

LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Un Informe de Manuel Campo Vidal
Junio 2015



ANÁLISIS CUANTITATIVO

VALORACIONES EXTRAÍDAS DE LA MUESTRA DEL
TRATAMIENTO DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA EN
LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Relación de noticias recopiladas
del 10 de marzo al 10 de junio de
2015



FASE CUANTITATIVA DE LA INVESTIGACIÓN

•SE BASA EN EL ESTUDIO DE CASI **300 NOTICIAS** QUE COMPRENDEN UN PERÍODO DE TRES MESES, RECOPIADAS DEL **10 DE MARZO AL 10 DE JUNIO 2015**.

•LA INVESTIGACIÓN PARTE DEL ANÁLISIS DE 76 MEDIOS DIGITALES ESPECIALIZADOS Y PRENSA NACIONAL EN EL ENTORNO DIGITAL.

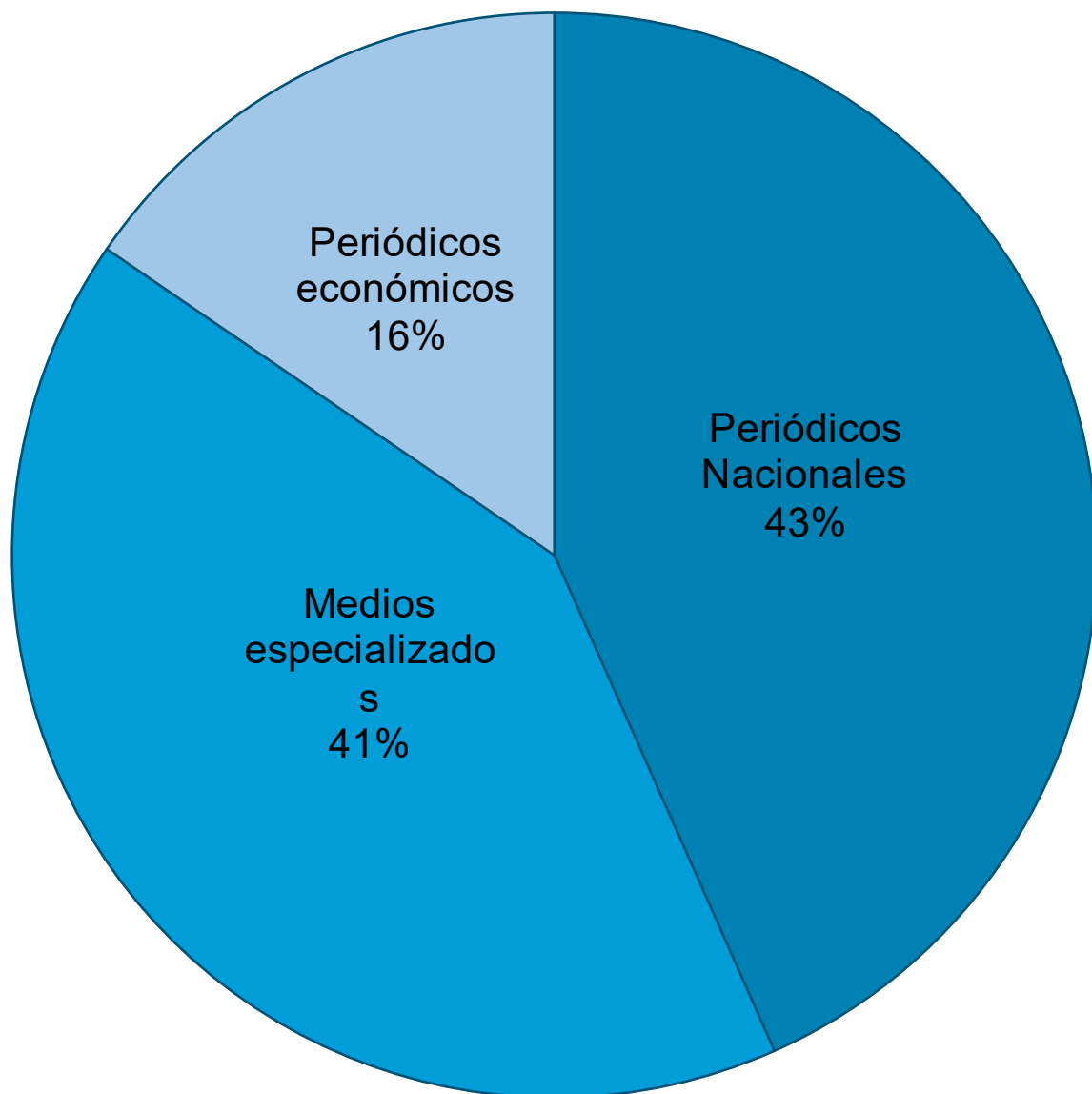
•LA MUESTRA REALIZADA RECOGE CUATRO CATEGORÍAS: **SALUD, INVESTIGACIÓN, INDUSTRIA Y LA ÉTICA**

•**ENTRE ELLAS SE DIVIDEN EN ECONÓMICAS, I+D, MEDICACIÓN, TRANSPARENCIA, INVERSIÓN** ENTRE OTRAS.

•TAMBIÉN SE HA ANALIZADO EL TONO DE CADA NOTICIA Y LA PRESENCIA DE LOS PORTAVOCES QUE INTERVIENE EN LA INFORMACIÓN GENERADA.

