universidades españolas.

Las actividades del OCS se centran en tres ámbitos de actuación:

- a) Investigación.
- b) Desarrollo y mantenimiento de la plataforma en línea.
- c) Organización de actividades.

a) Investigación

Desde su creación, el OCS ha realizado diversas investigación, en la mayoría de casos en colaboración con diversas instituciones españolas. Los resultados de algunas de ellas pueden consultarse en línea:

· **Una nueva imagen para el VIH: Proyecto de modificación del tratamiento del VIH/SIDA en los medios de comunicación** (Observatorio Derechos Humanos y VIH/SIDA - Red 2002, 2006-2007)

http://www.portalcomunicacion.com/ocs/esp/inv_det.asp?id_inves=4

La investigación sirve para analizar cómo tratan los medios de comunicación españoles las informaciones sobre el VIH/SIDA, más concretamente para averiguar hasta qué punto pueden, en sus discursos, estigmatizar y de qué maneras podría aparecer dicha estigmatización. La finalidad de la investigación es que sus conclusiones deriven en una serie de recomendaciones para los periodistas en forma de guía de buenas prácticas y talleres de sensibilización. La primera fase de la misma se realizó durante 2006.



· **La publicidad de los alimentos funcionales y su adecuación a los principios de ética publicitaria** (Consell del Audiovisual de Catalunya (CAC), 2004-2005)

http://www.portalcomunicacion.com/ocs/esp/inv_det.asp?id_inves=1

Las tecnologías alimentarias, que añaden funcionalidad a los alimentos y constituyen un preciado valor añadido para la venta de estos productos. Al mismo tiempo su naturaleza de tecnología de última generación se utiliza como principal argumento de marketing junto con sus potencialidades para la mejora de la salud. El estudio se centra en el análisis de las nuevas estrategias publicitarias en el lanzamiento de yogures y leches funcionales mediante el uso de Internet y la televisión.

· **Publicidad audiovisual y trastornos del comportamiento alimentario. Del estereotipo publicitario adulto a la realidad preadolescente** (Consell del Audiovisual de Catalunya (CAC), 2004-2005)

http://www.portalcomunicacion.com/ocs/esp/inv_det.asp?id_inves=2

Investigación basada en estudios cuantitativos y cualitativos que tiene como objetivo determinar los procesos a través de los cuales el público objetivo preadolescente decodifica los estereotipos físicos y psíquicos difundidos a través de la publicidad dirigida a públicos adultos y cómo, posteriormente, los menores los adaptan a su realidad preadolescente. La metodología se basa en un estudio cualitativo basado en entrevistas en profundidad y un análisis cuantitativo basado en el análisis del tiempo de consumo televisivo y en la aplicación del Children Eating Attitude Test (Test de comportamiento alimentario específico para niños).

· **Publicidad televisiva de culto al cuerpo e insatisfacción corporal en la población joven** (Consell del Audiovisual de Catalunya [CAC], 2006-2007)

Publicidad televisiva de culto al cuerpo e insatisfacción corporal en la población joven es una investigación financiada por el Consell de l'Audiovisual de Catalunya en el seno de la III convocatoria de ayudas a proyectos de investigación sobre comunicación audiovisual. Las investigadoras principales son M^a Victoria Carrillo (Universidad de Extremadura), Mónica Jiménez (Universitat de Vic) y M^a Sánchez (Universidad Rey Juan Carlos), las dos primeras miembros del OCS. En esta investigación participan 20 personas, algunas de ellas también miembros del OCS, de seis universidades distintas; a las ya citadas hay que añadir la Universidad Carlos III, la Universitat Pompeu Fabra, y la Universitat Autònoma de Barcelona. Los resultados de la investigación se darán a conocer en septiembre de 2007.

· **La información sobre salud en los portales temáticos latinoamericanos para hombres homosexuales. Una aproximación a casos de Brasil, México, España, Portugal, Chile, Argentina, Perú, Venezuela, Colombia y Puerto Rico (2006-2007)**

El presente estudio tiene como objetivo principal estudiar la temática y la calidad de las informaciones sobre salud aparecidas en los portales temáticos para gays de los diez países latinoamericanos en los que Internet tiene mayor número de usuarios: Brasil, México, España, Portugal, Chile, Argentina, Perú, Venezuela, Colombia y Puerto Rico.

