

**Raúl Rojas Soriano\***

## **áreas de investigación en comunicación y salud**

Los medios de comunicación masiva adquieren una influencia cada vez mayor en la conservación y promoción de la salud de la población, ya que a través de la propaganda audiovisual y escrita puede crearse conciencia de la existencia de múltiples problemas que afectan directa o indirectamente la salud, por ejemplo, la contaminación ambiental en las zonas urbanas, las condiciones inseguras de trabajo; además, pueden contribuir a desarrollar prácticas concretas como adoptar medidas higiénicas en el manejo de los alimentos, prevenir diversas enfermedades y educar a la población en el uso adecuado y oportuno de los servicios médicos, etcétera.

Los medios de comunicación masiva pueden servir también para introducir la ideología de las clases dominantes en la concepción de la salud y la enfermedad: "los accidentes no nacen, se hacen", con lo cual se responsabiliza al trabajador de los accidentes y se deja de lado la verdadera determinación de los mismos: la estructura y organización social en que se basa la producción capitalista que es, como decía Marx, producción de plusvalía. También los medios de comunicación se utilizan para inducir al consumo irracional de productos nocivos o de poco valor nutritivo para el organismo o alienan prácticas perjudiciales para la salud: promoción de bebidas alcohólicas y consumo de tabaco.

La complejidad que adopta la relación medios de comunicación masiva y proceso salud-enfermedad amerita que se realicen investigaciones concretas para determinar las modalidades que adquiere

\* Profesor definitivo de la División de Estudios de Posgrado de la FCP y S.

la influencia de los medios de comunicación en la salud-enfermedad de la población. Esta relación debe ubicársele en una formación social históricamente determinada y cuyas características, en el caso de México, se las da el modo de producción capitalista, el cual repercute en todas las instancias de la vida social, por ejemplo, en la manera en que se orientan los medios de comunicación masiva para informar y formar opinión respecto de diversos problemas sociales; el desarrollo de determinadas patologías debido a la forma como se produce y se distribuyen los productos; las políticas del Estado para resolver los problemas de salud; las características del modelo médico vigente; el acceso real de los diferentes sectores de la población a los servicios médicos, la concepción de la salud-enfermedad por parte de los diversos grupos sociales, etcétera.

De lo anterior se desprende una premisa metodológica: la salud-enfermedad de la población y los medios de comunicación masiva no son aspectos aislados de la realidad social. Se encuentran estrechamente vinculados a diversos elementos de la estructura y organización social que deben tomarse en cuenta para analizar la influencia de los medios de comunicación masiva en el proceso salud-enfermedad.

De acuerdo con esto, la legislación, organización y desarrollo de los medios de comunicación masiva responde a los intereses e ideología de las clases dominantes y de los grupos hegemónicos en tanto que contribuyen a la producción y reproducción de las condiciones necesarias para que se desarrolle el modo de producción capitalista. Y el Estado no hará sino garantizar la existencia de tales condiciones: promulgar leyes que protejan o no afecten sustancialmente los intereses de las clases dominantes; adecuar los aparatos ideológicos y represivos para mediatizar o contener la lucha de clases; dejar que las clases dominantes utilicen, prácticamente sin restricciones, los medios de comunicación masiva para transmitir su ideología —que responde a sus intereses de clase— y cuyo **substratum** básico es alentar el consumo irracional de bienes y servicios, creando necesidades superfluas sin satisfacer las fundamentales; garantizar, en pocas palabras, las relaciones de explotación en que se sustenta el modo de producción capitalista.

Dentro de este contexto, los medios de comunicación masiva (prensa, radio, T.V., etcétera) son parte de los aparatos ideológicos del Estado orientados a defender y consolidar los intereses de las clases dominantes. Desde este punto de vista, la concepción del Estado se encuentra dentro de lo que se ha llamado la “teoría de la dominación de clase” en la que se “reconoce que las clases sociales son un producto de desarrollo histórico y ve en el Estado un instru-

† Louis Althusser, *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*, p. 28.

