

Universitat Autònoma de Barcelona

Departamento de Medios, Comunicación y Cultura

Programa de Doctorado en Comunicación y Periodismo

Trabajo de Investigación:

El cáncer de mama en la prensa española

*La cobertura informativa del cáncer de mama en ABC, El País,
El Mundo, La Vanguardia y El Periódico de Catalunya, de 2006 a 2010.*

Autora: Luciana Dias de Moraes

Directora: Dra. María Dolores Montero Sánchez

Junio/2013

Sumario

SUMARIO.....	2
INTRODUCCIÓN.....	4
CAPÍTULO 1: ESCRIBIR SOBRE CIENCIA.....	8
1.1. EL PERIODISMO CIENTÍFICO	9
1.2. DESAFÍOS DEL PERIODISMO CIENTÍFICO	11
1.2.1. <i>El espacio y la ubicación</i>	11
1.2.2. <i>Las fuentes</i>	13
1.2.3. <i>El lenguaje</i>	17
1.3. LA IMPORTANCIA DEL PERIODISMO CIENTÍFICO	19
CAPÍTULO 2: ESCRIBIR SOBRE SALUD	22
2.1. PERIODISMO SANITARIO Y PERIODISMO CIENTÍFICO	23
2.2. PERIODISMO SANITARIO E INFORMACIÓN SANITARIA.....	25
2.3. DESAFÍOS DEL PERIODISMO SANITARIO.....	27
2.3.1. <i>El espacio y la ubicación</i>	27
2.3.2. <i>Las fuentes</i>	29
2.3.3. <i>El lenguaje</i>	33
2.4. DISFUNCIONES DEL PERIODISMO SANITARIO.....	34
2.4.1. <i>Sensacionalismo</i>	35
2.4.2. <i>Falsas expectativas</i>	38
2.4.3. <i>Publicidad encubierta</i>	39
2.4.4. <i>Exceso de confianza en las fuentes</i>	41
2.5. ACCIONES PARA UN PERIODISMO SANITARIO DE CALIDAD	42
2.6. LA IMPORTANCIA DEL PERIODISMO SANITARIO	45
CAPÍTULO 3: ESCRIBIR SOBRE CÁNCER.....	48
3.1. LOS ESTUDIOS SOBRE EL TRATAMIENTO INFORMATIVO DEL CÁNCER.....	49
3.1.1. <i>Evolución de la investigación sobre la cobertura informativa del cáncer en el estado español</i>	51
3.1.2. <i>Evolución de la investigación sobre la cobertura informativa del cáncer en Estados Unidos</i>	60
3.1.3. <i>Evolución de la investigación sobre la cobertura informativa del cáncer en otros países (Brasil)</i>	68
3.2. EL PERFIL DEL TRATAMIENTO INFORMATIVO DEL CÁNCER	73
CAPÍTULO 4. ESCRIBIR SOBRE CÁNCER DE MAMA.....	78
4.1. LOS ESTUDIOS SOBRE EL TRATAMIENTO INFORMATIVO DEL CÁNCER DE MAMA	79
4.1.1. <i>La cobertura informativa general del cáncer de mama</i>	80
4.1.2. <i>Aspectos particulares de la cobertura informativa del cáncer de mama</i>	102
4.1.3. <i>Efectos de la cobertura informativa del cáncer de mama</i>	124
4.1.4. <i>Diferencias entre la comunicación primaria y secundaria sobre el cáncer de mama</i>	128
4.1.5. <i>Una publicación especializada en cáncer de mama</i>	131
4.2. EL PERFIL DEL TRATAMIENTO INFORMATIVO DEL CÁNCER DE MAMA	133
CAPÍTULO 5: METODOLOGÍA	135
CAPÍTULO 6: LA INFORMACIÓN SOBRE CÁNCER DE MAMA EN ESPAÑA.....	143
6.1. LA AUTORÍA DE LA INFORMACIÓN	143
6.2. LAS RUTINAS DEL TRABAJO PERIODÍSTICO.....	149
6.3. CÓMO SE HABLA SOBRE EL CÁNCER DE MAMA: GÉNERO, FUENTES Y TEMAS	159
CAPÍTULO 7. CONCLUSIÓN.....	172
BIBLIOGRAFÍA	180
APÉNDICE 1: TITULARES DE LA MUESTRA ANALIZADA	194

APÉNDICE 2: LIBRO DE CÓDIGOS DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO	202
APÉNDICE 3: FICHA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO.....	206
APÉNDICE 4: TEXTOS SOBRE UN MISMO TEMA PUBLICADOS EN UN MISMO DÍA	210

Introducción

Los medios de comunicación tienen un papel muy importante en la divulgación de la información sobre la salud. Una noticia sobre un nuevo tratamiento para el cáncer será leída por millares de personas afectadas por esta enfermedad, sean pacientes o familiares y amigos de los mismos. Todo periodista debería ser consciente de que cuando publica una recomendación médica o divulga un estudio científico sobre una enfermedad, su audiencia podrá tomar decisiones sobre su salud con base en ello. Así, por ejemplo, se ha comprobado que, en el caso del cáncer de mama, la cobertura informativa de los medios afecta a la decisión de las mujeres de realizarse una mamografía (Yanovitzky y Blitz 2000, Chapman *et al* 2005).