Ámbito de difusión		
Medios	Cantidad	%
Periódicos Nacionales	101	34.35%
Medios especializados	96	32.65%
Periódicos económicos	36	12.24%
Otros	20	6.80%
Periódicos autonómicos	14	4.76%
Periódicos gratuitos	9	3.06%
Periódicos regionales	6	2.04%
Medios Regionales	3	1.02%
Agencia de prensa/Europa Press	3	1.02%
Televisiones	2	0.68%
Denuncia ciudadana	2	0.68%
Periódico Regional	2	0.68%
Total general	294	100.00%

Clasificación medios consultados representativos



Reporte de Medios consultados

Medios	Cantidad	%
Periódicos nacionales	101	43,35%
ABC.es	35	15,02%
El Confidencial	6	2,58%
El Diario.es	9	3,86%
El Mundo	11	4,72%
El País	26	11,16%
Iniciativa Debate	1	0,43%
La Expansión	1	0,43%
La Información	1	0,43%
La Marea	1	0,43%
LA Razón	1	0,43%
La Vanguardia	5	2,15%
Nueva Tribuna	4	1,72%
Medios especializados	96	41,20%
Acta Sanitaria	1	0,43%
Adefarma	1	0,43%
Asociación por el derecho de la Salud (OSALDE)	1	0,43%
Con Salud.es	6	2,58%
Correo Farmacéutico	2	0,86%
Diario Farma	3	1,29%
Discapnet	1	0,43%
El Farmacéutico	2	0,86%
El Global	32	13,73%
Emprendedor.es	1	0,43%
Empresas ConSalus	1	0,43%
Euractiv.es	1	0,43%
IM Médico Hospitalario	1	0,43%
Im-Farmacia	6	2,58%
InfoSalus.com	6	2,58%
Pharmatech	3	1,29%
PRNOTICIAS	11	4,72%
Redacción Médica	10	4,29%
Revista Médica	1	0,43%
Somos Pacientes	2	0,86%
Te interesa.es	4	1,72%
Periódicos económicos	36	15,45%
Bolsamanía	1	0,43%
Cinco Días	10	4,29%
Dinero en Imagen	1	0,43%
Dirigentesdigital.com	1	0,43%
El Diario Financiero	1	0,43%
El Economista	13	5,58%
La Expansión	9	3,86%
Total general	233	100,00%

Enfoque	
Categorías	Cantidad
Industria	162
Investigación	45
Ética	44
Salud	43
Total general	294

Género	
Género	Cantidad
Artículo Informativo	141
Noticia informativa	139
Artículo entrevista	4
Artículo Denuncia	2
Artículo analítico	2
Documental	1
Artículo Documental	1
Foto-reportaje	1
Artículo opinión	1
Artículo de Investigación	1
Biografía	1
Total general	294

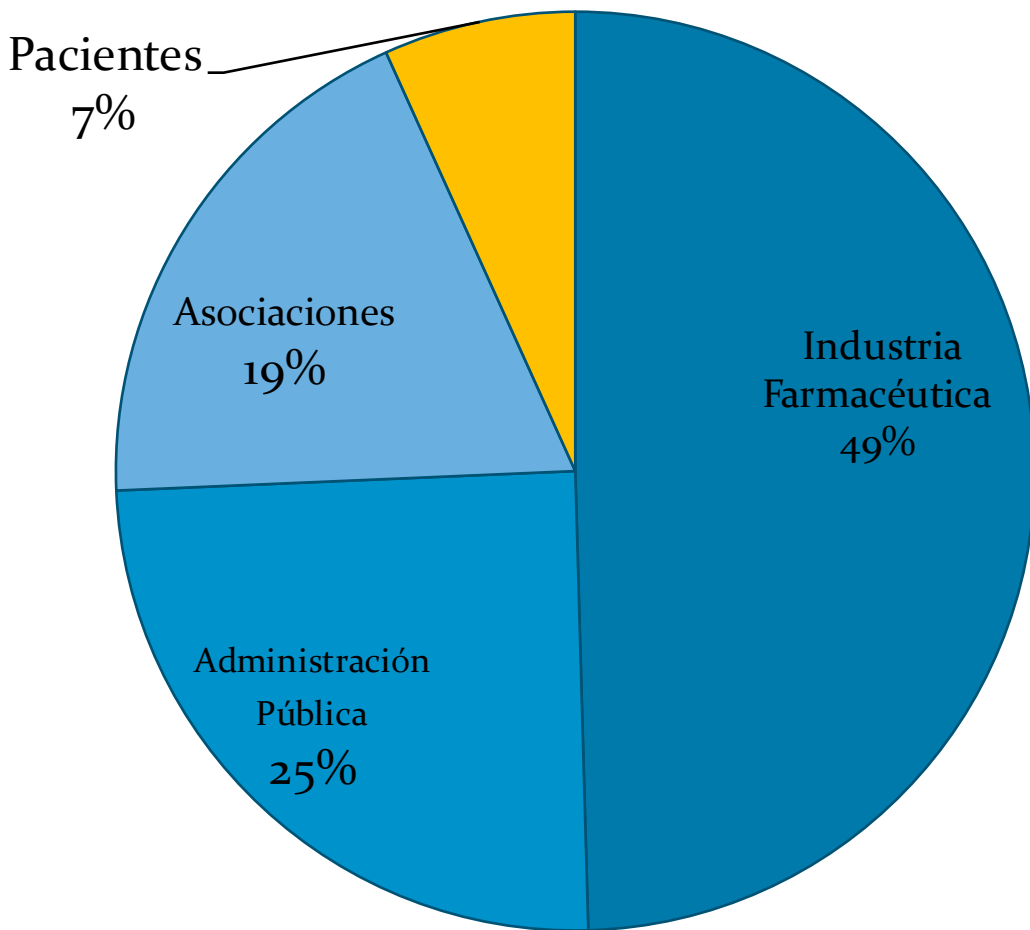
EL TONO Y LOS PORTAVOCES SE HAN MEDIDO A TRAVÉS DE LA OBSERVACIÓN DE LOS AGENTES QUE SE INCLUYEN EN LAS NOTICIAS

