

Cómo se decide la programación sobre salud en radio y televisión

How is radio and television program planning selected

Hace unos años, Estados Unidos era el país que producía más noticias de salud, pero la tendencia ha cambiado y en la actualidad muchos países igualan e incluso han superado esa barrera, debido a que el mercado de la difusión estadounidense está muy fragmentado. En el Seminario «Salud y opinión pública» se analizaron más a fondo dos casos de televisión: el de la CNN y el del programa «La 2 Noticias». En cuanto a la radio, el análisis de la información sobre salud que ofrecen las ondas españolas estuvo a cargo de un periodista y un médico que se dedican a la comunicación en salud.

Agenda de salud en radio y televisión

Radio and television health agendas

Scott Roskelley

La radio y la televisión que se hace en otros países tienen más posibilidades de informar que en Estados Unidos. Los mercados radiofónicos norteamericanos están muy fragmentados, debido al elevado número de emisoras con una programación que básicamente ofrece música. La excepción a esta situación es la National Public Radio, una cadena que tiene un gran número de programas en los que se tratan a fondo una amplia variedad de temas, entre ellos la salud. Mi percepción personal es que las emisoras que emiten noticias y programas de debate tienen más aceptación fuera de nuestras fronteras. Hace años, Estados Unidos era el país que producía más noticias de salud, pero esta tendencia ha cambiado, hasta el punto que, en la actualidad, muchos otros países igualan e incluso superan esa barrera. En una valoración general, podríamos decir que los temas de salud tienen más espacio en televisión que en radio. Además, el medio audiovisual cuenta con la ventaja de que su mensaje se ve reforzado por la imagen.

En Estados Unidos, y en general en casi todos los países, la mayor parte del público obtiene la información por televisión, lo que lo convierte en un medio importante para la difusión de información sobre salud. En televisión se dedican más recursos a este tipo de noticias. En los últimos 20 años, las fuentes de información en televisión han experimentado un fuerte aumento. En las tres redes de televisión, CBS, NBC y ABC, se han incrementado los programas dedicados a la salud, sin sumar la oferta de los canales por cable o vía satélite. No obstante, cuenta con limitaciones a la hora de relatar una historia, sobre todo, si ésta se presenta dentro de un programa informativo estándar. Una noticia en televisión tiene una duración de uno a dos minutos, mientras que los reportajes varían entre ocho y doce minutos. Obviamente, en el caso de los reportajes se dispone de más tiempo para poder realizar un análisis en profundidad.

El crecimiento y la popularidad de los programas de reportajes en televisión contribuyen a la difusión de la información sobre salud. Este formato televisivo concede el tiempo suficiente para contar una historia completa; pero, en general, el nivel de conocimientos sobre salud y medicina que demuestran los reporteros suele ser inferior al de los periodistas de prensa local, quizá debido al bagaje acumulado con el paso de los años. En televisión, por otro lado, es frecuente encontrar médicos trabajando como periodistas y los primeros, en muchas ocasiones, no siempre, son capaces de explicar mejor una noticia sobre salud.

Por su parte, las informaciones relacionadas con historias sobre política sanitaria o sistemas sanitarios son más frecuentes en los periódicos que en la televisión. Este último medio prefiere centrarse en los temas de salud muy orientados al consumidor y con aspecto visual por varios motivos. En mi opinión, uno de los más importantes, es que los periodistas informan sobre los temas que a ellos les interesan. Yo creo que muchos escriben con mayor pasión sobre los temas de salud que han vivido de una manera personal.

Televisión

El caso español: «La 2 Noticias»

A Spanish study case: «La 2 Noticias»

Fran Llorente

«Como director de informativos aportó el punto de vista del espectador que se plantea las dudas sobre una determinada información. Es un esfuerzo que en temas de salud es evidente. No aportó tanto la especialización que se supone que tienen los redactores con datos investigados y contrastados», con esta breve introducción sobre su trabajo diario comenzó su intervención Fran Llorente, director del informativo «La 2 Noticias».