La intención de este trabajo es precisamente analizar la cobertura informativa sobre esta enfermedad. Cada año aproximadamente veintidós mil mujeres reciben el diagnóstico de cáncer de mama en España. Según datos de la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC)¹, la mayoría de los casos aparecen entre los 35 y los 80 años, especialmente en la franja de los 45 y los 65.

En relación a la incidencia del cáncer de mama, los datos de la AECC indican que aumenta con el nivel económico. Así, mientras la tasa mundial es de 37,4 casos/100.000 habitantes/año, en la Europa del Norte llega a 82,5 casos/100.000 h/año y en América del Norte es de 99,4 casos/100.000 h/año. La tasa de incidencia española es de 50,9 casos/100.000 h/año, aunque tal distribución varía bastante según la comunidad autónoma y Cataluña tiene una tasa de incidencia de 83,9 casos/100.000 h/año.

También según datos de la AECC, “las posibilidades de curación de los cánceres de mama que se detectan en su etapa inicial son prácticamente del 100%”. De ahí la suprema importancia de la detección precoz y la necesidad de que las mujeres estén informadas sobre la importancia de hacerse una mamografía. Según un estudio de la *University of Pennsylvania* (Yanovitzky y Blitz 2000), aunque la recomendación médica tenga un papel clave en esta decisión, la cobertura de los medios de

¹ Informaciones disponibles en la página web de la Asociación (<https://www.aecc.es/SOBREELCANCER/CANCERPORLOCALIZACION/CANCERMAMA/Paginas/incidencia.a.spx>) Última consulta realizada el 10 de marzo de 2013.

comunicación sobre este tipo de radiografía contribuye de manera significativa en la concienciación de las mujeres.

De acuerdo con este estudio, la cobertura de los medios de comunicación parece ser particularmente importante para aquellas mujeres que no suelen visitar regularmente al médico o que no tienen acceso a ellos. Pese a las diferencias entre el sistema sanitario del estado español y de Estados Unidos (donde la sanidad es mayoritariamente privada), también en nuestra sociedad la información periodística puede influir positivamente sobre el comportamiento preventivo de las mujeres ante el cáncer de mama y otras enfermedades.

Varios estudios indican que el cáncer de mama es, con diferencia, el tipo de cáncer con más cobertura en los medios de comunicación en estados tan distintos como España, Estados Unidos o Brasil (De Semir *et al* 2012; Slater *et al* 2008; Jurberg y Macchiute 2006). La visibilidad de la información sobre el cáncer de mama en los medios de comunicación ha motivado diversas investigaciones, tanto en el área de la comunicación como en la medicina. En los últimos años han sido publicados muchos estudios sobre aspectos de la cobertura informativa del cáncer de mama en Estados Unidos, Australia, Canadá y Brasil. Curiosamente, en España es posible encontrar estudios importantes sobre la cobertura informativa del cáncer en general, pero la investigación sobre el cáncer de mama en los medios de comunicación es todavía un área a ser explorada.

El objetivo de este trabajo es analizar la cobertura informativa sobre el cáncer de mama en los diarios de referencia del estado español. Se han seleccionado los cinco periódicos de mayor difusión en la última década²: “El País”, “El Mundo”, “ABC”, “La Vanguardia” y “El Periódico de Catalunya”. Se trata de poner de manifiesto los rasgos principales de este tipo de noticias en un período de cinco años, tiempo suficiente para la verificación de las características de la información sin el riesgo de que esté afectada por hechos noticiosos puntuales.

Se han seleccionado las piezas informativas publicadas entre 2006 y 2010, en los diarios anteriormente mencionados, por tratarse de un período en que ocurrieron diversos hechos relevantes relacionados a la enfermedad. Entre ellos, los más importantes, la

² Según datos de la OJD.

discusión sobre la edad recomendada para la realización de mamografías gratuitas por el sistema sanitario y los sucesivos avances anunciados por Joan Massagué en la investigación de la metástasis del cáncer de mama. Por la proximidad de la información, y la relevancia de los hechos, se puede decir que fueron decisivos en la producción de informaciones en torno al hecho que nos ocupa.

Se ha optado por analizar los periódicos de referencia porque alcanzan a una audiencia más amplia y diversificada y, además, porque a priori su impacto puede ser más duradero. Así, se ha optado por la prensa diaria y no por las revistas femeninas en el ámbito de la prensa por considerar que su influencia en el ámbito de la información sanitaria es mayor. Igualmente, en comparación con la televisión, se ha partido del presupuesto que la información de los periódicos puede ser más fácilmente guardada y compartida durante un período temporal más amplio desde su publicación.

El conocimiento estructurado de las principales características de la cobertura sobre el cáncer de mama en este período será útil para consolidar las buenas prácticas y corregir las malas, y profundizar en la calidad de la información sobre esta enfermedad. Una información de calidad sobre el cáncer de mama puede ayudar a miles de mujeres a prevenir y a detectar precozmente esta enfermedad, mejorando su pronóstico y su calidad de vida.