Portavoces según el tema y tonos	
Portavoces	Cantidad
La Industria Farmacéutica	60
Investigación Farmacéutica	15
Informativo	7
Positivo para la Industria Farmacéutica	8
Medicación	11
Crecimiento del Mercado	8
Sanidad	8
Gasto Público	5
I+D+i	4
Promoción de Fármacos	3
Desabastecimiento	2
Innovación	2
Investigación farmacéutica	1
I+D	1
Asociaciones	33
Otros	25
Administración Pública	20
Médicos	17
Administraciones Públicas	17
Pacientes	12
Universidades y centros de investigación	11

Número de Portavoces		
Portavoces	Cantidad	%
Industria Farmacéutica	110	37.41%
Administración Pública	55	18.71%
Asociaciones	42	14.29%
Médicos	24	8.16%
Pacientes	15	5.10%
Universidades y centros de investigación	14	4.76%
Otros	34	11.56%
Total general	294	100.00%

La voz de los pacientes no es relevante. En la muestra recopilada la voz de los *pacientes sólo representa el 7%*

Portavoces



Tono	
Tono	Cantidad
Informativo	123
Positivo para la Industria Farmacéutica	76
Crítica para la Industria Farmacéutica	70
Crítica al gobierno	24
Crítica los médicos	1
Total general	294

VALORACIONES

- EN LAS **NOTICIAS RECOPIADAS EL 50% ABARCA TEMAS ECONÓMICOS Y SOCIALES**. EN SU MAYORÍA TIENE UNA CONNOTACIÓN CRÍTICA.
- LOS PORTAVOCES MÁS NOTABLES SON LA MISMA **INDUSTRIA FARMACÉUTICA CON 34% DE LAS NOTICIAS**.
- LAS REFERENCIAS SOBRE **ÉTICA DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA EN RELACIÓN CON LA SOCIEDAD SON NEGATIVAS EN UN 70%**.
- LOS PACIENTES SON LOS PORTAVOCES QUE MENOR **VALORACIÓN POSITIVA** CONCEDEN A LA INDUSTRIA CON UN **1.32 %**.

ANÁLISIS CUALITATIVO

TRATAMIENTO DE LA INDUSTRIA
FARMACÉUTICA EN LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN

TABLA PRESENTACIÓN

RELACIÓN DE ENTREVISTADOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONSULTADOS

- **MUESTRA REPRESENTATIVA:**
 - 11 FUENTES CONSULTADAS EN TOTAL**
 - 3 DIARIOS GENERALISTAS
 - 1 TELEVISIÓN PÚBLICA
 - 1 TELEVISIÓN PRIVADA
 - 1 RADIO PÚBLICA
 - 1 PRENSA REGIONAL
 - 1 DIARIO ESPECIALIZADO
 - 1 ASOCIACIÓN REGIONAL DE PACIENTES
 - 1 ASOCIACIÓN NACIONAL INFORMADORES DE SALUD
 - 1 ASOCIACIÓN DE PACIENTES

CLASIFICACIÓN MEDIOS	CATEGORÍA PROFESIONAL	ENTREVISTADOS
<u>3 DIARIOS GENERALISTAS</u>		
- El País	Responsable de Salud	Emilio de Benito
- El Mundo	Responsable de Salud	Ángeles López
- ABC	Director	Bieito Rubido
<u>1 TELEVISIÓN PÚBLICA</u>		
- TVE	Redactor Salud RTVE	Miguel El Mir Arnedo
<u>1 TELEVISIÓN PRIVADA</u>		
- Tele 5	Jefe Sección Sociedad Informativos TL5 Redactora Salud	Fernando Sanz Coral Larrosa
<u>1 RADIO PÚBLICA</u>		
- RNE	Catedrático Educación para la Salud. Responsable espacio Salud	Jesús Sánchez Martos
<u>1 PRENSA REGIONAL</u>		
- SUPLEMENTO SOCIEDAD Y SALUD ABC CASTILLA Y LEÓN	Coordinadora Suplemento Sociedad y Salud	Diana Gutiérrez
<u>1 DIARIO ESPECIALIZADO</u>		
- EDIMSA (Editores Médicos)	Redactora Jefa	Raquel Gómez
<u>1 ASOCIACIÓN REGIONAL DE PACIENTES</u>		
- FEFES Castilla y León	Responsable Comunicación	Diana Gutiérrez
<u>1 ASOCIACIÓN NACIONAL INFORMADORES DE SALUD</u>		
- ANIS	Presidente	Alipio Gutiérrez
<u>1 ASOCIACIÓN DE PACIENTES</u>		
- Grupo Español de Pacientes con cáncer (GEPAL)	Presidenta	Begoña Barragán

TITULARES ENTREVISTAS



Emilio de Benito

Periodista responsable de Salud en El País

(*El País acaba de eliminar, en su último cambio de diseño, la sección de Salud y Sanidad. Esta información se ha englobado en la sección España. En cambio, el diario ha reforzado la información de Ciencia, que ha externalizado a través de *esmatería*, empresa especializada en información web