· **Análisis de la información en línea sobre el colesterol en sitios web sobre medicina y salud (2006)**

Análisis de la información en línea sobre el colesterol en sitios web sobre medicina y salud tiene como objetivo evaluar la calidad de las páginas web de medicina y salud, a través del análisis de un contenido específico: la información que en ellas se incluye sobre el colesterol.

· **Análisis del perfil del usuario web en la comunidad médica de Barcelona: Evaluación de usos y sitios web (Web Médica Acreditada-Colegio de Médicos de Barcelona, 2007-2008)**

La investigación se realiza en dos fases. En la primera se pretende, por un lado, describir los hábitos de los médicos en la utilización de Internet como fuente de información sanitaria y, por otro, conocer la percepción que los médicos tienen del uso de Internet por parte de sus pacientes como fuente de información sanitaria. En la segunda fase se evaluará la calidad de los sitios web recomendados por los médicos a sus pacientes y los que, según los médicos, utilizan sus pacientes. Por su configuración y por su elevada muestra, se trata de una investigación pionera en el mundo en el ámbito de los hábitos de consumo de páginas de salud.

b) Desarrollo y mantenimiento de la plataforma en línea

El sitio web del OCS (www.portalcomunicacion.com/ocs), editado por Ramon G. Sedó, se actualiza semanalmente y ofrece informaciones y recursos en sus diferentes secciones:

- Documentos del OCS: textos especializados redactados en exclusiva para el OCS.
- Bibliografía: reseña de libros sobre comunicación y salud.
- Documentos en línea: directorio con cerca de 1.661 documentos sobre

la temática del observatorio, clasificados en diferentes categorías. Los documentos en línea seleccionados pueden estar escritos en castellano, catalán, inglés, francés o portugués.

- Enlaces: selección de cerca de 1.387 enlaces a lugares web relacionados con la comunicación y la salud.

- Agenda mundial de actividades relacionadas con la comunicación y la salud.

- Destacados: textos monográficos sobre aspectos de actualidad, 217 hasta el momento, producidos por el OCS.

- Campañas: seguimientos de las campañas para la promoción de la salud, con lo que pretendemos darlas a conocer a la par que ponernos al servicio de las mismas. El deseo del OCS es reflejar campañas que puedan ser útiles más allá de ámbitos geográficos precisos, sin importar el lugar en las que se hayan producido. Las campañas aparecen en distintas lenguas.

(Ver *Cuadro 1* en la página 257)

El sitio web del OCS, enmarcado en el Portal de la Comunicación InCom-UAB, recibe una media de 300 visitas diarias provenientes de diferentes países del mundo, especialmente de América Latina.

Cuadro 1

	RECURSOS
DOCUMENTOS EN LÍNEA _____	1,661
http://www.portalcomunicacion.com/ocs/esp/mon.asp	
Arte y salud	
Comunicar sobre salud	
Cuerpo y salud	
Desastres – Comunicación de riesgos	
En línea	
Formación en comunicación para personal sanitario	
Formar periodistas especializados en salud	
Formas de comprender la salud	
Género y salud	
Informes y guías	
La salud en los medios	
Manuales, informes y guías	
Medicamentos	
Promoción de la salud - Campañas	
Publicidad y marketing	
Relación con pacientes - Pacientes	
Salud mental	
ENLACESA _____	1,387
http://www.portalcomunicacion.com/ocs/esp/enl.asp	
Accesibilidad	
Acreditaciones	
Alimentación y Nutrición	
Bioética	
Boletines	
Comunicación y salud	
Cuidados paliativos	
Directorios, Portales y Bibliotecas sobre salud	
Discapacidades	
Enfermedades y trastornos	
Farmacia	
Fundaciones	
Imágenes	
Instituciones para la Promoción de la Salud	
Mayores	
Mujer y salud	
Noticias	
Organizaciones no gubernamentales	
Pacientes	
Universidad Autónoma de Barcelona	
DESTACADOSA _____	217
http://www.portalcomunicacion.com/ocs/esp/esp.asp	
CAMPAÑASA _____	103
http://www.portalcomunicacion.com/ocs/esp/camp.asp	
AGENDAA _____	124
http://www.portalcomunicacion.com/ocs/esp/agenda.asp	
BIBLIOGRAFÍA _____	41
http://www.portalcomunicacion.com/ocs/esp/lii.asp	