La metodología utilizada es el análisis de contenido, por su carácter sistemático, objetivo y cuantitativo. Se trata de una técnica adecuada para describir de manera general la estructura de las noticias y temas en torno al cáncer de mama. El diseño de la investigación se ha realizado teniendo en cuenta cinco aspectos de la cobertura informativa de esta enfermedad: (a) la autoría de la información, (b) las rutinas periodísticas (cuándo se publica y dónde), (c) el género informativo, (d) sus principales fuentes y (e) los temas elegidos.

En el Capítulo 1 se hablará sobre el concepto de Periodismo Científico y sus principales dificultades, relacionadas especialmente el espacio y la ubicación de la información en el periódico, el contacto con fuentes altamente especializadas y la reducción de la distancia que separa el lenguaje científico de sus lectores. En el Capítulo 2 se abordará el Periodismo Sanitario, su proceso de “independización” del Periodismo Científico, sus

principales retos y disfunciones más comunes. En el Capítulo 3 se tratará la evolución en la investigación sobre el tratamiento informativo del cáncer en el estado español, en Estados Unidos y en Brasil. Y en el Capítulo 4 se profundizará específicamente la investigación sobre el tratamiento informativo del cáncer de mama y los temas que sobresalen en este campo. En el Capítulo 5 se explicará en profundidad la metodología del estudio. Finalmente, en el Capítulo 6 se presentarán los resultados del análisis y en el Capítulo 7 se expondrán las conclusiones.

Capítulo 1: Escribir sobre ciencia

El fundador de la Asociación Española de Periodismo Científico, Manuel Calvo Hernando, escribió una vez, sobre la importancia de esta especialidad:

“Si la ciencia y la tecnología tienen una influencia creciente y decisiva en nuestra vida cotidiana, y si los medios de comunicación deben reflejar e informar sobre esta vida cotidiana, parece que la conclusión es clara: el Periodismo Científico está llamado a ser una de las estrellas informativas del milenio en el que acabamos de entrar, una de las especialidades más cargadas de contenido y... de emoción, porque comunica a todos los descubrimientos que están cambiando las vidas y la estructura social de una parte de la humanidad.” (Calvo Hernando 2001).

A pesar de la fuerza de este silogismo, la realidad española es un poco distinta. A la población no le parece interesar la información científica y a los periódicos, tampoco. De los cinco diarios de información general más vendidos en España, solamente uno, “El Mundo”, mantiene una página diaria con información científica. Y actualmente ninguno de ellos publica secciones semanales o suplementos mensuales dedicados a este tema.³

La Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT), una institución pública dependiente del Ministerio de Economía y Competitividad, realiza cada dos años una encuesta para evaluar la percepción de la sociedad española en relación a la ciencia y la tecnología.⁴

En la primera pregunta de esta pesquisa, se pide al entrevistado que diga tres temas informativos que le interesen. “Ciencia y Tecnología” nunca ha llegado a estar siquiera entre los 10 más mencionados. Cuando se preguntan los motivos del poco interés hacia los temas científicos, una parte importante de los entrevistados afirma no entenderlos.

³ El diario “ABC” mantuvo una sección diaria sobre ciencia entre octubre de 2006 y noviembre de 2008, mientras “El País” creó un suplemento semanal sobre ciencia – denominado “Futuro” – en los años 1980, que más tarde se convirtió en una página semanal dedicada al tema, desaparecida en junio de 2010. “La Vanguardia” y “El Periódico” también han tenido suplementos científicos, que desaparecieron en los años 1990. La sección diaria sobre ciencia de “El Mundo” fue creada en 2002.

⁴ La FECYT ha empezado a realizar esta encuesta en 2002. En la página web de la institución (<http://www.fecyt.es>) es posible acceder a todos los informes, siendo el último referente al sondeo realizado en 2010. La última consultada a la página web de la FECYT fue realizada en 19 de marzo de 2012.

Esta dificultad en la comprensión de las noticias científicas puede tener diversas causas. Por un lado, puede estar relacionada a una cierta resistencia por parte del lector en relación a las noticias sobre ciencia, sea por la poca familiaridad con el tema, por la creencia de que la ciencia es “aburrida” y difícil, o por la convicción de que tal clase de noticia no guarda relación con su vida cotidiana. Pero por otro lado, esta dificultad de comprensión también puede estar relacionada a problemas del mensaje periodístico propiamente dicho, sea por presentar un lenguaje inaccesible, por tener un formato poco atractivo, o un enfoque que aleje el contenido de los intereses de los lectores.

Aunque muy interesante, la discusión sobre cómo los lectores perciben y asimilan las noticias científicas no es parte de este trabajo de investigación. El objetivo de este estudio está más directamente relacionado a las características del mensaje periodístico, puesto que la propuesta principal es analizar la cobertura informativa de las noticias sobre cáncer de mama. Pero antes de analizar la cobertura de esta enfermedad en particular, de tratar de la cobertura del cáncer o hablar sobre la información sanitaria, habrá que discutir algunas particularidades del Periodismo Científico.

En este primer capítulo se presentará el concepto de Periodismo Científico, se discutirán las principales dificultades de su rutina de producción y la importancia de esta especialización para la sociedad en general.