“Aunque todo el mundo dice que la información de salud, cada vez, tiene más importancia, yo creo que en los medios generales va para atrás... Salud y Sanidad están en retroceso”

- “La gran preponderancia que tienen las revistas científicas hace que, actualmente, la información sea relativamente contrastada”
- “La información de salud es una información que afecta mucho a la gente, no puedes generar falsas expectativas. Hay que dejar siempre muy claro el alcance real del ensayo o del avance, qué perspectiva tiene eso de llegar a utilizarse en gente, si hay un plazo para eso, cuáles son los riesgos que se corren, porque si no los medios estamos todos los días encontrando vías para curar el cáncer”
- “Contando papel y web, yo creo que en general cubrimos bastante bien la información de salud, investigación, tratamientos... Siempre nos quedamos escasos, cuando llega el momento de la comercialización por este miedo que todos tenemos a estar haciendo la publicidad gratis al laboratorio”
- “El problema de las redes sociales y de Internet, en general, es que muchas veces hay más ruido que información”
- “Hay mucha información económica. Pero es que los laboratorios tienen un peso muy importante en el PIB del país y en el gasto en I+D”
- “De un laboratorio todos tenemos la idea de que lo que quiere es vender. (pero no estamos de espaldas). Los periodistas colaboramos mucho o trabajamos mucho con los laboratorios”
- “Los laboratorios están detrás de la inmensa mayoría de las sesiones de formación que recibimos en enfermedades, tratamientos, nuevas terapias. Salvo alguno que pueda ser integrista, la inmensa mayoría solemos tener relaciones muy fluidas con los laboratorios, lo cual no quiere decir que nos *compinchemos*, simplemente, cada uno sabemos para qué nos sirve el otro”
- “Los laboratorios nos convocan a los periodistas para preguntarnos nuestra opinión sobre comunicación, qué deberían hacer, que no deberían hacer y qué hacen mal”
- “En este momento, con la situación que hay en los medios, si yo quiero ir a un congreso en Estados Unidos, me tiene que invitar un laboratorio”
- “Como los medios generalistas no vivimos de la publicidad de los laboratorios, pues lo tenemos más fácil”
“Es fundamental que la reacción de los laboratorios, la respuesta, sea muy rápida, sea más rápida”
“Los laboratorios son unos mastodontes, sobre todo, las multinacionales”

Ángeles López

Responsable de Salud en El Mundo

No hay sección específica de Salud y se cayó el suplemento que se hacía. Pero se ha ganado espacio informativo, al pasar de España a Sociedad

“El laboratorio lo que quiere es vender”

- “La principal dificultad (para el tratamiento **Destacados** de la información de Salud y Ciencia) es la falta de especialización y la falta de tiempo (...) Faltan periodistas especializados”
- “El principal reto es la complejidad de los temas y la rigurosidad. Para ser rigurosos y para poder comprender bien los temas, se requiere un diálogo con los especialistas, médicos, investigadores o ciertos expertos en diferentes temas. El reto es contactar con ellos y que te dediquen el tiempo suficiente”
- “Antes había un suplemento de Salud, que desapareció y después de eso, los temas de Salud se ubicaban en España, con lo cual no había casi nunca espacio. Ahora, los temas de Salud se ubican en Sociedad y hemos ganado espacio”
- “Nuestra relación con la industria farmacéutica no ha sido mala (...) El problema es que cuando hay algún problema vinculado con la industria es más difícil acceder a ellos y dar con una fuente que te cuente qué es lo que está pasando”
- “Miramos mucho qué es lo que vamos a contar, porque no se trata de dar publicidad sino de contar solamente aquello que puede suponer un avance en los tratamientos o en la investigación. Y contrastar la información”
- “Las redes sociales han mejorado la comunicación con los ciudadanos, más que con la industria. Ahora tenemos un acceso más directo con ciertas personas, que antes era más difícil”
- “El laboratorio lo que quiere en la mayoría de los casos es desarrollar un medicamento y venderlo. Y la sociedad lo que quiere es conseguir tratamientos. Entremedias hay una serie de criterios científicos, médicos y sanitarios, para determinar si este tratamiento aporta algo nuevo o simplemente es uno más dentro del desarrollo constante que tiene la IF”
- “Ciertas asociaciones de pacientes se han convertido en la voz de la IF”

Bieito Rubido

Director de ABC y creador de los *Premios ABC Salud*

“Los contenidos de Salud son muy demandados”

- “Nosotros le dedicamos mucho espacio a la información de salud, de ciencia, de investigación e innovación porque es una información muy demandada”
- “Siempre es insuficiente, porque es un contenido muy demandado. Pero yo estoy contento de cómo cubrimos la información que nos pasan los protagonistas, tanto los laboratorios como la clase médica”
- “Tenemos una sección específica y, además, personas especializadas en Salud”
- “La claridad y la transparencia es fundamental”
- “Hay que hacer un esfuerzo de divulgación en todos los órdenes”
- “No hay una queja especial ni con los laboratorios ni con la clase médica”
- “La crisis económica le ha restado protagonismo a los laboratorios, en este tiempo no ha habido grandes acontecimientos, grandes descubrimientos”
- “Hay que mejorar el vocabulario, seguir manteniendo políticas de transparencia y hacer un esfuerzo de divulgación”

Miguel Elmir

Responsable de Salud y Sanidad en Informativos de TVE

“En los medios de comunicación aparecen pocas noticias de los laboratorios”