c) Organización de actividades

A. Net-Health 2006: La acreditación de calidad de los sitios web sobre salud

Barcelona, 9 de octubre de 2006

<http://www.net-health.org/>

Actualmente es incuestionable la importancia que tienen los medios de comunicación como herramienta de promoción y difusión de la salud. Todos los estudios y auditorías muestran como Internet es el medio de comunicación preferido en Occidente para buscar información sobre salud. De hecho, en Estados Unidos, el estudio de la comunicación sobre salud es uno de los objetos de estudio que despierta mayor interés. Todos los estudios y auditorías muestran como Internet es el medio de comunicación preferido en Occidente para buscar información sobre salud. El número de páginas que informan sobre temas de salud va en aumento y los usuarios que acceden a ellas no siempre pueden distinguir entre las páginas que ofrecen información de calidad (medicina basada en la evidencia) y las que no. Con el objetivo de solucionar este problema surgieron diferentes iniciativas de certificación de lugares web sobre salud. De los cinco sellos de certificación de mayor relieve que hay en el mundo dos son europeos: HONCode y Web Médica Acreditada (Collegi de Metges de Barcelona).

Se creyó necesaria la organización de una jornada sobre la temática que persiga los siguientes objetivos:

- Conocer el estado de la cuestión de la acreditación de los lugares web que contienen información sobre salud a la red.
- Abarcar todos los puntos de vista en el tratamiento del tema: entidades acreditadoras, comunicadores de información sobre salud, trabajadores de la salud y usuarios.
- Reflexionar sobre las actuales y futuras medidas, actuaciones o propuestas que aseguren la calidad en la información sobre temas de salud a Internet, incidiendo en el ámbito de la Unión Europea (UE). Según su Consejo, los criterios de calidad han de abordar los lugares web que facilitan información de manera pasiva y los que permiten transacciones entre los proveedores de servicios y los usuarios (es decir, información, productos y servicios). Por otra parte, estos criterios deben facilitar el cumplimiento de las directivas de la UE en esta materia.



El programa se dividió en cuatro bloques principales, de acuerdo con los cuatro perspectivas desde las que se quiere abordar el tema: entidades acreditadoras (bloque 1), comunicadores de información sobre salud (bloque 2), profesionales de la salud (bloque 3) y usuarios (bloque 4).

En noviembre de 2007, el Observatorio organiza una nueva edición de la jornada Net-Health: Net-Health 2007, tardes de comunicación y salud en la UAB.

El formato de las jornadas de este año se basa en un ciclo de conferencias sobre comunicación y salud que acerquen la temática a la comunidad universitaria. Estas conferencias se complementan con un ciclo de proyecciones cinematográficas en el Campus.

B. Conferencia de Miguel Ángel Mayer: “La calidad de la información sanitaria en Internet: su problemática y propuestas de mejora”

Universidad Autónoma de Barcelona, 10 de noviembre de 2006

http://www.portalcomunicacion.com/cat/aab_confe_2.asp?id_confe=9

Miguel Ángel Mayer, director de Web Médica Acreditada del Colegio Oficial de Médicos de Barcelona (COMB), impartió la conferencia titulada *La calidad de la información sanitaria en Internet: su problemática y propuestas de mejora*.

Esta conferencia se enmarcó en la 11ª Semana de la Ciencia (10-19 de noviembre de 2006) que organiza la Fundació Catalana per a la Recerca i la Innovació i el Departament d'Educació i Universitats de la Generalitat de Catalunya, con la coorganización del Ministerio de Educación y Ciencia y la Fundación Española Ciencia y Tecnología.

C. Conferencia de Rafael Obregón: “Comunicación, salud y desarrollo: consensos, dilemas, desafíos”

Universidad Autónoma de Barcelona, 23 de octubre de 2006

http://www.portalcomunicacion.com/cat/aab_confe_2.asp?id_confe=8

El profesor e investigador impartió la conferencia *Comunicación, salud y desarrollo: consensos, dilemas, desafíos* en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB (Campus de Bellaterra-Cerdanyola del Vallès).

inCOM UAB

Rafael Obregón
Comunicació, salut i desenvolupament

Presentación

Rafael Obregón visita la UAB el 23 de octubre

Rafael Obregón visita la Universitat Autònoma de Barcelona invitado por la Càtedra UNESCO de Comunicació InCom-UAB, el 23 de octubre de 2006.