1.1. El Periodismo Científico

Hay muchas definiciones posibles para el Periodismo Científico. Los profesores Paul Bromberg y José Granés, de la Universidad Nacional de Colombia, definen así el Periodismo Científico:

“Se trata de una actividad que selecciona, reorienta, adapta, refunde un conocimiento científico, producido en el contexto particular de ciertas comunidades científicas con el fin de que tal conocimiento, así transformado, pueda ser apropiado dentro de un contexto distinto y con propósitos diferentes, por una determinada comunidad cultural.”
(citado en Calvo Hernando 1997, p.17)

También con un énfasis en la apropiación cultural del conocimiento científico por el público en general, la profesora Marisa Avogadro afirma que esta especialidad periodística “establece un puente de unión entre los productores del conocimiento científico y el público en general, en una labor informativa y educativa, con el propósito de ayudar a los individuos a mejorar su relación en el entorno que los rodea.” (Avogadro 2002)

Manuel Calvo Hernando, escritor y periodista con más de 50 años dedicados a la divulgación científica, define el Periodismo Científico, de manera muy clara y concisa, como “una especialización informativa que consiste en divulgar la Ciencia y Tecnología través de los medios de comunicación de masas” (Calvo Hernando 1997, p. 16).

En una definición un poco más formal desde el punto de vista académico, el periodista brasileño y profesor de la *Escola de Comunicações e Artes* de la *Universidade de São Paulo*, Wilson da Costa Bueno, define esta especialidad como “un proceso social que se articula a partir de la relación entre organizaciones formales (editoras, emisoras) y la colectividad (público, receptores), a través de canales de difusión (diario, revista, radio, televisión, cine), que aseguran la transmisión de informaciones (actuales) de naturaleza científica y tecnológica, en función de intereses y expectativas (universos culturales o ideológicos).” (Citado en Calvo Hernando 1997, p. 16).⁵

El concepto de Ciencia es muy amplio, pero en el caso específico del Periodismo, se consideran noticias científicas aquellas relacionadas a las ciencias exactas y naturales. Se entiende que las ciencias humanas y sociales son temas de otras especialidades periodísticas (como el Periodismo Económico o el Periodismo Cultural, por ejemplo). Según la versión online del diccionario de la lengua española de la Real Academia Española (<http://www.rae.es/rae.html>), las ciencias exactas son aquellas relacionadas a las matemáticas, mientras las ciencias naturales son aquellas que “tienen por objeto el estudio de la naturaleza, como la geología, la botánica, la zoología, etc. A veces se incluyen la física, la química, etc.”. También son temas del Periodismo Científico diversas áreas del conocimiento consideradas aplicaciones de las ciencias exactas y naturales como la ingeniería y la medicina, por ejemplo.

⁵ A esta definición, de los años 1990, habría que añadir Internet como uno canal de difusión más.

1.2. Desafíos del Periodismo Científico

La prensa diaria de pago es uno de los principales medios de comunicación utilizados por la población para informarse sobre temas de ciencia y tecnología⁶. Para entender la cobertura científica de algunos de los principales periódicos españoles (más específicamente la cobertura informativa sobre el cáncer de mama), se empezará por hablar sobre el proceso de producción de este tipo de noticia. En este primer capítulo se discutirán algunas de las dificultades encontradas por los periodistas científicos antes de ver publicada su noticia en el diario.

En la redacción de un diario nacional, los reporteros, no importa a cual tema se dediquen, tienen preocupaciones comunes, como la presentación de una propuesta de noticia al jefe de su sección (o la recepción de una propuesta, según el caso), la búsqueda y contacto con las fuentes, la redacción del texto, la selección de imágenes o ilustraciones, todo esto bajo la constante presión del tiempo, para culminar, al final de la jornada, en la negociación o adaptación al espacio que le fue asignado.

En este proceso de producción del diario, el periodista científico se enfrenta a algunas dificultades características de su área de especialización a la vez de negociar la inclusión de una noticia, de contactar fuentes altamente especializadas y de reducir la distancia que separa tal lenguaje de la de sus lectores. A continuación se discutirán algunos de estos desafíos.

1.2.1. El espacio y la ubicación

La mayoría de las noticias sobre ciencia y tecnología pueden aparecer publicadas en los periódicos de tres maneras distintas: en una sección de contenidos general, en un

⁶ Según la encuesta FECYT de 2004, la Televisión era el medio de comunicación preferido para obtener información sobre temas de ciencia y tecnología (mencionada en 62% del total de respuestas), siendo seguida por la Prensa diaria de pago (33%), la Radio (32%) e Internet (22%). En 2006, este orden se mantuvo. En la encuesta de 2008, Internet (36%) superó a la Prensa diaria de pago (34%), mientras la Televisión (80%) se mantuvo en primer lugar y la Radio (34%) en la cuarta posición. Y según la última encuesta, referente a 2010, el ranking ahora es el siguiente: Televisión (77%), Internet (53%), Radio (36%) y Prensa diaria de pago (32%). El dominio de la Televisión no es una sorpresa, como tampoco lo es el avance de Internet. Ya la pequeña ventaja de la Radio sobre la Prensa diaria de pago en la encuesta de 2010 podría ser explicada, por lo menos en parte, por la coyuntura económica – la radio es prácticamente gratuita, mientras por la prensa hay que pagar.

suplemento especializado (de frecuencia semanal, quincenal o mensual), o más raramente, en una sección diaria dedicada exclusivamente al tema.