- “Tengo la percepción de que en la prensa la especialización es mucho más profunda que en las televisiones”
- “La comunicación es fluida y es correcta. Yo por lo menos no tengo ningún tipo de queja, levantas un teléfono y enseguida conectas con unos y con otros”
- “Intentamos siempre buscar la actualidad y que haya algún tipo de innovación, por ejemplo, que haya algún tratamiento nuevo que pueda suponer un avance para el cerco a alguna enfermedad”

Fernando Sanz

Jefe de Sociedad y Salud de Informativos Tele5

“Tampoco la gente tiene tanto interés en las cuestiones de salud”

- “Hay poca, muy poca relación con farmacéuticas”
- “Yo no recuerdo ni siquiera alguna información que hayamos hecho de laboratorio. Muy poquito, muy poquito”
- “El problema de la investigación es que es complicado explicarla (...)Pero toda la investigación de cáncer sí funciona muy bien”
- “Al final, vas a la actualidad, a lo que es muy de actualidad de investigación, los avances científicos, los avances médicos. Eso es lo que más solemos cubrir”
- “Detrás de las farmacéuticas hay una marca. Entonces, pues mira, las marcas que se publiciten donde quieran o puedan”
- “Se habla muy poco de laboratorio y de la industria, muy poco, muy poco”
- “Hubo un momento que, como tenían mucha pasta, los laboratorios mandaban muchas cosas”
- “Cuando ha pasado alguna cosa, en la que alguna marca grande de un laboratorio ha estado en entredicho, tampoco se reciben llamadas”
- “Yo creo que la información de salud es una cosa que hay que tratar con cuidadito, no despertar muchas expectativas y hay que ser muy prudente”
- “Si hablamos de enfermedades, buscamos a gente, que no sean solo médicos e imágenes de relleno, sino gente que está en la enfermedad, que lucha o que ha salido. Siempre intentar ponerle cara, que es lo que más funciona en televisión”

Coral La Rosa

Periodista especializada en Salud de Informativos Tele5

“Cuesta mucho menos meter una situación negativa y de impacto, que una novedad”

- “El día a día es una auténtica batalla, porque los temas de salud y los de ciencia no es, precisamente, lo que prima en la agenda editorial de una televisión y de cualquier medio en general”
- “Los temas de ciencia están un poco de capa caída”
- “Se tiende a dar información de novedades técnicas o biomedicina. Fármacos, también, pero poco. No está permitido hacer publicidad de fármacos en España y hay bastante prevención con el tema de hablar de laboratorios”
- “No hay diariamente una información de salud en Informativos Tele5”
- “Cuesta mucho menos meter en escaleta un tema porque ocurre una situación de escándalo, negativa, de mucho impacto, que cuando se trata de una novedad, porque la novedad tiene que ser muy, muy llamativa”
- “Estoy convencida de que durante muchos años ha habido un abuso de las farmacéuticas en el control de medios de comunicación, en el sentido de que se han emitido demasiadas cosas que no eran tanto de contenido interesante como de contenido interesado”
- “Ha habido una serie de hechos que han transmitido una imagen bastante negativa de las farmacéuticas”
- “También es cierto que ha habido campañas de desprestigio de las farmacéuticas. Entre unas cosas y otras, creo que ha primado más la imagen de avaricia. Y son negocios pero también hacen un trabajo fundamental de desarrollo para la salud y de investigación que revertirá en la población”
- “Lo que tienen que entender las farmacéuticas es que los medios no estamos a su servicio; y lo que tenemos que entender los periodistas es que tenemos que mantener absolutamente nuestra integridad como periodistas”
- “Dentro de nuestra profesión hay personas que no tienen ningún tipo de ética. Escriben al dictado y lo hemos vivido en varias situaciones”
- “El caso del Severo Ochoa (sedaciones), en Leganés, me pareció una de las mayores vergüenzas como periodista. Se dijeron barbaridades, se confundió a la gente, se aterrorizó a la sociedad, se perjudicó a los ‘paliativos’. Y ahí hubo gente que actuó de mala fe”
- “Sabemos que hay gente que cobra por informaciones que hace. Tienes que hacer cosas como periodista de tu medio y estás cobrando de alguien”
- “Somos informadores y comunicadores. Se trata de que todo el mundo entienda lo que estás diciendo, sin que pierda rigor ni veracidad”
- “Hay mucha precariedad en el sector periodístico. Esto hace que no toda la gente pueda prepararse o que el medio le permita prepararse. Y en esto, la especialización es fundamental”

Jesús Sánchez Martos

Médico y divulgador

Catedrático de Educación para la Salud (Universidad Complutense)

Dirige una sección de Salud semanal, desde hace 33 años, en RNE

Tertuliano y comentarista de los Informativos de noticias sanitarias

Autor de artículos en medios especializados

“Los periodistas no saben de Salud, no existe una especialización”

- “No se está haciendo una buena información”
- “En la escaleta de un informativo de radio y televisión, la salud es siempre lo último”
- “Los médicos sabemos mucho de Medicina, pero no sabemos comunicar”
- “Los tertulianos se meten en camisas de once varas. Da igual, ellos tienen su sueldo y además si comentan negativamente hay más audiencia”
- “El Gobierno debería crear un observatorio de la calidad de la información de salud que recibe la población”
- “Internet es el colmo de que no exista ninguna ley, ahí tiene usted a todos los que se aprovechan”

Diana Gutiérrez Arranz

Periodista coordinadora suplemento Salud y Sociedad de ABC en Castilla y León

Responsable de Comunicación en la Federación de Asociaciones de Familiares y Personas con Enfermedad Mental (FEAFES Castilla y León)

“La información sanitaria ha empezado a tener muchísimo más peso dentro del periodismo”

