

Suplemento de la **Revista Española de Comunicación en Salud**

**Resúmenes del 3er Congreso Internacional de Comunicación en Salud
19-20 Octubre 2017, Madrid, España**

Año 2017, Suplemento 2 – páginas S1 – S120

Introducción: Dentro de las múltiples formas de narrar historias, el cine es la que puede ofrecer la mayor posibilidad de combinación de recursos: imágenes, audio, fondo, tiempo, símbolos, lenguaje cotidiano y sensaciones-emociones de rechazo, identificación, evasión, recreación, cultura, información y, por ello, como objeto y herramienta de comunicación para fines específicos lo consideramos formidable. Para producciones sencillas, la disponibilidad de cámaras y otras herramientas tecnológicas no son ya limitantes. La creatividad, imaginación y conocimientos provenientes de disciplinas distantes pero afines pueden conjugarse para soluciones y propuestas concretas. **Objetivos:** Efectuar un enfoque interdisciplinario para la educación y comunicación en salud con la realización de un guión y cortometraje sobre un problema concreto de salud: la charlatanería. **Metodología:** Reuniones de planeación entre un médico especialista, una especialista en educación y una cineasta para crear y adaptar un guión a una situación concreta. Capacitación de residentes médicos para actuación en papeles de médico; pacientes 1,2,3, asistente y un distractor. La filmación fue en 2 días; se empleó cámara-video de mano y edición con programa de computadora. El “set” es un consultorio real. El guión se basa en hechos reales, nombres imaginarios y no hay transgresiones éticas. **Resultados:** Cortometraje de 10 minutos (edición final), con varias proyecciones a públicos no seleccionados en auditorios y recolección por encuesta y opinión directa de valoración del cortometraje proyectado. El cortometraje se ha utilizado como material docente a médicos en formación. También presentado a público general y reuniones académicas. **Conclusiones:** La interdisciplinaria es el mejor enfoque para problemas concretos

de baja o gran complejidad; la creatividad y utilización de herramientas tecnológicas digitales accesibles por costo son factibles. La disponibilidad de recursos económicos u otros no deben ser limitantes. El cine en la comunicación, educación y salud aún tienen un campo grande por penetrar.

Palabras clave: Cine; comunicación; salud; creatividad; educación.

Promoción de la salud y prevención de enfermedades

53

Impacto de la publicidad en los hábitos alimenticios en los niños

María Eugenia Reyes Pedraza (1), Janet García González (2), María Delia Tellez Castilla (3), México

1. Facultad de Contaduría Pública y Administración, Universidad Autónoma de Nuevo León, México. 2. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Nuevo León, México. 3.- Universidad del Valle de México, Campus Monterrey Norte, México. kenna.reyes@hotmail.com

Introducción: En México los niños presentan obesidad debido al sedentarismo y estilos de vida, es de vital importancia la transmisión de campañas publicitarias en este ramo, haciendo énfasis en crear conciencia en la comunidad de consumir alimentos saludables y realizar ejercicio o alguna actividad física continuamente, lo que ayudará al niño a mantener un cuerpo saludable, evitando en su adultez diabetes e hipertensión. **Objetivos:** El objetivo de la investigación es determinar el impacto de la publicidad en los hábitos alimenticios en niños. **Metodología:** Con una me-

metodología descriptiva – cuantitativa, los sujetos de estudio son niños y niñas de 9 a 12 años de edad. Se tomó como universo una escuela pública, de nivel básico, de Monterrey, Nuevo León, México. El tamaño de la muestra consta de 360 alumnos, del ciclo escolar 2014 – 2015, con una población total de 176. **Resultados:** Se percibe que la publicidad impacta en los hábitos alimenticios de los niños, al mostrar signos de ser persuadidos por las diversas marcas y comerciales de productos no saludables. Se demostró influencia por la publicidad de comida chatarra, toman decisiones erróneas en cuanto a los alimentos con alto valor nutricional. En la categoría de los medios masivos de comunicación, encontramos que el 94% de los niños respondieron que les gusta ver televisión, mientras que la frecuencia para verla es de 1 a 2 horas al día, de acuerdo al 76%. **Conclusión:** los medios cambian actitudes en el público, de manera que esto se aprecia en los prejuicios, los estereotipos, u otro tipo de problemas sociales como la obesidad.

Palabras clave: Impacto; publicidad; hábitos alimenticios; salud pública.

54

La medicina en los tiempos de Oliver Twist: Análisis de la obra de Dickens

Alfonso de la Quintana García (1,2), España

1. Departamento de Comunicación y Sociología, Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, España. 2. Profesor de Empresa Periodística, URJC, Madrid, España. 2. Doctor en Ciencias de la Información, Técnico en Prevención de Riesgos Laborales y Auditor. alfonso.delaquintana@urjc.es

Introducción: Una manera de estudiar la situación sanitaria en la historia de la humanidad es analizar los textos más representativos de la literatura. En muchos casos, como el de Charles Dickens, el propio autor denuncia la pésima situación, con un estilo literario tan delicado que la opinión pública toma conciencia del problema pero sin enfrentarse a las autoridades responsables. **Objetivos:** Estudiar el consumo del alcohol con supuestos fines terapéuticos durante el siglo XIX, algunas enfermedades y hasta la situación laboral de los médicos rurales. La metodología escogida ha sido un análisis cualitativo y cuantitativo de los textos en la obra de Oliver Twist, de Charles Dickens, que están relacionado con las cuestiones médicas. **Conclusiones:** El consumo de alcohol con fines terapéuticos en la mayoría de los tratamientos analizados eran erróneos, muchos de ellos creaban adicciones en los pacientes, siendo su único fin anular a la persona y fomentar el consumo en los menores para conseguir futuros consumidores. La aparición de enfermedades como el estrés laboral o el traumático y sus manifestaciones, así como que la atención primaria en la zona rural ya comenzaba a ser inadecuada, a pesar de todos los avances que trajo la revolución industrial.

Palabras clave: Dickens; mobbing; alcoholismo.

55

Representaciones de la corporalidad en la publicidad dirigida a las y los menores

Jesús Roberto Sánchez-Reina (1), Mónica Jiménez-Morales (1), Pilar Medina-Bravo (1), España

1. Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España. roberto.sanchez@upf.edu