



## LA FALTA DE TIEMPO PARA FORMACIÓN, PRINCIPAL OBSTÁCULO PARA UNA COMUNICACIÓN CLARA EN DIABETES

>> *Expertos de la comunicación destacan la función de las asociaciones de pacientes en formación específica sobre diabetes que reciben comunicadores y periodistas.*

>> *La Federación Española de Diabetes (FEDE) relanza la campaña 'Implica2 en diabetes', para fomentar la participación de pacientes con diabetes tipo 2 en entornos digitales.*

Madrid, 21 de marzo de 2024. La información sobre temas de salud interesa cada vez más a la población española. Las fuentes online, como medios digitales o redes sociales, son ampliamente utilizadas para obtener información acerca de **patologías crónicas como la diabetes**. De hecho, [una de las primeras 10 preguntas](#) sobre salud buscadas en la red se centra en esta patología. Por ello, para lograr que esta comunicación sea clara y precisa, diversos expertos coinciden en la necesidad de que los **periodistas y divulgadores reciban formación especializada por parte de organizaciones de pacientes y profesionales sanitarios**. Sin embargo, no siempre se dispone del tiempo y los recursos necesarios para ello. Esta ha sido la principal conclusión a la que han llegado los expertos **Paco Romero**, periodista especializado en salud y diabetes; **Mariana Martínez**, influencer y divulgadora sobre diabetes; y **María Rasal**, representante de la asociación de pacientes de Zaragoza, en el encuentro online '**Claves para la comunicación en diabetes**', organizado por la Federación Española de Diabetes (FEDE) en el contexto del lanzamiento de su campaña '**Implica2 en diabetes**', apoyada por Abbott.

*"En los medios de comunicación falta mucho tiempo, y no siempre es posible que todos los profesionales se formen en áreas tan especializadas", resume Paco Romero, para quien la falta de tiempo es el principal obstáculo que encuentran los periodistas a la hora de formarse en diabetes. Esta necesidad de intercambio de conocimiento entre pacientes y profesionales sanitarios, por un lado; y profesionales de la comunicación, por otro, se plantea como una necesidad vital en el campo de la diabetes, así como una clave para combatir bulos y fake news, especialmente perjudiciales para los pacientes con esta patología crónica.*



Según [un reciente estudio](#), estas noticias falsas, en especial las que hablan de curas milagrosas, son recurrentes en el contenido online sobre diabetes. Tanto los periodistas como las personas que se dedican a comunicar y divulgar sobre diabetes tienen el reto de contrastar los datos contribuyendo a mejorar la información que llega al paciente, teniendo en cuenta la gran cantidad de personas con diabetes que recurre a estos canales para informarse. En este sentido, Mariana Martínez comentó que *“Los bulos siempre van a estar ahí, pero la cuestión es si conseguimos que los pacientes se los crean o no”*.

También es fundamental para que, poco a poco, se vayan dejando atrás los “viejos vicios” en diabetes. Por ejemplo, la utilización de términos reduccionista como “diabéticos” para referirse a “personas con diabetes”, o utilizar imágenes que limiten la diabetes a pinchazos y tiras, creando un imaginario muy centrado exclusivamente en la diabetes tipo 1. En este sentido, María Rasal apuntó que *“estas formas están cambiando en general, pero también hay que entender que estos cambios son lentos. Por eso, desde las asociaciones hay que tener paciencia y entender esto como un proceso de formación continuado en el tiempo”*.

El webinar ‘Claves de la comunicación en diabetes’ se enmarca dentro de la campaña de FEDE ‘Implica2 en Diabetes’, que busca, con el apoyo de Abbott, **incrementar la participación de las personas con diabetes tipo 2 en entornos virtuales**, aumentando su empoderamiento y su sentido de comunidad.

#### Sobre FEDE

FEDE es la federación española de pacientes que cuenta con el mayor número de asociados en toda España. Es el **órgano representativo del colectivo de personas con diabetes que, a día de hoy, padecen cerca de 6.000.000 de personas**, para lo que cuenta con un total de 18 federaciones autonómicas y 123 asociaciones locales de personas con diabetes, distribuidas por todo el territorio nacional. Entre sus principales objetivos se encuentran defender los derechos de estas personas; contribuir al apoyo moral, físico y educativo del colectivo; fomentar y apoyar la educación diabetológica; promover la mejora de la asistencia sanitaria; prevenir, intervenir y detectar precozmente la diabetes, e impulsar y desarrollar el interés y el desarrollo de la investigación. Para más información: <http://www.fedesp.es>

## NOTA DE PRENSA

---



### **Contacto de prensa:**

Celia Márquez Coello

[comunicacionyprensa@fedesp.es](mailto:comunicacionyprensa@fedesp.es)

91 690 88 40