- “Hay que tener periodistas especializados”
- “Somos periodistas, no médicos, ni enfermeros, ni biólogos. Nuestra responsabilidad llega hasta el compromiso que hemos adquirido como profesionales de la comunicación”
- “Nunca he tenido ninguna presión en cuanto a tener que publicar ninguna información”
- “Creo que la información más analítica, clínica, de investigación de un medicamento debe tener una trascendencia más restrictiva en cuanto a la población general, porque no es una información fácil de trasladar”
- “Es imprescindible que el periodista tenga herramientas para hacer bien su trabajo, es decir, tener formación y experiencia”
- “La industria farmacéutica debe ser consciente de que no puede ser una fuente solo cuando ellos quieran, cuando organicen actos, viajes, promociones, ruedas de prensa. Se necesitaría un poco más de apertura, poder acudir a ellos cuando se solicite y no cuando lo soliciten ellos”

Alipio Gutiérrez

Presidente y socio fundador de la Asociación Nacional de Informadores de Salud (ANIS)

“Especialización, especialización, especialización”

- “En este país, si se investiga es gracias a la industria farmacéutica, no a las instituciones públicas”
- “Desde la industria se ha empezado a entender que la labor de los periodistas no es escribir al dictado de lo que ellos proponen, porque puedan financiar determinados tipo de iniciativas, sino que está bien que se contraste la información”
- “No se ha hecho la pedagogía suficiente desde las instituciones para explicar al ciudadano la importancia que tiene el uso de medicamentos genéricos para el Sistema Nacional de Salud y para su sostenibilidad. Creo que no se ha hecho bien en este país, especialmente, desde el ministerio de Sanidad”
- “Yo en eso siempre digo: la aparición de las redes sociales son una gran oportunidad y también un gran problema en comunicación de salud”
- “Tenemos que estar vigilantes en ese sentido, porque para los periodistas, las redes sociales también son fuente de información”
- “En los medios no se otorga el valor que deberían tener a las personas que se dedican a difundir o a comunicar sobre temas que afectan a la salud de los ciudadanos, que es lo que todos valoramos por encima de cualquier otra cosa. Es una materia muy trascendente y muy sensible”
- “Es verdad que la situación económica de las empresas de comunicación hace que, incluso, becarios, estén haciendo temas de Portada”
- “A día de hoy, tenemos que estar especializados si queremos informar bien sobre salud”
- “El único camino es: especialización, especialización y especialización. Y luego algo que es fundamental en nuestra profesión y es tener una perspectiva ética, no solo profesional sino también personal. Saber de qué estamos hablando, quienes son nuestros protagonistas, que son personas a las que afectan nuestras noticias”

Begoña Barragán

Presidenta del Grupo Español de Pacientes con Cáncer

“Estamos de moda y todo el mundo intenta utilizar la figura del paciente”

- “Parece que es mucho mejor si existe un paciente que de su testimonio, que ponga su cara y su imagen”
- “Se transmiten falsas expectativas con mucha frecuencia y eso nos preocupa”
- “El sector sanitario de salud, los periodistas de salud, siguen necesitando formación y escuchar a los pacientes”
- “Se está haciendo un esfuerzo en los últimos años y que se intenta adecuar los mensajes, pero todavía es insuficiente”
- “No estamos presentes en ninguna toma de decisiones importantes”
- “Tenemos que llegar a las altas esferas que toman decisiones que afectan a la salud de los pacientes de hoy y de mañana, porque muchas veces se olvida que ser paciente es cuestión de tiempo”
- “Los medios de comunicación tienen un papel fundamental a la hora de ayudarnos a transmitir nuestros mensajes”

CONCLUSIONES

UNA INFORMACIÓN EN RETROCESO

- La información sobre Salud está en retroceso en los medios generalistas.
- La información se dispara en situaciones de crisis.
- La presencia de la industria farmacéutica en la prensa generalista está enfocada a noticias dedicadas a la investigación y la salud.
- la Prensa especializada ofrece más informaciones sobre acciones y/o actividades de la industria farmacéutica.
- El nivel informativo, en general, es escaso y mejorable.
- Las noticias negativas eclipsan a las noticias positivas.
- Los medios tienden a la uniformización de contenidos.

ESPECIALIZACIÓN, RIGOR Y TRANSPARENCIA

- Faltan periodistas especializados y tiempo para estudiar y contrastar la información
- Los periodistas especializados exigen rigor y la transparencia informativa
- La precariedad en el sector periodístico amenaza la buena práctica informativa
- Se mantienen prejuicios, como la idea de que la industria farmacéutica solo quiere vender
- Los periodistas tienen miedo a hacerle publicidad gratis a los laboratorios y rehúyen informar de fármacos comercializados, salvo en casos de gravedad
- Los periodistas de salud no se sienten valorados por los medios generalistas
- Los periodistas aseguran mantener una buena relación con los laboratorios, aunque en los medios se hable poco de ellos
- Se publican más noticias económicas de los laboratorios que información médica
- Los profesionales denuncian algunas prácticas poco éticas, como escribir al dictado de la industria farmacéutica para recibir un sobresueldo
- Las farmacéuticas son decisivas en la investigación y en los avances médicos, pero no saben comunicar
- Cuando hay una situación de emergencia, los periodistas no encuentran respuestas en las farmacéuticas
- La crisis actual ha hecho bajar la capacidad informativa y de investigación de los laboratorios

LA SALUD IMPORTA... PERO MENOS LA SALUD SOBREVIVE SIN SECCIÓN

RETROCESO & PÉRDIDA DE ESPACIO PROPIO

En los medios generalistas la información de Salud ha perdido espacio y posiciones.