En un repaso sobre la información de salud en televisión en España es de especial relevancia en primer lugar, los criterios de la media de lectura de periódicos en nuestro país según la UNESCO: «es bastante baja según la media de países desarrollados». En un análisis global, gran parte de la población todavía se informa sobre todo y sólo por televisión, lo que hace que la responsabilidad de los periodistas de ese medio, sea aún mayor en un tema tan importante como la salud. Otro aspecto destacable es cómo la información de salud ha ido ganando cuotas en España; ello significa que la gente tiene interés por estos temas. «Yo diría que ahora mismo la información de salud es uno de los picos más altos de consumo televisivo. Una sensación personal es que actualmente en España la salud es un valor social muy apreciado y que la salud en la sociedad se ha convertido en un bien fundamental de todos los ciudadanos, quienes exigen cada vez una mayor calidad en la información. La demanda ha crecido mucho, sobre todo en los dos o tres últimos años. La oferta de información es un aluvión de faxes, llamadas de teléfono y propuestas de noticias. Así, como profesional de la televisión lo que intento es remitir a la gente a los periódicos e informaciones más especializadas para buscar más detalles».

¿Cómo influyen las características del medio televisivo en la información sobre salud? La brevedad es una de las características fundamentales de un informativo, «la media de una noticia es de un minuto, lo que obliga a cortar por el trazo grueso. Así, el principal reto del periodista de televisión es intentar que el resumen sea comprensible». Otro aspecto ligado a las noticias de este medio es la fugacidad, «a diferencia de lo que ocurre con un periódico, el consumo televisivo casi siempre se comparte con la realización de otras actividades, lo que hace más complicada la difusión del mensaje y dónde, con respecto a la información, conviene que se repitan las ideas claves del mensaje».

El altavoz, que supone la televisión por su naturaleza, es un multiplicador evidente del mensaje, donde los extremos positivo y negativo, conllevan una serie de riesgos, «un pequeño énfasis puede multiplicar el efecto; si cargas en lo negativo creas alarma y es uno de los grandes riesgos a evitar, y si cargas hacia lo positivo estás generando falsas expectativas». También hay que señalar el tema de la alarma, que se genera como «muy peligrosa, porque se apoya en unos defectos periodísticos que son consustanciales a la profesión, y es que los periodistas buscamos novedades, noticias o lo llamativo. En el caso de «La 2 Noticias» no queremos dar primicias de salud; no tenemos ninguna prisa en darlas, preferimos ser los últimos, ver cómo se asienta. En temas de mucha repercusión es

preferible esperar».

La información sobre salud en televisión carece de la falta de constancia que ofrece la prensa escrita para seguir un determinado tema. «En televisión, un tema es como una cerilla, se enciende, pasa a un fulgor y se apaga. Se gasta enseguida.»

Otro riesgo que se añade a la información en televisión es la competencia, «en las televisiones, sobre todo en las privadas, existe una competencia feroz por las audiencias, que se traduce en que los profesionales tienen que vender la noticia convirtiéndose en vendedores de noticias e intentando atraer al cliente, una tentación amarilla que hace que se carguen las tintas. En este punto, en «La 2 Noticias» no tenemos el peso del *share* al día siguiente con números y cifras. En mi opinión, la tranquilidad a la hora de elaborar la noticia es muy recomendable y me gustaría que esa actitud se extendiera. Aunque también sé que es un sueño, porque las empresas privadas se mueven en un mundo de consumo y de cifras». Las noticias de salud no escapan a la corriente informativa. «Se produce una cascada, los periódicos entran en el tema, le siguen los radios y las televisiones; uno detrás de otro y luego nos olvidamos. Pero, en general, existe la tentación de juntar cosas.»

Sobre estos datos, se deben citar dos ejemplos sobre la salud pública: «Un ejemplo es el caso *Aspergillus* en los quirófanos. Los expertos médicos se hinchaban a repetir que era un mal más o menos permanente en los quirófanos, que el año anterior el número de casos fue similar. Así, tras quejas continuas, el tema desapareció de las agendas. En el caso de los genes y las vacunas, creo que los periodistas de televisión tenemos que dar un paso más. No es suficiente con decir que la vacuna se prueba y contar un poco la noticia tal cual, sino que tenemos que dar el paso de negar, recalcar y poner muy claro los matices de expectativa de futuro. A veces, tengo la sensación de que en los telediarios tenemos la obligación de compensar la información que sale en otros medios (magazines, tertulias)».

Por último, si una característica es intrínseca al medio audiovisual esa es el poder de la imagen. «La ventaja de la televisión es la posibilidad de generar emociones y llegar a más personas. El problema de las imágenes a la hora de contar noticias de salud es saber qué imágenes tienes para contar la historia. La imagen en televisión te condiciona clarísimamente el mensaje, y la eficacia del resultado. Este punto en salud es problemático, desde virus y bacterias hasta transmisión de enfermedades. En los informativos en Estados Unidos se basa en personas. Hay que tener presente que cuando la imagen se impone al mensaje lo que se queda no es la información.»

