

La información sobre medicamentos a través de los medios de comunicación*

Daniel Catalán Matamoras¹, Andrea Langbecker¹ y Carmen Peñafiel Saiz²

¹UC3M MediaLab, Departamento de Comunicación, Universidad Carlos III de Madrid, Madrid

²Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, Bilbao

Resumen

Este capítulo establece el contexto de la investigación en el ámbito de la información pública sobre medicamentos a través de los medios de comunicación, los cuales desempeñan un papel crucial en la formación de percepciones y comportamientos del público hacia los medicamentos. Por ello, es esencial considerar su efecto e impacto en la población al diseñar estrategias de comunicación en salud pública. Al buscar información sobre medicamentos, los pacientes cuentan con diversas fuentes, siendo más utilizados los medios que los profesionales sanitarios para obtener información sobre nuevos medicamentos y sus efectos. Se llevó a cabo una revisión sistemática que examinó 57 estudios centrados en periódicos, televisión y radio, principalmente en países anglosajones de altos ingresos. Se destaca la carencia de estudios en países de bajos ingresos y con lenguas diferentes del inglés, como el francés o el español. Además, son pocas las publicaciones que analizan medios más allá de los periódicos, y la diversidad de medicamentos estudiados es limitada, siendo las vacunas las más investigadas. Basándose en estos hallazgos, se plantean limitaciones y retos para mejorar la investigación en el ámbito de la comunicación pública de medicamentos. Estos desafíos subrayan la importancia de un enfoque integral y diversificado para desarrollar estrategias de comunicación efectivas y equitativas sobre medicamentos en salud pública.

Palabras clave: comunicación, medicamentos, medios tradicionales, salud pública.

Introducción

Este capítulo presenta la experiencia investigadora de sus autores en el ámbito de la información de medicamentos a través de los medios de comunicación. Uno de los trabajos de referencia para la elaboración de este trabajo fue el artículo titulado *The Use of Traditional Media for Public Communication about Medicines: A Systematic Review of Characteristics and Outcomes* (El uso de medios tradicionales para la comunicación pública sobre medicamentos: una revisión sistemática de características y resultados), que se publicó en la revista *Health Communication*¹ y cuyo objetivo fue identificar y sintetizar los datos de las investigaciones sobre el uso de los medios de comunicación para informar sobre medicamentos. Además, este capítulo refleja la experiencia que se ha plasmado en otras publicaciones realizadas en torno a uno de los tipos de medicamentos más investigados desde el ámbito de la comunicación: las vacunas²⁻⁵.

La labor investigadora de los autores, evidenciada en este capítulo, aporta

una perspectiva significativa a la comunicación sobre medicamentos y vacunas, subrayando la importancia de una información precisa y efectiva en los medios de comunicación para promover la salud pública y la toma de decisiones informada sobre la propia salud de la población. A continuación, se abordará este importante tema y se hará una reflexión sobre los desafíos investigadores que podrían plantearse en el futuro, y mejorar así la comunicación pública de los medicamentos.

La influencia de los medios de comunicación y la búsqueda de información sobre medicamentos

Los medios de comunicación desempeñan un papel importante en la formación de las percepciones y los comportamientos del público en relación con los medicamentos, y su impacto debe tenerse muy en cuenta en el diseño de estrategias de comunicación sobre salud pública. En este sentido, existe una compleja interacción de pacientes, profesionales de la salud y medios de comunicación en el contexto de la búsqueda de información sobre medicamentos,

*Esta publicación ha sido financiada por el proyecto "Pseudociencia, teorías conspirativas, fake news y alfabetismo mediático en la comunicación en salud (COMSALUD)", ID PID2022-142755OB-I00, del Ministerio de Ciencia e Innovación. Proyecto I+D+i Retos 2022.

debido al impacto significativo de los medios de comunicación en las creencias, las actitudes y los comportamientos relacionados con los medicamentos, su consumo y la salud en general⁶. Los medios tienen un impacto significativo en la población, ya que la información que presentan puede moldear las creencias, las actitudes y las normas percibidas, que a su vez influyen en los comportamientos y repercuten en las decisiones de los pacientes, los proveedores de atención sanitaria y los responsables políticos⁷. De hecho, las creencias que una persona tiene sobre los medicamentos influyen en las decisiones médicas, y por ello las creencias sobre la salud pueden ser importantes mediadores en el éxito de la autogestión de los problemas de salud.

Debido a lo antes explicado, la relación entre los individuos, los profesionales de la salud y los medios de comunicación en el contexto de la búsqueda de información sobre medicamentos es altamente influyente y dinámica. En el momento de la prescripción, los profesionales sanitarios suelen informar sobre los

efectos celulares y orgánicos de los medicamentos, dando lugar a una información densa y compleja para los pacientes, que no siempre responde a sus necesidades de información⁸. Esto puede hacer que aumente la necesidad de los pacientes de buscar información adicional sobre los medicamentos. Al buscar información sobre medicamentos, los pacientes tienen diversas fuentes a las que acudir, y las fuentes mediáticas son más usadas que los profesionales sanitarios para conocer los nuevos medicamentos y sus efectos^{1,6,9}. De hecho, los medios de comunicación son una de las principales fuentes de información sobre medicamentos para el público. En este sentido, y pese al auge de los medios digitales en el ámbito informativo, no podemos obviar que los medios de comunicación tradicionales, como la televisión, la radio y la prensa escrita, siguen desempeñando un papel importante en el panorama de la comunicación, en especial en las regiones del mundo donde son el principal medio de comunicación. Por ello, el análisis y el estudio de todos los formatos mediáticos, tanto tradicionales como digitales, son

fundamentales para comprender este fenómeno. Además, su impacto debe tenerse muy en cuenta en el diseño de estrategias de comunicación sobre salud pública.