La Salud no tiene sección propia en los principales diarios, El País y El Mundo.

El País ha externalizado la sección de Ciencia y ha reforzado sus contenidos. Pero ha dejado sin espacio propio las noticias de Salud, que ahora se publican en la Sección España.

El Mundo cerró la Sección de Salud y un Suplemento. Aunque hace poco incorporó estas noticias a la sección de Sociedad.

El diario ABC le concede mucho espacio, debido al gran interés de la audiencia por estas noticias.

En Tele5 se batalla todos los días para meter alguna pieza. La Salud solo es apertura de un Informativo, cuando se desata una crisis, como en los casos del ébola, la difteria o el coronavirus.

BUENA INFORMACIÓN, PERO MEJORABLE

La información de Salud se queda escasa y mercedaría más relevancia, para la mayoría de los periodistas, que aún así aseguran que se ofrecen contenidos de buena calidad, aprovechando al máximo el marco que tienen y las ventajas de haber ganado espacio en la versión digital de sus respectivos medios.

La única voz consultada, radicalmente crítica, es la del doctor Jesús Sánchez Martos, divulgador de temas de salud en RNE desde hace 30 años y colaborador en otros medios de comunicación: "No se está haciendo una buena información de Salud. De 0 a 10, se está haciendo una información, como máximo, de 3, no llega al aprobado. Los periodistas no saben hacer esta información de Salud. Y, por otra parte, y esto es mucho peor todavía, los médicos sabemos mucho de Medicina, pero no sabemos comunicar"

INTERÉS A DEMANDA Y EN CASO DE CRISIS

A los ciudadanos les interesa la información de Salud, Ciencia e Investigación y Medicamentos. Pero ese interés no es sostenido, la curva sube claramente cuando se habla de un gran avance científico-médico, un descubrimiento terapéutico o el estallido de una crisis y/o emergencia.

CONTENIDO TÉCNICOS Y COMPLEJOS

El lenguaje técnico del sector es una dificultad. El periodista debe hacer un esfuerzo por entender y traducir conceptos y términos, para exponerlo de manera clara y sencilla a su audiencia.

COLABORACIÓN QUE NO COMUNICA

Consideran buena la relación con la industria farmacéutica. En este sentido, la voz más distante la pone el jefe de Sociedad de Tele5, Fernando Sanz.

MENOS DINERO, MENOS INVESTIGACIÓN, MENOS INFORMACIÓN

La crisis económica ha abierto una brecha en el caudal informativo procedente de los laboratorios: ha bajado el volumen de noticias, de descubrimientos y de innovación. Sobreviven los informes de la IF, para ofrecer información sobre la actividad desarrollada y despertar el interés de los medios.

RETOS PROFESIONALES: INFORMAR Y COMUNICAR

BUENA COBERTURA

Se hace una buena cobertura informativa sobre noticias de salud, sanidad, ciencia e innovación, en términos generales.

Aunque se mira con cierto recelo todo lo que viene de la IF. Por ejemplo, se informa de todo el proceso de investigación de un fármaco, hasta que llega la comercialización. En ese momento, los periodistas suelen retirarse y se vuelven muy escépticos, por el miedo que existe en el sector a estar haciendo la publicidad gratis al laboratorio. Esta reacción, a veces, perjudica al paciente, que está en su derecho de saber y exigir cualquier novedad relativa a un tratamiento.

ESPECIALIZACIÓN & FORMACIÓN

Todos los periodistas consultados piden la especialización de los profesionales de Salud, como la primera garantía de una información de calidad. En general, se acusa la falta de especialización.

FALTA TIEMPO Y ESPACIO

Tiempo para estudiar, consultar y entender asuntos de gran complejidad, condición imprescindible para realizar una buena comunicación. Sin entender de lo que se habla, no se puede comunicar lo que sucede.

MÁS DIÁLOGO CON ESPECIALISTAS

El reto de los periodistas es tener fuentes de primer nivel, contactar con ellas en el momento preciso y que te dediquen el tiempo necesario.

PREGUNTAR, ANALIZAR Y TRADUCIR

Comprender para transmitir. Se debe conocer y entender a fondo la información científica que se va a transmitir, traduciendo a un lenguaje sencillo los términos técnicos y simplificando el contenido sin caer en la banalización del mismo.

CONTRASTAR FUENTES

No escribir al dictado de ninguna de las partes, ni personal sanitario, ni científicos e investigadores ni laboratorios. Lo importante es contrastar con fuentes autorizadas, de primer nivel.

DATOS RACIONALES Y GANCHOS EMOCIONALES

El abuso de la vía testimonial, a través de pacientes, puede conducir a sesgar la información, en perjuicio de los aspectos médicos y científicos.

MEDIADORES

Los periodistas de Salud consideran beneficiosa la creación de gabinetes de comunicación en los laboratorios, porque facilitan la relación y transmiten noticias con contenido informativo.

LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA

LA CARA MALA

- Demasiada jerarquía y poca transparencia en situaciones de crisis

Los medios critican la dificultad de acceder a las fuentes de la IF, sobre todo, en momentos de crisis, cuando la opinión pública necesita más explicaciones y respuestas.

El responsable de Salud de El País, Emilio de Benito, asegura que los laboratorios son unos *mastodontes* que tardan demasiado tiempo en reaccionar, sobre todo, las multinacionales. Esta inercia provoca sospechas sobre una cierta manipulación del mensaje que quiere transmitir.