La información y sus agentes

La división de la información sobre salud, se establece en tres tipos distintos. La primera, corresponde a las novedades o avances, es consustancial a cualquier medio de comunicación «por la necesidad de que la opinión pública y el ciudadano tengan una información». En segundo lugar se encuentran las informaciones relacionadas con la salud pública, «una de las características constitucionales por el estatuto de las televisiones que son concesiones del Estado y que son empresas de servicio público. Así, el papel de la televisión es el de vehículo de la opinión pública. Estas informaciones se traducen en medicina preventiva, una de las facetas fundamentales de salud que ha llevado a aumentar la calidad de vida, y creo que debería ser una información obligada. Pero es importante tratar estos temas de forma personalizada, personas que nos cuenten su caso; en la salud es muy importante la psicología del enfermo, esto es más difícil en los informativos diarios y para ello se necesitan programas especializados».

Por último, se encuentra la información de política sanitaria si bien «los números y la televisión no son muy amigos».

En cuanto a los agentes de la información se encuentran los médicos y los pacientes. Los primeros «muchas veces son el origen de la información, son a quién se recurre para contrastar la información,

y aportan datos o matices. Son un elemento de credibilidad y regulación de la información, es decir, sirven como estructura en la narración de una noticia de manera más televisiva».

Los pacientes, como agentes de información, aportan la experiencia. «Es muy interesante, pero el problema que tenemos es que es difícil conseguir acceder al paciente y ahí los periodistas somos esclavos de las fuentes (laboratorios, hospital) y con la velocidad, a veces tragamos.» En este punto se encuentra la importancia que cobra el papel de los laboratorios y de las agencias de información. «Los laboratorios están perfectamente organizados y las agencias de comunicación y los colegios de médicos tienen sus jefes de información. Todo esto implica que seamos receptores de una elevada cantidad de información.» En este punto surge la necesidad de periodistas especializados en salud, «pero la paradoja es que la mayoría de los periodistas estamos formados en letras o humanística. Considero que son importantes los cursos de reciclaje que se están realizando desde las asociaciones de periodistas especializados y los laboratorios, conscientes de que la información debe ser de calidad».

Las grandes cadenas de televisión cuentan en sus plantillas con periodistas especializados en salud, «es un factor importante pero no es el último eslabón; quiero decir que en un diario, el periodista de salud tiene más independencia, porque tiene más espacio para repartir las noticias, mientras que en el caso de la televisión al no disponer de tanto espacio aparece el riesgo de medir la importancia de una noticia». El editor del informativo de televisión es el encargado de esta misión. «En este sentido, yo destacaría dos cosas. Por un lado, el factor humano, ya que al fin y al cabo los editores son personas que deciden según su bagaje cultural y personal, lo que les mantendrá más receptivos con respecto a algunos temas. Y por otro, aunque no es el caso concreto de nuestro informativo, la mayoría de los editores tienen un bagaje político porque vienen de esa área de informativos.» A diferencia de lo que ocurre en Estados Unidos, en España la agenda de los periodistas especializados en salud está influenciada por las agencias de noticias internacionales, llegando a afirmar que «en este aspecto estamos un poco colonizados».

En una valoración general, hay que señalar que «la salud es algo que nos afecta a cada uno de nosotros, a todas las clases sociales, y es un valor en alza en la sociedad. Considero que la información sobre salud debería ser obligatoria en los informativos casi como información diaria, como novedad o como servicio público de consejos. Porque si la salud es calidad de vida, la información de salud de calidad es tranquilidad de vida y en eso debemos estar los profesionales».

El caso de Estados Unidos: CNN

An American study case: CNN

Dan Rutz

*«Los médicos quieren decirle al público lo que éste necesita saber,
mientras que los medios de comunicación desean contarle lo que quiere oír»*

Dr. Lester King (historiador de la medicina)

La televisión, igual que la medicina, es intensamente personal, lo que la convierte en el medio ideal para presentar noticias sobre medicina y salud. «La televisión tiene el poder de transmitir emociones, y las emociones a menudo son parte integrante de una historia. Además, la televisión es persuasiva, de modo que una presentación precisa e imparcial puede resultar muy eficaz a la hora de modelar opiniones y controlar actitudes». El medio audiovisual también es instructivo y proporciona entretenimiento y «si bien no es capaz de transmitir todo el detalle de la palabra escrita, al menos crea recuerdos».