Investigando la información sobre medicamentos a través de los medios de comunicación

Como ya se mencionó en la introducción, se realizó una revisión sistemática¹ que tuvo como objetivo identificar, evaluar y sintetizar datos de investigaciones originales que analizaron el uso de los medios de comunicación tradicionales para la comunicación pública sobre medicamentos. La revisión incluyó 57 estudios realizados entre 2007 y 2017, centrados en periódicos, televisión y radio.

Entre los hallazgos más significativos, podemos mencionar que el diseño de investigación más frecuente fue el análisis de contenido, seguido de encuestas o entrevistas y de estudios controlados aleatorizados. Los estudios se realizaron predominantemente en países de altos ingresos del mundo anglosajón: la mayoría en los Estados

Unidos, seguido de Canadá y el Reino Unido. La revisión puso de relieve la falta de estudios sobre los efectos de las campañas en los medios de comunicación, y subrayó la importancia de estandarizar metodologías de investigación en este ámbito.

De este análisis exhaustivo se desprenden cinco conclusiones clave, centradas en el panorama bibliográfico, los resultados y la calidad de los contenidos de las campañas de comunicación pública sobre medicamentos existentes.

En primer lugar, hay una insuficiente representación de las publicaciones de los países de bajos ingresos y de aquellos con otras culturas no anglosajonas. El predominio de la investigación procedente de los Estados Unidos, con escasas contribuciones de otros países de renta alta, suscita preocupación sobre la inclusividad global de la literatura en este ámbito. Varios factores contribuyen a esta infrarrepresentación, como la escasa competencia técnica, la falta de oportunidades y de recursos de investigación, así como los prejuicios contra los autores de países de renta

baja. Las disparidades en la financiación y la ausencia de revistas científicas de los países de renta baja en las bases de datos mundiales agravan aún más este problema^{10,11}. Un estudio sugiere que el sistema regulatorio establecido para la publicidad directa al consumidor de medicamentos recetados en los Estados Unidos puede ser una fuerza impulsora de la concentración de la investigación en esa región¹².

En consecuencia, existe una necesidad urgente de investigación sobre la comunicación pública de medicamentos en los países de renta baja, dada la falta de aplicación de legislación que regule dicha comunicación y la actual escasez de investigación en estos países.

En segundo lugar, existe una baja frecuencia de publicaciones que analizan otros medios aparte de la prensa. Esto pone de manifiesto un sesgo hacia el análisis de la investigación sobre medios de comunicación relacionados con la comunicación pública sobre medicamentos. Mientras que los periódicos fueron el medio más frecuentemente estudiado, hubo una notable falta de investigación sobre

otros como la radio, la televisión y el cine. La ausencia de análisis sobre las películas es especialmente significativa, teniendo en cuenta su impacto potencial en las perspectivas y los comportamientos de los espectadores, lo que las convierte en un medio valioso para la educación sanitaria¹³. Se subraya la necesidad de una investigación diversificada que abarque varios formatos de medios de comunicación, especialmente la radio y las películas, para presentar una comprensión más completa de la comunicación pública sobre los medicamentos.

En tercer lugar, los tipos de medicamentos analizados en las publicaciones son limitados. Las vacunas, en concreto las del virus del papiloma humano y la gripe, fueron las más estudiadas, lo que refleja la importancia de la inmunización en la salud pública. Los antibióticos también acapararon la atención, en consonancia con las campañas mundiales para promover su uso responsable.

El estudio muestra la necesidad de una investigación más amplia que abarque diversos tipos de medicamentos para abordar con eficacia los polifacéticos

retos y particularidades de la comunicación pública.

En cuarto lugar, la naturaleza diversa de los estudios impide diferenciar los efectos entre los distintos medios y tipos de medicamentos. A pesar de esta heterogeneidad, se destaca la influencia de los medios en el comportamiento, con investigaciones que apuntan a un mayor consumo de vacunas^{7,14}. Sin embargo, la revisión se abstiene de agrupar los datos debido a la heterogeneidad, haciendo hincapié en la necesidad de realizar más investigaciones para extraer conclusiones sustantivas sobre los efectos de los medios de comunicación de masas.

Finalmente, se destaca la necesidad de una mayor colaboración entre científicos, profesionales de la salud y periodistas para mejorar la calidad de la información difundida al público. Por otro lado, las lagunas y las limitaciones identificadas subrayan la necesidad de una investigación más inclusiva, diversificada y de alta calidad para fundamentar estrategias de comunicación eficaces sobre medicamentos y abordar de forma integral los retos sanitarios mundiales.