La primera situación es la más frecuente. Prácticamente todos los periódicos cuentan con una sección interdisciplinaria, muchas veces denominada “Sociedad”, donde conviven todas aquellas noticias relacionadas a temas que no poseen una sección o espacio propio. En este espacio, los periodistas que escriben sobre ciencia compiten con aquellos que se dedican a escribir sobre sucesos, educación, religión, tribunales, inmigración, de entre otros temas. Esta situación, de gran competitividad, acaba por determinar algunas de las características de las noticias científicas publicadas allí, como explica el profesor de la *Universitat Pompeu Fabra*, Vladimir de Semir:

“Es obvio que el periodista científico o médico debe buscar noticias cuyos titulares interesen no sólo al posible lector (que constituye el objetivo central de cualquier periodista), sino también a los colegas de su sección y a la persona que decidirá tanto si se publica su narración como dónde debe ubicarse dentro del periódico. Así, resultan especialmente apreciadas las noticias sobre bacterias asesinas, virus exterminadores y tratamientos milagrosos dado que deben competir con asesinatos, violaciones, catástrofes ecológicas y declaraciones de personas famosas como la princesa Diana. Incluso en los diarios más serios los periodistas científicos y médicos persiguen un estilo espectacularista (que no debe confundirse con el sensacionalismo vulgar) con objetivo de que sus noticias puedan ir apareciendo diariamente.” (De Semir 1997, p.18)

Cuando el periódico dispone de un suplemento semanal o quincenal sobre ciencia, los problemas pueden ser de otra orden. No se disputa espacio con otras especialidades, pero muchas veces no se puede escribir sobre la noticia el mismo día en que otros periódicos la van a divulgar, sino que habrá que esperar a que llegue el “día de la ciencia”, como explica el profesor de la Universidad Carlos III de Madrid, Carlos Elías Pérez:

“Los suplementos científicos pueden tener el riesgo de suponer un gueto en el cual se publican las informaciones sobre ciencia, impidiendo que éstas aparezcan el día en el que son noticia. En nuestro periodo de estudio hemos comprobado que el 78.6 por ciento de las noticias sobre ciencia de El País y el 77 por ciento de las de El Mundo se publicaron en sus suplementos respectivos.” (Elías Pérez 2000, p. 369).

Aunque se traten de pocas páginas (1 o 2), la opción de una sección diaria parece ser la más favorable a la divulgación de la ciencia y la tecnología. Un espacio garantizado a diario permite al periodista científico conferir una cierta continuidad a determinados temas, además de generar una cobertura más balanceada de las descubiertas científicas, las políticas de desarrollo científico, de entre otros asuntos de interés, como comenta Carlos Elías Pérez:

“Es necesario, al igual que sucede con la política, la economía o la cultura, informar sobre comisiones parlamentarias, desarrollo de congresos científicos o debates en el Senado o en el Congreso de los Diputados sobre temas relacionados con la ciencia. Si se relega la información a los suplementos, estos temas no podrían ser publicados, porque normalmente pierden interés si no aparecen el día en el que ocurren.” (Elías Pérez 2008, p. 199).

Actualmente, la situación de los cinco periódicos de información general más leídos en España en relación a la ubicación de las noticias científicas es la siguiente: “El Mundo” es el único que mantiene una sección diaria titulada “Ciencia”, los demás publican sus piezas informativas sobre ciencia en la sección “Sociedad” (denominada “Tendencias” en el caso de “La Vanguardia”). Merece la pena destacar que “El Periódico de Catalunya” reserva semanalmente – todos los lunes – una página entera a los temas científicos (también publicada en “Sociedad” - no se trata de una sección específica). En el pasado, “ABC” ha publicado una sección diaria llamada “Ciencia y Futuro” (entre octubre de 2006 y noviembre de 2008) y “El País” mantuvo una página semanal, publicada los miércoles, denominada “Futuro” (que perduró hasta junio de 2010).

1.2.2. Las fuentes

Además de negociar y conquistar un espacio en el diario, el periodista científico también tiene que preocuparse con sus fuentes. La periodista especializada en información científica Patricia Matey considera que “disponer de fuentes serias, fiables y plurales, al alcance de la mano, es indispensable para todo profesional” y que las fuentes son “un problema en el periodismo general, que se acentúa más en el científico” (Matey 2005, p. 87). En esta sección, destacaremos tres problemas muy frecuentes en la interacción entre los periodistas de esta área y su principal fuente, los científicos.

