

El nuevo reto en salud no es solo científico: es comunicacional



María Paz Belmar Castro
 Vicedecana de la Facultad de
 Administración y Negocios
 Universidad Autónoma de Chile,
 sede Temuco

Durante años hemos asociado la innovación en salud con laboratorios, investigación, inversión, regulación y tecnología. Todo eso es necesario. Pero hay una dimensión igual de importante y menos visible: la comunicación. Porque en salud, comunicar no es simplemente informar. Es construir confianza.

Chile es hoy un país hiperconectado. A fines de 2025 había 18,8 millones de usuarios de internet en el país, con una penetración de 94,5%, y 16,2 millones de identidades activas en redes sociales, equivalentes al 81,7% de la población. Esto significa que la conversación sobre salud ya no ocurre solo en hospitales, universidades, centros de investigación o ministerios. También ocurre en redes sociales, buscadores, grupos de WhatsApp, podcasts, videos breves y comunidades digitales.

¿Entonces? No basta con publicar comunicados, difundir campañas o entregar información técnica. Las personas queremos entender, saber por qué una decisión se toma, qué evidencia la respalda, qué beneficios tiene, qué límites reconoce y cómo se protegen sus derechos. En especial cuando hablamos de salud, datos personales, inteligencia artificial (IA) o biotecnología.

El problema es que esa conversación ocurre en un ecosistema informativo frágil. El Digital News Report 2025 del Reuters Institute muestra que en Chile la confianza general en las noticias llega solo al 36%, aunque aumentó cuatro puntos respecto del año anterior. El mismo informe señala que WhatsApp es usado por el 70% de las personas para cualquier propósito y por el 26% para noticias. Esto debiera preocuparnos. No porque las plataformas sean negativas en sí mismas, sino porque buena parte de la información sensible circula hoy en espacios privados, fragmentados y difíciles de verificar.

Cuando las instituciones no explican a tiempo, otros

relatos ocupan ese vacío. Cuando la ciencia habla en un lenguaje lejano, aparece la sospecha. Cuando la autoridad comunica solo desde la urgencia, se debilita el vínculo. Y cuando la innovación se presenta únicamente como promesa, sin explicar sus riesgos, límites o responsabilidades, la ciudadanía puede percibir distancia, opacidad o incluso amenaza.

Por eso, la comunicación sanitaria no puede ser un accesorio posterior a la innovación: debe estar incorporada desde el inicio. Desde el diseño de una política pública, la creación de una tecnología, la validación de un desarrollo biotecnológico y la forma en que se escuchan las preocupaciones de las personas.

La confianza se sostiene en la claridad, la coherencia y la capacidad de hacerse cargo. También en algo muy simple, pero muchas veces olvidado: comunicar pensando en quien recibe el mensaje, no solo en quien lo emite.

Chile necesita avanzar en salud digital, IA, biotecnología e investigación aplicada. Pero también necesita una nueva cultura comunicacional para acompañar esos avances: más transparente, más pedagógica, más dialogante y más humana.

La verdadera innovación no es solo la que llega primero ni la que parece más disruptiva. Es la que logra mejorar la vida de las personas sin alejarlas del proceso. La que explica, escucha y responde. Pero, sobre todo, la que entiende que la confianza no es un valor blando, sino parte de la infraestructura crítica de la salud.