El principio fundamental del periodismo es decir lo correcto. «En Estados Unidos existe una fuerte presión adicional para ser, como se suele decir, políticamente correcto. Si este principio se convierte en obsesión, se puede llegar a distorsionar las noticias y llevar a la gente a conclusiones erróneas. Desde mi punto de vista, una prensa responsable puede entrar en controversia sin poner en peligro la salud pública, y un colectivo científico de mente abierta debería acoger con entusiasmo todo debate enérgico, ya venga de fuera o de dentro».

El juego de las cifras

El sentimiento colectivo es que gozamos de una salud mejor que nunca, «sin embargo, las estadísticas en Estados Unidos dicen que no queda nadie sano. La población total, según la oficina del censo, es de 260 millones de personas, de las cuales 253 100 000 padecen determinadas enfermedades seleccionadas y en las que no se incluyen dolencias cardíacas ni de hipertensión, el pan nuestro de cada día en la sociedad norteamericana».

El uso de estadísticas es muy frecuente, pero la audiencia no es capaz de recordarlas: «la televisión es capaz de transmitir sensaciones duraderas, pero no logra que el espectador recuerde detalles concretos, por eso las cifras no acaban de encajar en este medio. Así pues, cuando en una información de salud se incluyan estadísticas es importante mantenerlas en contexto. En mi opinión cuantas menos estadísticas mejor, y si las elimináramos por completo, tampoco pasaría nada».

En las noticias de salud de televisión existe una tendencia a exagerar los riesgos y los beneficios con demasiada frecuencia y de forma casi irreflexiva. «Nuestro trabajo, como periodistas, es informar de lo que se sabe, pero el periodismo moderno a menudo se pierde en divagaciones y predicciones de lo que podría pasar. Creo que es muy importante que se eviten afirmaciones tajantes. Se dice que un buen científico nunca dice nunca. Un buen periodista tampoco debería hacerlo, pero lo hace.»

En cuanto a las características básicas de la información médica en televisión: «a la hora de describir un problema o un tratamiento médico, a veces se olvida que parte de la información que se transmite es difícil de explicar. Esto no justifica el uso de un vocabulario técnico, sino que, por el contrario, se deben emplear los términos más básicos para dar a entender el problema. Por otro lado, si fuera necesario en la información mostrar detalles de una intervención quirúrgica o de alguien que está sufriendo, el espectador debe ser advertido previamente del contenido de las imágenes.» Por último, es de destacar la importancia de mantener los datos siempre dentro de un contexto, y es que «este punto adquiere especial relevancia a la hora de describir una posible amenaza para la salud o los beneficios de un nuevo tratamiento».

En Estados Unidos existe cierta reticencia a romper moldes. «Esta afirmación resulta especialmente cierta en el caso de los medios electrónicos, que suelen seguir a los periódicos a la hora de desarrollar una noticia. Yo siempre he defendido la cobertura independiente. Hay que decir lo correcto, y si es posible decirlo antes que nadie.» Entonces aparece la pregunta del millón: ¿qué necesita saber la gente? «Los expertos en medicina a menudo se muestran favorables a mostrar un

determinado tipo historias. Yo también tengo en cuenta lo que la gente quiere saber y cuáles son los temas que les interesan. Desde mi punto de vista, los periodistas desempeñan un papel importante y el enfoque de un reportaje debería provocar el pensamiento crítico. Nuestro trabajo servirá de bien poco si nadie lo recuerda o a nadie le importa. Y creo que la televisión puede influir decisivamente en los progresos de la investigación.»

Radio

La difusión de información sobre salud en radio

Jesús Sánchez Martos y Ricardo Aparicio

El análisis de la situación que ocupa la información sobre salud en la radio contó con la experiencia de dos profesionales de la comunicación médico-sanitaria a través de las ondas: el doctor Jesús Sánchez Martos y el periodista Ricardo Aparicio.

Sánchez Martos expresó su voluntad de fomentar «la educación para la salud como un modelo de gestión, ya que contribuiría a disminuir el gasto público y aumentaría el grado de satisfacción, tanto de los profesionales de la medicina, como de los usuarios». En este sentido, apuntó «la necesidad de que los medios de comunicación se hagan eco de la salud a través de programas de investigación y de educación sobre el propio cuerpo humano». En España, aseguró que «todavía existen muy pocos programas de divulgación sanitaria, tanto en televisión como en radio». En este aspecto coincidió con el periodista Ricardo Aparicio, quien señalaba que la escasa presencia de este tipo de programas se debe básicamente «a la escasez de profesionales especializados en comunicación sobre la salud».