El profesor e investigador imparte la conferencia **Comunicación, salud y desarrollo: consensos, dilemas, desafíos** en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB (Campus de Bellaterra-Cerdanyola del Vallès). Este acto podrá seguirse en línea a través del Portal de la Comunicación InCom-UAB.

Además, Obregón mantendrá un encuentro con estudiantes de Doctorado de las diferentes universidades catalanas.

Consulta el programa de actividades.

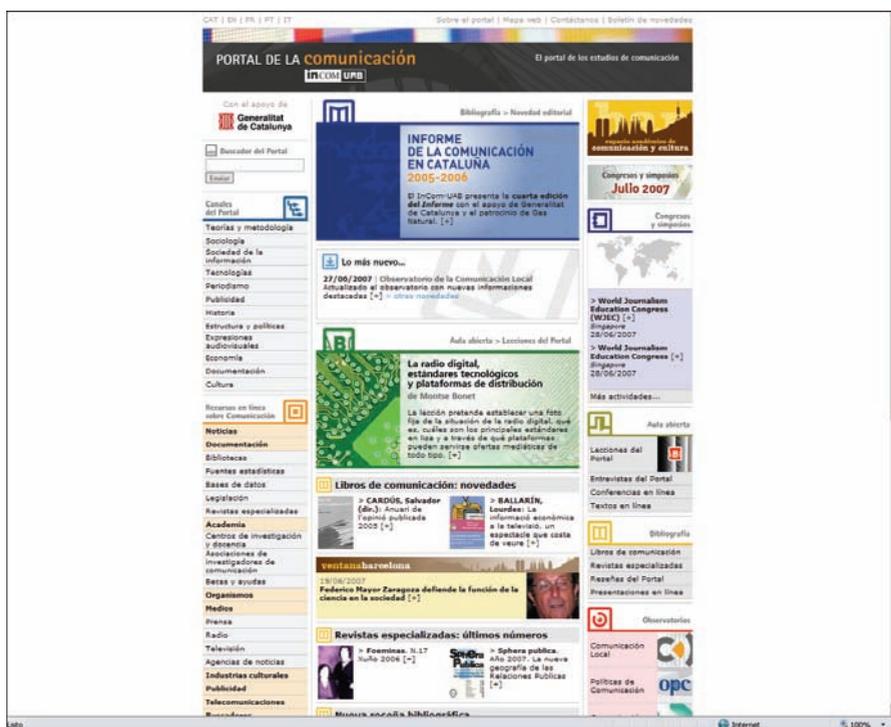
< Principal

El OCS, el InCom-UAB y el Portal de la Comunicación

El Observatorio es un proyecto del Instituto de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona (InCom-UAB).

El InCom-UAB es un instituto de carácter universitario dedicado al estudio de los distintos aspectos de la comunicación. Sus objetivos principales son la investigación básica y aplicada, la formación especializada, la divulgación social de conocimientos y la prestación de servicios avanzados en el ámbito de la comunicación.

Uno de los proyectos de mayor difusión del InCom-UAB es el Portal de la Comunicación InCom-UAB (www.portalcomunicacion.com).



Inaugurado en marzo de 2001, ofrece información y documentación especializada en los diferentes ámbitos de la comunicación, orientada a los investigadores, estudiantes y profesionales de la Comunicación, prioritariamente de América Latina, España y Cataluña.

El Portal de la Comunicación cumple cuatro grandes objetivos:

a. Seleccionar y sistematizar la información disponible en la red sobre comunicación, ofreciendo enlaces a las webs y a los contenidos que se consideran de mayor interés: 3.000 enlaces seleccionados y comentados en la sección “Recursos en línea sobre comunicación”, y también textos y entrevistas en línea, novedades bibliográficas y agenda de actividades (“Congresos y simposios”).

b. Ofertar contenidos de producción propia, en cuya elaboración participan expertos de diversas universidades españolas y latinoamericanas: entrevistas, lecciones, artículos y reseñas bibliográficas además de la producción de los Observatorios del Portal (Comunicación Local, Políticas de Comunicación y Comunicación y Salud) y de las cátedras asociadas (Cátedra UNESCO de Comunicación, Cátedra Internacional de Olimpismo).

c. Servir de punto de encuentro e intercambio de ideas entre estudiosos que comparten unas mismas o similares inquietudes intelectuales, siempre dentro del ámbito de la investigación en comunicación.