mento en manos de las clases dominantes para hacer efectiva y garantizar la estabilidad de la estructura de clase misma”<sup>2</sup> con el objeto de perpetuar las relaciones sociales predominantes que son, como ya se mencionó, relaciones de explotación. Cuando el Estado trata de dar respuestas a ciertas demandas de la clase trabajadora —debido a la presión que sobre aquél ejerce la lucha de clases en un momento histórico determinado, así como por necesidades del mismo desarrollo económico— y realiza concesiones a los grupos subordinados, la actuación del Estado estaría más bien en función de garantizar que la lucha de clases no desborde los límites de tolerancia del sistema político-social. En este caso podría aplicarse en principio aquella teoría del Estado “que se basa en la mediación entre las clases . . . (y) da por aceptada la existencia de cierta estructura de clase y ve en el Estado una institución destinada a conciliar los intereses opuestos de las diversas clases”.<sup>3</sup> De esta manera, el Estado no puede sólo concebirse como un instrumento de dominación que actúa únicamente en forma represiva sino que tiene la función de organizar y coordinar el desarrollo de la vida social, situación que le permite convertirse en un director moral e intelectual de la sociedad ya que trata de representar los intereses de los diversos grupos sociales. Al respecto Gramsci es sumamente claro cuando señala que:

El Estado es concebido como organismo propio de un grupo, destinado a crear las condiciones favorables para la máxima expansión del mismo grupo; pero este desarrollo y esta **expansión** son concebidas y presentadas como la fuerza motriz de una expansión universal, de un desarrollo de todas las energías “nacionales”. El grupo dominante es coordinado concretamente con los intereses generales de los grupos subordinados y la vida estatal es concebida como una formación y una superación continua de equilibrios inestables (en el ámbito de la ley) entre los intereses del grupo fundamental y los de los grupos subordinados, equilibrios en donde los intereses del grupo dominante prevalecen pero hasta cierto punto, o sea, hasta el punto en que chocan con el mezquino interés económico-corporativo.<sup>4</sup>

Esta teoría lleva implícita otra teoría, que considera al Estado como un instrumento de dominación de las clases o fracciones de clase que detentan el poder político, por lo que no se contrapone a ella, sino la complementa, la enriquece, ya que el Estado sirve como me-

<sup>2</sup> Paul M. Sweezy, *Teoría del desarrollo capitalista*. p. 269.

<sup>3</sup> *Ibid.*

<sup>4</sup> Antonio Gramsci, *Notas sobre Maquiavelo, sobre política y sobre el estado moderno*. p. 72.

diador entre los intereses de las clases dominantes y los de las clases dominadas, en la medida en que esto no afecte sustancialmente las relaciones de explotación que requieren las clases dueñas de los medios de producción y los grupos que ejercen el poder político para el mantenimiento del modo de producción capitalista.

Los medios de comunicación masiva son un instrumento fundamental para la reproducción de esas condiciones, ya que a través de ellos se transmite la ideología de los grupos dominantes. Entendiendo por ideología: “a) un conjunto de ideas acerca del mundo y la sociedad que, b) responde a los intereses, ideales y aspiraciones de un grupo social en un contexto determinado y que, c) guía y justifica el comportamiento de tales grupos de acuerdo a los intereses, ideales y aspiraciones.”<sup>5</sup> De esta manera, la ideología que se transmite por los medios de comunicación masiva es la ideología de las clases dominantes que tienen una visión determinada de la sociedad de acuerdo con sus intereses de clase (la necesidad de mantener relaciones de explotación), para lo cual transmiten sus ideas, valores, concepciones, al resto de la sociedad. La ideología se materializa en prácticas concretas, prácticas tendientes a hacer, en este caso, que los grupos subordinados acepten como suya la ideología de la clase burguesa que se les trasmite todos los días a través de los diversos medios de comunicación. Y las mismas instituciones de salud se encuentran presas de esta ideología orientada a buscar las condiciones para una mayor productividad y consumo: “La seguridad en el trabajo genera mayor eficiencia y productividad” expresa un mensaje del sector salud. Pero deja de lado lo que esto implica: mayor **stress** y fatiga y, por consiguiente, más daño a la salud de los trabajadores, ya que tales factores provocan un campo propicio para que surjan accidentes de trabajo y diversas enfermedades.

Los medios de comunicación masiva, a través de técnicas sofisticadas de inducción, crean nuevas necesidades o impulsan el consumo de productos nocivos para la salud como las bebidas alcohólicas y el tabaco o de poco valor nutritivo como los refrescos y los “gansitos” y de otros productos industrializados, los cuales han contribuido en una buena parte de la población trabajadora para que la desnutrición se convierta en una enfermedad endémica. Los patrones de consumo pasan de padres a hijos y éstos los reproducen con mayor fuerza por la influencia cada vez más fuerte de los medios de comunicación en la alimentación de la clase trabajadora, que es donde se presentan los mayores problemas de desnutrición y subalimentación y enfermedades como las infecciosas y parasitarias que pueden englobarse dentro del rubro: “patología de la pobreza”.

<sup>5</sup> Adolfo Sánchez Vázquez, “Ideología de la ‘neutralidad ideológica’ en las ciencias sociales”. **Introducción a la epistemología**, p. 120.