Normalmente, la escasez de tiempo reduce la cantidad de fuentes a las que puede acudir un reportero. Pero en el caso del Periodismo Científico, el elevado grado de especialización de los temas y algunas características propias de la comunidad científica también constituyen factores limitadores. Imagine el caso de un trabajo que acaba de ser publicado en una revista como *Science* o *Nature*. Después de leer el trabajo y el material preparado por el gabinete de comunicación de la revista, el periodista debe intentar hablar con los responsables del estudio. Esta tarea ya es por sí misma un desafío, puesto que los autores del estudio no siempre están disponibles para hablar con todos los periodistas de diferentes partes del mundo interesados en los resultados de la investigación. En el caso de éxito, lo más probable es que sea la única fuente de la noticia. Esto ocurre porque encontrar algún otro científico de la misma área de conocimiento, que haya leído el trabajo y que esté dispuesto a hablar sobre él, brindando a los lectores una segunda opinión (exenta a los posibles intereses del estudio), constituye una tarea de las más difíciles.

Como resultado de este problema, muchos periodistas científicos se conforman en consultar una única fuente. En un estudio reciente sobre la cobertura informativa del cáncer de mama, se ha podido comprobar que casi mitad (un 47,4%) de las noticias analizadas estaban basadas en solamente una fuente de información (Dias de Moraes 2008). Con una única fuente, la noticia pierde pluralidad y está más expuesta a servir a los intereses de un determinado grupo.

Otro problema que puede surgir cuando se trata de las fuentes en las noticias sobre ciencia esta relacionado a una visión idealizada de los científicos. Esta es una situación que no parece haber cambiado mucho con el pasar del tiempo. En 1962, el científico y periodista brasileño José Reis⁷, decano del Periodismo Científico en Brasil, ya afirmaba que la divulgación científica debería “dar al público una idea fiel del científico como uno de los factores del progreso social, pero no el único ni el principal, sobre todo, el público no debe ser inducido a la idea errónea de que el científico pertenece a una casta

⁷ José Reis (1907-2002) fue un científico y periodista brasileño que dedicó su vida a la divulgación de la ciencia a la sociedad. Como columnista del periódico *Folha de S. Paulo*, escribió semanalmente sobre el mundo de la ciencia a lo largo de 55 años sin interrupciones, habiendo sido publicado su último artículo en la semana de su muerte. La *Universidade de São Paulo*, una de las más prestigiosas de Brasil, mantiene desde hace muchos años el *Núcleo José Reis de Divulgação Científica* que promociona cursos, edita publicaciones y realiza investigaciones en el campo del Periodismo Científico. José Reis también da nombre a un premio nacional creado por el gobierno brasileño para incentivar iniciativas en el área del Periodismo Científico y de la Divulgación Científica.

superior o privilegiada.” (citado en Calvo Hernando, 2005). Esta “aura” de saber y nobleza que recae sobre la ciencia y sobre los científicos puede ser un grave problema. Los periodistas suelen llegar a una entrevista creyendo que están delante de especialistas comprometidos con el progreso y el bien estar de la humanidad, a quien algunas preguntas simplemente no se pueden hacer, y esto es muy perjudicial para la cobertura. Tal postura de acato a la ciencia es duramente criticada por la socióloga Dorothy Nelkin:

“Mientras que las artes plásticas, el teatro, la música y la literatura están sujetos de modo rutinario a la crítica, la ciencia y la tecnología están casi exentas de ella. Mientras que los periodistas políticos buscan analizar y criticar, los reporteros científicos tratan de aclarar y explicar. (...) Faltos de agresividad y descansando en las fuentes oficiales, los periodistas científicos ofrecen una estrecha banda de información. En realidad, muchos de ellos se dedican a vender ciencia y tecnología antes que a investigarlas, identificándose con sus fuentes en lugar de cuestionarlas.” (Nelkin 1990, p. 164).

Un tercer problema, bastante discutido en la literatura especializada sobre Periodismo Científico, esta relacionado a la dificultad de comprensión mutua entre periodistas y científicos en relación a la dinámica del trabajo de cada uno. Tal conflicto puede comprometer la relación entre el periodista y su principal fuente, comprometiendo la información final.

Los profesores de la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Murcia, Lourdes Martínez Rodríguez y Antonio Parra Pujante (2010, p.224), destacan algunos focos de conflicto entre científicos y periodistas. El primero de ellos sería que periodistas y científicos no coinciden en qué es noticia. Sobre este punto, el profesor de Comunicación Científica en la *Universitat Autònoma de Barcelona*, Santiago Ramentol Massana, en su tesis doctoral, afirma:

“Muchos científicos pretenden que toda la complejidad de una investigación aparezca, con peso y señales, en los medios. Ilusión inútil. Sólo una parte muy pequeña de lo que se cree que es noticia lo es realmente. El resto es paja. Un diario, un programa de radio o de televisión también están limitados por el espacio. Muchos científicos son incapaces de explicar sólo cosas que interesen a la sociedad.” (Ramentol Massana 1996, p. 507 y 508)

El segundo punto de discordia entre científicos y periodistas destacado por Martínez Rodríguez y Parra Pujante sería que no coinciden sobre el momento idóneo para difundir una noticia. Sobre este punto, el que fue profesor de la *University of Texas at Austin*, Warren Burkett (1990, p.72) explica que si de un lado los periodistas viven de la inmediatez de los eventos, los científicos tienen miedo a la prematuridad en la revelación de sus conocimientos hasta que los datos, procedimientos y conclusiones hayan sido estudiados por sus pares y publicados en la forma aprobada por ellos.

