

Presentació

Enguany, des de *Quaderns del CAC* avancem la nostra data de publicació anual al mes de febrer amb un número monogràfic dedicat a la recerca sobre les interseccions entre la **comunicació**, la **salut** i el **benestar**. Un tema sobre el que sempre cal parar atenció, i no només quan es produeixen crisis sanitàries mundials com la provocada per la pandèmia de Covid-19. De fet, la salut, i molt especialment la salut mental, és cada cop més habitual als debats públics mediàtics, relacionada amb temes com l'alimentació, els estils de vida, la vellesa, les addiccions tecnològiques... Alhora, la transformació constant de l'ecosistema comunicatiu, en gran mesura com a conseqüència de la irrupció dels nous mitjans socials digitals i els avenços tecnològics, fa molt necessària la recerca i la reflexió sobre les característiques i els potencials efectes de les relacions socials digitals entorn de la salut i el benestar.

Els dos primers articles de la **secció monogràfica** s'ocupen, en particular, de la salut mental dels i les adolescents. Per una banda, "Adolescència i salut mental: de la representació mediàtica a la prevenció de l'estigma a les aules" presenta els resultats d'una anàlisi de la literatura acadèmica sobre la representació de la salut mental durant l'adolescència en els discursos difosos per mitjà de la ficció audiovisual, les peces informatives i els continguts publicats a les xarxes socials. L'article remarca la importància de l'educació mediàtica digital i la formació del professorat davant dels potencials efectes negatius d'aquests discursos, especialment pel que fa als trastorns mentals i entre les dones. Amb contribucions especialitzades des de diferents perspectives i àmbits d'expertesa, el signen: **Clara Virós-Martín** (Universitat Pompeu Fabra), **Mònika Jiménez-Morales** (Universitat Pompeu Fabra), **Mireia Montaña-Blasco** (Universitat Oberta de Catalunya), **Eva Bretones Peregrina** (Universitat Oberta de Catalunya), **Joanna Empain** (Universitat Autònoma de Barcelona), **María-José Establés** (Universidad de Castilla-La Mancha), **Ana Freire** (Universitat Pompeu Fabra Barcelona School of Management), **Lorena Gómez-Puertas** (Universitat Pompeu Fabra), **Olga Jordana Ovejero** (Universitat Autònoma de Barcelona), **Marta Lopera-Mármol** (Universidad Carlos III de Madrid), **Lara Martín-Vicario** (Universitat Internacional de Catalunya), **Leila Mohammadi** (Universitat Autònoma de Barcelona), **Segundo Moyano Mangas** (Universitat Oberta de Catalunya), **Ricard Parrilla Guix** (Salzburg University of Applied Sciences), **J. Roberto Sánchez-Reina** (Centro de Investigación Rizoma Redes), **Paloma Sanz-Marcos** (Universidad de Cádiz) i **Jordi Solé-Blanch** (Universitat Oberta de Catalunya).

Per altra banda, **Raquel Moraleda-Esteban i Esther Martínez-Pastor**, de la Universidad Rey Juan Carlos, presenten "Autolesions, adolescents i salut mental a les xarxes socials i a l'entorn familiar: perspectiva dels professionals de la salut". Basant-se en entrevistes amb persones expertes en els àmbits sanitaris i del treball i l'educació social, les autores ens apropen als efectes perjudicials de les xarxes socials en el desenvolupament d'autolesions no suïcides en l'adolescència. A més, aporten informació sobre el decisiu rol de la família en el procés de socialització i el benestar emocional dels i les adolescents.

En un monogràfic sobre comunicació i salut publicat pocs anys després de la pandèmia de coronavirus, no podem obviar les contribucions relatives a la comunicació mediàtica d'aquell moment. D'això s'ocupen els dos articles següents d'aquest monogràfic. "El coronavirus a la televisió espanyola en obert durant el confinament", de **Sandra Martínez Costa**, **Teresa Nozal Cantarero**, **Antonio Sanjuán Pérez** i **José Juan Videla Rodríguez** de la Universidade da Coruña, presenta els resultats d'un estudi sobre el contingut emès per quatre canals de televisió espanyols (La 1, Antena 3 TV, Telecinco i La Sexta) durant el confinament del 13 de març a l'11 de maig del 2020. A banda, **María Monjas Elela i Miguel Lobato Rodríguez** (Universidad de Valladolid) presenten l'article "Salut i infoentreteniment. Anàlisi dels monòlegs de Pablo Motos a *El Hormiguero 3.0: Quédate en casa*". El seu estudi recull els resultats d'una anàlisi de contingut d'onze discursos del presentador d'aquest programa de televisió, valorant el seu rigor i la seva rellevància informativa i social en termes no tan sols sanitaris sinó també polítics.

Tancant aquest monogràfic, l'article de **Carolina Sáez-Linero**, de la Universitat Pompeu Fabra, dirigeix la nostra atenció cap a una qüestió de màxima rellevància i actualitat: l'ús de noves tecnologies digitals basades en el processament de dades per dirigir, de manera personalitzada, els anuncis publicitaris sobre productes perjudicials per a la salut. L'estudi discuteix els efectes d'aquest tipus de segmentació publicitària, particularment greus per a les persones i grups socials amb condicions més desfavorables. Mitjançant una revisió de la literatura especialitzada, l'article "Desigualtats en salut i publicitat personalitzada: un camí cap a l'equitat?" revela que aquestes noves tècniques poden perpetuar estereotips i

comportaments poc saludables entre les persones més vulnerables i, amb això, provocar un augment de les desigualtats socials. Per un altre costat, identifica potencials beneficis d'aquestes tècniques publicitàries de personalització, si es dediquen a dirigir missatges que generin una intervenció positiva i enfocada en l'equitat en termes de salut i benestar.

Finalment, en aquest número 51 comptem amb una contribució en la **secció miscel·lània** escrita per **Àlex López Alcalde i Aida Martori Muntsant**, de la Universitat Autònoma de Barcelona, titulada "Noves dinàmiques d'externalització de la producció a la CCMA davant la digitalització". En un context de creixent digitalització i *plataformització* dels mitjans, l'article analitza el model d'externalització de la producció de continguts en format vídeo de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), emesos en televisió o a través de la plataforma digital 3Cat. El període temporal engloba la dècada situada entre els anys 2013 i 2023, amb especial atenció als continguts generats entre març de 2022 i desembre de 2023. Els resultats revelen, entre d'altres, que la inversió en producció externa ha augmentat i que els continguts més encarregats a productores externes, majoritàriament catalanes, són els d'entreteniment i cultura, així com els continguts de mitjans digitals (categoria inclosa el 2023, amb un 100% de producció externa). Davant aquesta nova situació, els autors argumenten que cal actualitzar la norma reguladora del procediment de selecció i contractació de continguts audiovisuals per als mitjans de comunicació de la CCMA.

Amparo Huertas Bailén i Sara Suárez Gonzalo
Directores