Los informadores, cansados de esta situación, acuden directamente a otras fuentes para contrastar sus datos.

La lenta maquinaria de comunicación de los laboratorios levanta, además, suspicacias y la sospecha de que la IF siempre está maquinando explicaciones y argumentos poco transparentes.

- Solo quiere vender. Investiga y desarrolla medicamentos solo para hacer negocio.
- Ejerce un control excesivo sobre la información.
- No facilita el acceso a las fuentes: investigadores, científicos, médicos.

LA CARA BUENA

- La IF favorece la investigación y el avance científico y terapéutico. Contribuye de forma decisiva a la financiación de la mayoría de los proyectos de investigación de este país.
- La IF contribuye a la promoción de la salud gracias a la investigación y el desarrollo de medicamentos que alargan y mejoran la calidad de vida.
- Busca con los medios de comunicación nuevas fórmulas para favorecer y mejorar la relación entre profesionales de la información y de la salud.
- La IF y los periodistas mantienen un alto grado de colaboración. Organiza la mayor parte de los cursos de formación para informadores especializados.

CONCLUSIONES ENTREVISTADOS

Jesús Sánchez Martos, médico y divulgador:

“Es necesario crear un Observatorio de la calidad de la información sobre salud”

Bieito Rubido, director de ABC:

“Mantener las políticas de claridad y transparencia; traducir el lenguaje de laboratorios y médicos para hacerlo comprensible y hacer un esfuerzo de divulgación en todos los órdenes”

Fernando Sanz, jefe Sección de Sociedad de Informativo Tele5:

“Hay que hacer un esfuerzo por ofrecer información didáctica y pedagógica”

Coral Larrosa, periodista especializada en Salud en Informativos Tele5:

“Las farmacéuticas tienen que entender que los medios no estamos a su servicio. Y los periodistas tenemos que mantener absolutamente nuestra integridad, es decir, tiene que haber unos informativos interesantes y veraces”

Emilio de Benito, responsable de Salud en El País:

“Es fundamental que la reacción de los laboratorios, que la respuesta sea más rápida. Sobre, todo, cuando hay un problema”

Ángeles López, responsable de Salud en El Mundo:

“La principal dificultad es la falta de especialización y la falta de tiempo”

Alipio Gutiérrez, presidente de la Asociación Nacional de Informadores de Salud (ANIS):

“El único camino es: Especialización, especialización y especialización. Tenemos que ir hacia un periodismo de precisión. Y luego algo fundamental en nuestra profesión es tener una perspectiva ética, no solo profesional sino también personal. Saber de qué estamos hablando, quienes son nuestros protagonistas, que son personas a las que afectan nuestras noticias”

Diana Gutiérrez, coordinadora suplemento regional de Sociedad y Salud en ABC:

“La industria farmacéutica debe ser consciente de que no puede ser una fuente solo cuando ellos quieran, cuando organicen sus actos, sus viajes, sus promociones y sus ruedas de prensa. Se necesitaría un poco más de apertura, poder acudir a ellos cuando se solicite y no cuando lo soliciten ellos”

Raquel González, redactora jefe del medio especializado Noticias Médicas:

“En general, para que haya una buena información hay que contar con periodistas especializados en la materia, con tiempo para hablar cara a cara con los expertos en cada tema y desplazarse allí donde está la noticia”

Begoña Barragán, presidenta del Grupo Español de Pacientes con Cáncer

“Estamos de moda y todo el mundo intenta utilizar la figura del paciente. Nos sentimos más utilizados que escuchados”

PROPUESTAS DE RECOMENDACIONES GENERALES

- Exigir mayor especialización y formación
- Transparencia y rigor informativo
- Contrastar las fuentes, no escribir al dictado
- Observar un código ético profesional y personal
- No generar falsas expectativas a la sociedad y los pacientes
- Comunicar la información compleja con claridad y sencillez
- Propiciar el acercamiento periodistas-personal médico y científico, en condiciones de respeto e igualdad
- Respetar el derecho del paciente a una información veraz y útil
- Formatos en espacios radiofónicos, televisivos y medios escritos más atractivos a la audiencia proporcionándoles una información más cercana. La presencia de los propios afectados en este tipo de espacios le daría a la industria una imagen más próxima de los fármacos que desarrollan destacando su labor en la investigación.

- El trabajo y la visión del periodista se basan en la formación y el conocimiento. El periodista de Salud debe estar especializado para informar bien.
- Siempre es positivo dar a conocer públicamente los avances debidamente probados y aprobados, y siempre respetando el interés y bienestar de ciudadanos y, en especial, pacientes. No se deben levantar falsas expectativas ni terapias prematuras.
- No escribir al dictado. Hay que contrastar la información.
- Respetar un código ético profesional y personal.
- Hay que debatir más sobre cómo construir unas relaciones basadas en la ética y el buen ejercicio profesional, con propuestas objetivas. No seguir los prejuicios existentes: ni todos los periodistas son ignorantes y manipulables; ni los laboratorios solo piensan en vender.

- Intensificar seminarios de formación para periodistas que favorezcan su especialización.
- Promover encuentros habituales entre periodistas, médicos e industria para intercambiar conocimiento y generar confianza.
- Seminarios para médicos, portavoces de la industria y de los pacientes para mejorar su comunicación como emisores.
- La sociedad debe asumir su papel y tener voz propia en la información sanitaria. Así como la prensa creó la figura del Ombudsman, los ciudadanos pueden actuar a través de organizaciones que defiendan su derecho a la mejor información de salud.