Los medios de comunicación masiva, dominados por las clases y grupos hegemónicos, han contribuido, por lo antes dicho, a la desnutrición de amplios núcleos de la población, principalmente de la clase trabajadora. Este problema social lo concreta el Director del Instituto Nacional del Consumidor en estos términos: “trece millones de mexicanos no comen carne, 25 millones no toman leche, 14 millones no consumen huevo, ni comen pescado, y de acuerdo con el Sistema Alimentario Mexicano, 356 millones padecen desnutrición”.<sup>6</sup>

Las consecuencias de la desnutrición (anemias, avitaminosis y otras deficiencias nutricionales) se traducen en daños a la salud de la población. En 1975 la desnutrición originó en nuestro país 12 011 muertes y en 1976, 10 034. La desnutrición afecta principalmente a la población infantil tanto en el desarrollo físico y mental como en la disminución de las defensas del organismo para hacer frente a agentes patógenos que provocan enfermedades infecciosas y parasitarias.

Por otro lado, el consumo exagerado de ciertos productos industrializados ricos en carbohidratos, grasas, etcétera, provoca obesidad, arteriosclerosis y otras enfermedades.

¿Cuál es la responsabilidad de los medios de comunicación masiva —dominados por la publicidad consumista— en los daños a la salud de la población? Sin duda, es mucha y también la del Estado que deja actuar, impunemente a la empresa privada para vender aquellos productos que afectan directa o indirectamente a la salud.

Cuando el Estado trata de “representar” los intereses de la sociedad en su conjunto a través de dependencias como el Instituto Nacional del Consumidor, poco puede hacer ante el bombardeo continuo de la publicidad que incita al consumo irracional de los llamados “alimentos chatarra” y desalienta la ingestión de productos naturales. Los escasos mensajes que el Estado proyecta en los medios oficiales o durante el tiempo que por Ley la iniciativa privada le cede, resultan insuficientes para crear conciencia en la población de su problemática de salud y de los factores relacionados con la misma. Esto se observa principalmente en aquellos grupos más receptivos a la publicidad debido a su bajo nivel educativo, o porque sus patrones culturales están orientados, por las mismas necesidades del sistema, hacia la imitación de formas de comportamiento de otros grupos sociales con mayor capacidad económica, y de esta manera poder alcanzar un mayor prestigio y **status**.

<sup>6</sup> Fernando Césarman, “Los alimentos chatarra”, *Uno más uno*, México, 21 de marzo de 1981, p. 5.

<sup>7</sup> Secretaría de Programación y Presupuesto, *Cuaderno de Información Oportuna del Sector Salud 2*. México, SPP, p. 56.

Es importante investigar, por otro lado, la forma como la publicidad está dirigida al consumo de productos en otros campos, por ejemplo, los cosméticos, las revistas o que incitan a la compra de productos diversos para el hogar (muebles, enseres para la cocina, etcétera) afecta la alimentación de las personas, principalmente de la clase trabajadora, ya que al desviarse, por efectos de la publicidad los recursos económicos hacia el consumo de servicios y objetos no indispensables se descuida en el aspecto de la alimentación, que —como sabemos— es básico para que el organismo pueda hacer frente a patologías que encuentran un campo propicio para desarrollarse en cuerpos desnutridos: las enfermedades infecciosas y parasitarias que representan en nuestro país más de la tercera parte de la morbilidad.

En vista de la importancia que tienen los medios de comunicación masiva en la salud de la población, presentamos algunos temas de investigación.

1. Los medios de comunicación y la educación para la salud.
2. La publicidad consumista y su influencia en la desnutrición.
3. Las utilización de los medios de comunicación para la prevención de los accidentes (de tránsito, de trabajo).
4. El papel de los medios de comunicación masiva en la concientización sobre los factores que afectan la salud de la población.
5. Elementos (político-ideológicos) que influyen en la conformación de la opinión pública sobre los problemas de salud.
6. La publicidad y su influencia en el consumo de bebidas alcohólicas y de tabaco.
7. La publicidad y su influencia en el consumo de medicamentos sin prescripción médica.
8. Los medios de comunicación masiva y su utilización para ocultar o descubrir problemas de salud o que se presentan en los servicios médicos.
9. Utilización de los medios de comunicación para orientar a la población en el empleo adecuado de los servicios médicos.
10. Problemas de comunicación entre los integrantes del equipo de salud y los demandantes de servicios médicos.
11. Utilización de los medios de comunicación para orientar a la población en casos de epidemias.
12. Los medios de comunicación y su influencia en la creación de una corriente de opinión pública en favor o en contra del aborto.