Otro aspecto que ralentiza la proliferación de la información sanitaria en los medios de comunicación y, en especial en la radio, es la dificultad para conseguir patrocinadores, ya que no se trata de un medio comercialmente muy labrado. A pesar de todo, según Aparicio, «afortunadamente las cosas están cambiando y ahora ya encontramos laboratorios farmacéuticos que creen en la radio. Seguramente porque han encontrado programas, aunque pocos, con mensajes serios y rigurosos».

La radio es un medio de comunicación que la población escucha como elemento de información y distracción. «Por tanto, si deseo hacer un programa de salud que interese realmente al público, cuando establezca mi agenda tendré que meter elementos de distracción y no solamente estudios científicos», aseguró Sánchez Martos.

Otra peculiaridad de la radio, que la hace más compleja, es que su público es muy heterogéneo. Respecto a los programas de salud, Ricardo Aparicio considera que los oyentes «son personas absolutamente usuarias de salud, muy interesadas en el tema, pero también muy distintas entre sí». Para Sánchez Martos, esto significa que «las cosas se tienen que hacer sencillas, para que las pueda entender gente con niveles de estudios muy distintos». En este sentido, recordó la importancia de la percepción «porque al final lo verdadero no es lo que yo digo, sino lo que entienden mis oyentes en ese momento. Para conseguir una buena comprensión, es necesario establecer correctamente los elementos integrantes del modelo clásico de comunicación. Siempre hay alguien que emite el mensaje o emisor, alguien que lo recibe o receptor, un canal, un mensaje y un código. Si doy un mensaje en un canal incorrecto y con un código no adecuado no voy a conseguir que le llegue a mis oyentes». Asimismo, hay que tener en cuenta que los oyentes de un programa de radio, en el proceso de descodificación del mensaje lo interpretan de forma individual, por lo que un código inadecuado, como un lenguaje difícil, dará lugar a malentendidos. También se debe de tener en cuenta la dosificación, es decir, de todo lo que se escucha en un programa sólo se retendrán determinadas

informaciones, aquellas que más llamen la atención.

El problema de no manejar bien todos los elementos que intervienen en el proceso de comunicación puede llegar a ser muy grave, ya que puede dar pie a innecesarias situaciones de miedo. En este sentido, Sánchez Martos apuntó el ejemplo de la meningitis: «Creo que en este país la meningitis fue una clara vergüenza para todos. Lo que sucedió, y así se demostró en muchos estudios posteriores, es que ni los periodistas ni los políticos sabían de qué estaban hablando, y tampoco los médicos sabíamos qué era la meningitis tipo C. Pero para no descubrir nuestra ignorancia, al final, entre unos y otros dimos lugar a una alarma social impresionante. En realidad, no se trató de una epidemia de meningitis, sino de una epidemia de miedo derivada de una pésima comunciación».

Trabajo en equipo y características del medio

«El modelo de educación sanitaria que nosotros defendemos –afirmó Sánchez Martos– se basa en llegar a una población diana, adecuada pero teniendo en cuenta la población de apoyo. Por ejemplo, si quiero llegar a la población diabética para que mejore su calidad de vida, la población diana serán los diabéticos, pero para llegar a ellos tendré que apoyarme en la familia, en el medio escolar y en los medios de comunicación.»

Para que este modelo funcione, Sánchez Martos defiende el trabajo en equipo de maestros, profesionales sanitarios y periodistas. También Ricardo Aparicio se mostró de acuerdo con esta afirmación al asegurar que una de sus «grandes suertes fue la de contar con el asesoramiento de un equipo médico» al inicio de su carrera en materia de salud.

Sánchez Martos apuntó en su intervención los pros y los contras de la difusión de información médico-sanitaria en la radio. Como una de las ventajas principales, «la radio, a través de la motivación y la calidez en la voz, puede contagiar salud». Por otro lado, según indican los resultados de la Encuesta sobre credibilidad y salud en los medios, «la radio tiene un 47 % de credibilidad frente a la televisión o las revistas en lo que respecta a los temas de salud». Esta afirmación no pasó desapercibida para Ricardo Aparicio, «si los lectores desconfían debe ser porque también en las revistas se están vendiendo todo tipo de informaciones dudosas o, por lo menos, no demasiado rigurosas. No hay que olvidar que en los medios de comunicación, igual que en el resto de ámbitos, existe mucho curandero».