The screenshot shows the website 'Portal de la Comunicación' with the following content:

- Header: PORTAL DE LA comunicación, inCom UAB, El portal de los estudios de comunicación.
- Navigation: Recursos en línea sobre Comunicación, Actualidad, Observatorio, Campos, Monográficos del Portal, Biblioteca, Cursos, Capítulos, Inquiries, Home, Volver.
- Section: Monográficos del Portal.
- Article Title: 2 años de Observatorio de Comunicación y Salud.
- Text: El 8 de marzo de 2007 el Observatorio de Comunicación y Salud inComUAB cumple 2 años. El Observatorio, dirigido por el profesor José Luis Terrón, tiene como finalidad el estudio de la comunicación en relación con la salud respecto a tres ejes: la comunicación entre sujetos, la comunicación entre instituciones y sujetos y el análisis de la información sociosanitaria que transmiten los medios de comunicación de masas. Junto a la investigación, el OCS también tiene como objetivos la divulgación, la formación y la organización de eventos en el ámbito de la comunicación y la salud.
- Author: José Luis Terrón, Director del Observatorio de Comunicación y Salud inCom-UAB.
- Section: DOS AÑOS DE OCS, DOS AÑOS DE COMPLICIDADES.
- Text: Han pasado dos años desde la creación del Observatorio Comunicación y Salud. En por tanto, un buen momento para la celebración compartida y la evaluación. Si se permite, comentaremos por este segundo aniversario... la más sencilla para nosotros sería enumerar las tareas desarrolladas durante este tiempo, situadas en un proyecto global y añadir las que están en curso, o comenzando en línea. Pero para saber qué ha hecho el OCS durante estos dos años basta con visitar su página web; no merece la pena que digamos lo que ya está dicho, nos parece más interesante compartir una serie de reflexiones de carácter más cualitativo. Porque ahora sí, ahora tenemos el convencimiento de lo oportuno que fue crear un Observatorio de estas características. Cuando lo gestamos nos movíamos en el plano de la intuición, una intuición que se sustentaba en la labor hecha en otros países. El tiempo nos dice que acertamos, en tanto que se trata de un proyecto que día a día gana centralidad, en gran medida porque la propia comunicación en salud lo está haciendo. A todas luces se está dando un lugar del paradigma en salud como respuesta a una creciente demanda de información por parte de los ciudadanos, y a la par, hay un interés cada vez mayor por la misma entre los profesionales de la salud y los pacientes, aunque este interés aún se inicia en lo que respecta a nuestras administraciones e instituciones. Por su puesto, el desarrollo y la democratización de las TICs favorecen esa centralidad de lo que hablamos. Pensamos que el Observatorio de Comunicación y Salud ha contribuido en parte medida y desde la universidad a que el ámbito de la comunicación en salud tenga una mayor presencia, y que ésta se traduzca en un beneficio para la sociedad en su conjunto.
- Section: ¿Cuáles son nuestros próximos retos? Enumeraremos algunos:
 - Situar la literatura sobre comunicación en salud en el ámbito científico
 - Convencer de la necesidad de la interdisciplinaridad y de la transdisciplinaridad
 - Contribuir a no reducir la comunicación en salud al paradigma en salud
 - Clarificar qué entendemos por paradigma en salud, qué, en parte, es

d. Fomentar la investigación en ciencias de la comunicación y promover la colaboración entre el mundo universitario y el profesional. El Portal por su propia naturaleza permite la difusión de conocimientos y el intercambio de ideas entre los sectores profesionales y la investigación universitaria en comunicación.

Desde 2001, el Portal ha pretendido convertirse en el portal de los estudios de comunicación de referencia, y ha conseguido una media de 1.800 visitas diarias procedentes de España y América Latina (en su mayoría de México, Argentina, Chile, Venezuela, Perú, Colombia, Brasil y Bolivia).

JOSÉ LUIS T. BLANCO - Director del Observatorio Comunicación y Salud (InCom-UAB) y profesor titular del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Autónoma de Barcelona.

RAMON G. SEDÓ - Investigador del Observatorio Comunicación y Salud (InCom-UAB).