Retos del conocimiento actual sobre comunicación mediática de medicamentos

Basándonos en todo lo anterior, se pueden plantear los siguientes retos de manera resumida:

- *Falta de estudios en países de renta baja y en otros fuera de la cultura anglosajona.* La revisión destacó la creciente necesidad de analizar la comunicación pública de los medicamentos en los países de renta baja, ya que las leyes relativas a la publicidad rara vez se aplican en estos países debido a la falta de compromiso y de recursos por parte de los departamentos encargados de hacer cumplir la legislación vigente sobre información y publicidad de medicamentos. Por otro lado, es necesario potenciar estos análisis en países con otros idiomas distintos del inglés. La falta de estudios en países de renta baja y fuera de la esfera anglosajona representa una brecha crítica, dado que la diversidad en la aplicación de leyes publicitarias en estas naciones dificulta el acceso a datos valiosos. La urgencia de investigar la comunicación en países

con diferentes lenguas, como el francés o el español, subraya la necesidad de una perspectiva más diversificada y global en la investigación.

- *Análisis limitado en formatos periodísticos.* Otro desafío identificado es la limitación en los formatos periodísticos analizados, pues los periódicos se llevan la mayor atención. La expansión hacia otros medios, como la radio y el cine, es esencial para comprender completamente el impacto de la comunicación sobre medicamentos en la sociedad contemporánea.
- *Subrepresentación de determinados medicamentos y temas.* La revisión reveló que los productos más

analizados fueron las vacunas, en particular las del virus del papiloma humano y la gripe. Además, la subrepresentación de ciertos medicamentos señala la necesidad de explorar una variedad más amplia de fármacos y temas de salud.

Abordar estos retos implica una investigación más holística y diversificada que refleje la complejidad de la comunicación pública sobre medicamentos en la era actual. Solo mediante un enfoque integral se podrán desarrollar estrategias de comunicación más efectivas y equitativas, garantizando que la información sobre medicamentos llegue a diversas comunidades de manera eficaz y accesible.

Bibliografía

1. Catalán-Matamoros D, Peñafiel-Saiz C. The use of traditional media for public communication about medicines: a systematic review of characteristics and outcomes. *Health Commun.* 2019;34:415-23.
2. Catalán-Matamoros D. Communication and public health challenges in Europe. Specialised journalism, sources and media coverage in times of anti-vaccine lobby. [Tesis Doctoral]. Bilbao: Universidad del País Vasco: 2019.

3. Catalán-Matamoros D, Santamaría-Ochoa CD, Peñafiel-Saiz C. Message analyses about vaccines in the print press, television and radio: characteristics and gaps in previous research. *J Commun Healthc.* 2019;12:86-101.
4. Catalán-Matamoros D, Elías-Pérez C. Vaccine hesitancy in the age of coronavirus and fake news: analysis of journalistic sources in the Spanish quality press. *Int J Environ Res Public Health.* 2020;17:8136.
5. Langbecker A, Catalán-Matamoros D. In the era of disbeliefs and uncertainties: news coverage of vaccines in Portuguese newspapers. *Saúde E Soc.* 2021;30:e200929.
6. Catalán-Matamoros D. Periodismo en salud: análisis de los públicos, formatos y efectos. *Panacea.* 2015;16:217-24.
7. Catalán-Matamoros D, Peñafiel-Saiz C. Exploring the relationship between newspaper coverage of vaccines and childhood vaccination rates in Spain. *Hum Vaccin Immunother.* 2020;16:1055-61.
8. Povedano-Jiménez M, Catalán-Matamoros D, Granados-Gámez G. La comunicación de los profesionales sanitarios en cuidados paliativos. *Revista Española de Comunicación en Salud.* 2014;5:78-91.
9. Song H, Omori K, Kim J, Tenzek KE, Hawkins JM, Lin WY, et al. Trusting social media as a source of health information: online surveys comparing the United States, Korea, and Hong Kong. *J Med Internet Res.* 2016;18:e25.
10. Muula AS. Medical journals and authorship in low-income countries. *Croat Med J.* 2008;49:681-3.
11. Marusić A, Sambunjak D, Marusić M. Journal quality and visibility: is there a way out of the scientific periphery? *Prilozi.* 2006;27:151-61.
12. Mintzes B, Morgan S, Wright JM. Twelve years' experience with direct-to-consumer advertising of prescription drugs in Canada: a cautionary tale. *PLoS One.* 2009;4:e5699.
13. Mgbako OU, Ha YP, Ranard BL, Hypolite KA, Sellers AM, Nadkarni LD, et al. Defibrillation in the movies: a missed opportunity for public health education. *Resuscitation.* 2014;85:1795-8.
14. Meyer SB, Lu SK, Hoffman-Goetz L, Smale B, MacDougall H, Pearce AR. A content analysis of newspaper coverage of the seasonal flu vaccine in Ontario, Canada, October 2001 to March 2011. *J Health Commun.* 2016;21:1088-97.