Un tercer punto de discordancia entre periodistas y científicos estaría relacionado a como deben transmitir la información. Sobre este aspecto, los periodistas científicos Ignacio Fernández Bayo y Eugenia Angulo comparten la siguiente opinión:

“La raíz de este eterno problema radica en definir quién es el referente de cada grupo para obtener reconocimiento social. En el caso del científico, sus referentes son sus pares (...) Es a ellos a quienes el científico se dirige para obtener reconocimiento. En el caso del periodista, su referente es el público y hacia él emite todas las informaciones que produce. El éxito del científico depende de sus colegas, el del periodista de su audiencia. Por tanto, si los periodistas trabajan para el público, gestionan una gran pérdida de información, mientras que los científicos no tienen por qué hacerlo, puesto que se desenvuelven en un contexto que sabe. Cuando el científico ve el resultado de la información que el periodista ofrece al público no suele estar de acuerdo, pues no asimila que la información no está dirigida para su ambiente – incluso los científicos que realizan tareas de divulgación suelen ser mal considerados por sus pares –. En definitiva, se trata de un choque sistemático en cuanto a la concepción de lo que hay que contar al público no especializado. (Fernández Bayo y Angulo 2011, p. 181)

Y, finalmente, un cuarto punto de discordancia entre periodistas y científicos estaría relacionado al uso del lenguaje en la transmisión de la noticia científica. Sobre este tema, Warren Burkett (1990, p. 73) considera que los científicos y los periodistas a menudo no están de acuerdo sobre el nivel de precisión y rigor de la noticia. Para el periodista científico, hay que redondear o simplemente suprimir algunos números para que su texto o emisión no se parezca a un ejercicio de matemáticas en el aula. Pero por otro lado, la traducción de términos técnicos en analogías o ilustraciones amenaza el cariño que los científicos tienen por la precisión.

A pesar de todos estos focos de conflicto, periodistas y científicos están “condenados” a entenderse. Por parte de los periodistas, como destaca el periodista científico e investigador Ignacio Bravo Alonso, de la Universidad Francisco de Vitoria, “interesa que los científicos apuesten por la divulgación de la ciencia, puesto que necesitamos su ayuda para informar con rigurosidad.” (Bravo Alonso 2007, p. 232). Y por parte de los científicos, el profesor Santiago Ramentol considera que tienen la obligación de relacionarse con los periodistas, puesto que “El silencio es perjudicial siempre. Pero en el caso de la ciencia, donde el trabajo tiene siempre un impacto importante en la vida de los ciudadanos, el silencio se convierte en un delito social.”(Ramentol Massana 1996, p. 503 y 504)

1.2.3. El lenguaje

Un último aspecto a ser tratado con relación a las principales dificultades enfrentadas por los periodistas científicos para ver publicadas sus noticias en los diarios se refiere a todos los recursos de lenguaje que deben utilizar para acercar los temas científicos a la audiencia. El profesor de la Universidad de Navarra, Ramón Salaverría, define así la importancia de este tópico:

“La necesidad de hacer comprensible e interesante para un público general informaciones complejas, a menudo cuajadas de terminología muy oscura y con lentos ritmos de desarrollo, ha exigido de los periodistas dotes divulgativas difíciles de reunir. Las rutinas propias del Periodismo declarativo – el culto por la cita textual, el juego de réplicas y contrarréplicas con nula interpretación significativa, la limitada cohesión discursiva de los textos, etc. – se han mostrado especialmente inapropiadas para un tipo de Periodismo que reclama las mejores cualidades investigadoras y divulgativas con el fin de convertir la información científica en un producto informativo preciso, significativo, inteligible y, a poder ser, ameno.” (Salaverría 2002, p. 14).

La naturaleza del lenguaje de la ciencia obliga la traducción al lenguaje de los periódicos. Manuel Calvo Hernando, hablando sobre los varios trabajos del profesor de la Universidad de Buenos Aires Martín F. Yriart, explica que los buenos periodistas científicos tienen de recurrir a una verdadero “arsenal” de procedimientos de sustitución con el objetivo de superar la barrera léxica y conceptual entre el científico y el público.

Estos sistemas comprenderían “un vasto espectro que va desde la definición, en un extremo, hasta la metáfora en el otro, pasando por la ‘aposición explicativa’, la sinonimia, el ejemplo, la comparación y la analogía.” (Citado en Calvo Hernando 1992, p. 101).

El periodista Calvo Hernando considera que este trabajo implica un proceso repetitivo de ida y vuelta, de un lenguaje al otro, “hasta alcanzar un texto periodístico que preserve los contenidos de la ciencia pero los expresa en un lenguaje comprensible para el público.” (Calvo Hernando 1992, p. 100).