Asimismo, y desde un punto de vista general, Sánchez Martos remarcaba otras ventajas del medio radiofónico, «se trata de un sistema sencillo y barato en comparación con la televisión, con una información más inmediata y donde permite un alto nivel de interacción con el oyente a través del teléfono. Sobre este último dato, en la práctica, el 56 % de los oyentes piensan que se cuenta poco con ellos y que el grado de participación que se les ofrece es insuficiente». Afirmó que la radio «puede servir como medio para fomentar la imaginación, a través de metáforas u otros recursos; y, por último, las tertulias radiofónicas contribuyen a crear opinión entre los oyentes». Según Ricardo Aparicio, otra ventaja de la radio sobre el resto de medios de comunicación radica en el hecho de la continuidad de un programa temporada tras temporada: «puedes permitirte el lujo de explicar con detalle todo lo concerniente a una determinada patología».

Sin embargo, no todo son ventajas en el medio radiofónico. Entre los aspectos negativos destaca, por un lado, que sólo pueden transmitir sonidos y en determinados momentos esto puede dificultar la comprensión. Por el otro, se hizo especial hincapié en que si los mensajes no son muy rigurosos, en muchas ocasiones pueden generar falsas expectativas. Este tipo de situaciones se han repetido en determinadas ocasiones, ya que la gente a menudo tiende a creer o a depositar sus esperanzas en determinados productos milagro. «Viagra, Xenical o Propecia son sólo algunos ejemplos -- comentaba Ricardo Aparicio--. Pero, en realidad, la invasión de todos estos medicamentos responde a la demanda de comodidad por parte de la sociedad. La gente quiere tomarse la pastilla y que le solucione todos los problemas, quiere tomarse una copa de agua y si le sobran quince quilos

perderlos... eso sí, no cuida su dieta, no hace ejercicio...»

Otro riesgo que se plantea en este medio es la posibilidad de convertir un programa de radio sobre salud en un mero consultorio. De hecho, según Martos, «no es nada infrecuente encontrar programas de radio en los que hay un médico que va atendiendo a las llamadas de enfermos y, cuando lo cree conveniente, les modifica el tratamiento. Yo creo que esto, además de un riesgo, también es una falta al código ético de la profesión, tanto de los medios de comunicación como de los médicos». En la misma línea, existen «cadenas o programas que fomentan la automedicación, ya que así consiguen el patrocinio de determinadas herboristerías que se cargan la medicina tradicional. Esto se da en todo tipo de programas, desde informativos, hasta espacios de salud, pasando por los musicales, magazines, etc.».

Sánchez Martos defiende un modelo de educación sanitaria en el que se enseñe a la gente a ayudarse a sí misma. Pero advierte que si no se hace correctamente «lo único que se consigue es que aumente la dependencia del paciente hacia el sistema, cuando en realidad lo que se pretende con la educación sanitaria, es justamente lo contrario. Es decir, la independencia del enfermo y de paso disminuir el gasto público».

Y en este proceso también pueden y deben contribuir los medios de comunicación. De esta manera, para que su actuación sea eficaz se ha de respetar la génesis de lo que debe ser la divulgación médico-sanitaria e «informar sobre lo que es nuestro organismo» --explicó Ricardo Aparicio-- con la finalidad de que el oyente entienda que su cuerpo es una máquina irremplazable y que, por tanto, debe cuidarla». No se trata de asustar ni de enseñar siempre el lado negativo de las cosas, sino de informar sobre los efectos positivos, de adoptar determinadas actitudes saludables, de concienciar al público. Tal como indicaron ambos ponentes, lo ideal en la radio «no es advertir, sino aconsejar».

Scott Roskelley

Es director asociado del Departamento de Noticias científicas de la American Medical Association, de Estados Unidos.

Fran Llorente

Director y editor del programa «La 2 Noticias», de Radio Televisión Española.

Dan Rutz

Corresponsal médico *senior* de la cadena de televisión estadounidense CNN.

Ricardo Aparicio

Director y realizador del programa radiofónico «La Salud y calidad de vida», que se emite a través de la cadena radiofónica Onda Rambla.

Jesús Sánchez Martos

Director de los programas de información de salud «Mundo médico» en Radio Exterior, «El turno de nuestros mayores» en Onda Madrid y «Salud sin límites» en Canal Satélite Digital. Responsable del

área de Salud de «Lo que es la vida» en Radio 1.