Los profesores de la *Universitat Pompeu Fabra*, Daniel Cassany Comas y Jaume Martí Llobet han publicado un artículo científico en que analizan un caso muy concreto en este campo: las estrategias utilizadas por los periódicos para explicar el concepto “prión”, un elemento esencial para hablar sobre la enfermedad de las “vacas locas”. Los autores explican que:

“Entre otras dificultades, la divulgación científica debe enfrentarse al problema de transmitir conocimientos formulados previamente en un tecnolecto altamente especializado (con un sistema conceptual preestablecido y fijado, alto grado de abstracción, sintaxis compleja, etc.), a una audiencia amplia y heterogénea, que ha sido poco expuesta a dicho registro y que, en consecuencia, difícilmente puede acceder a los datos en cuestión. Uno de los puntos en los que se manifiesta de manera más cruda este hecho es en la terminología, al ser ésta el recurso lingüístico que usa la ciencia para referirse a sus objetos de estudio: la divulgación de poder explicar al público lego conceptos científicos que hasta el momento sólo han sido representados con términos unívocos y técnicos, a través de otros recursos lingüísticos que sean conocidos o accesibles al público.” (Martí y Cassany 1998, p. 58)

En este artículo, los autores presentan y explican las principales estrategias utilizadas por los periodistas para explicar al público lego el concepto prión. Y no se limitan a las estrategias léxicas, relacionadas a la elección de términos u otros recursos denominativos; también discurren sobre las estrategias discursivas, como la contextualización del concepto, la narrativización y la modalización (utilización de elementos subjetivos como juicios de valor, opiniones, apreciaciones), teniendo siempre el objetivo de acercar el discurso científico al público.

Los profesores Lourdes Martínez Rodríguez y Antonio Parra Pujante (2010, p.229) proponen una serie de recursos a ser utilizados en la explicación de los tecnicismos en las noticias científicas: (a) reelaboración de conceptos, (b) omisión léxica, (c) definición, (d) sustitución (sinónimos, comparaciones, símil, analogía, metáforas), (e) uso de antítesis, (f) uso de preguntas retóricas y preguntas indirectas, (g) uso de ejemplos (h) uso de marcadores explicativos, (i) uso de conectores consecutivos, (j) uso de conectores contra-argumentativos, (l) uso de ordenadores del discurso, (m) uso de tablas y gráficos explicativos

El profesor Carlos Elías Pérez, por otro lado, habla sobre los riesgos de las sustituciones de los términos más técnicos en los textos periodísticos:

“A veces el periodista intenta sortear los tecnicismos y los sustituye por otras expresiones construidas con palabras del lenguaje común. Estos nuevos enunciados puede que sean más fáciles de entender por el público, pero se corre el riesgo de que no definan exactamente al tecnicismo. Se obtiene una pseudoequivalencia del término, originando una multiplicidad de parasinónimos, lo cual es un inconveniente para la comprensión correcta de la ciencia. En otras ocasiones el divulgador resuelve el problema con el uso de sintagmas explicativos más o menos largos tras cada tecnicismo. Pero, aunque estas aposiciones explicativas lo definan bien, debe tenerse en cuenta que su inclusión en un texto disminuye la eficacia comunicativa del discurso. Por tanto, debe valorarse con cuidado su inserción buscando el equilibrio entre comprensión del texto y fluidez y eficacia comunicacional” (Elías Pérez 2008, p. 157)

No se trata de una tarea fácil, pero sin duda es esencial para aproximar los temas científicos al público en general.

1.3. La importancia del Periodismo Científico

Superadas las dificultades relacionadas a la conquista del espacio en el diario, la búsqueda de las fuentes fidedignas y la traducción del lenguaje científico al lenguaje del público, la noticia es publicada. Creemos que cabría una última pregunta antes de pasar a una nueva discusión: ¿Con qué finalidad? Es decir, ¿por qué es tan importante vencer

estos y otros obstáculos para llevar la información científica a las páginas de los principales periódicos del país?

El profesor José Carlos Pérez Cobo, de la Universidad del País Vasco, considera que las noticias puramente científicas desempeñan un papel de entretenimiento y proporcionan prestigio al medio que las publica. Esto no sería un problema por si mismo, pero la cuestión es que esta percepción acaba por convertir a las noticias científicas, en opinión de Pérez Cobo, en un “bonito adorno, un florero adecuado para completar la buena calidad de sus páginas. Pero en la mentalidad de directores, jefes de redacción y demás, el Periodismo Científico constituye una labor menor, de menos trascendencia que el Periodismo de calle o de análisis de la actualidad política.” (Pérez Cobo 2002, p. 353).

Esta percepción del profesor Pérez Cobo parece ser compartida por la población en general, puesto que en el último informe de la FECYT sobre la percepción social de la ciencia y tecnología en España, a la pregunta “¿Diría Ud que los medios prestan una atención suficiente o insuficiente a la información científica?”, los encuestados han considerado que, en general, los medios de comunicación prestan una atención insuficiente a este tipo de información, excepción hecha a Internet, que aparece como el único medio que dedica suficiente atención a la información científica. (FECYT 2011, p.273).

Pérez Cobo añade que “la falta en los medios de una línea editorial científica – del mismo nivel de las que disponen las secciones deportivas, económicas o políticas – resulta un fallo profundo en el proceso comunicativo” (Pérez Cobo 2002, p. 353). Para él, “una sociedad moderna y democrática, que funcione del modo adecuado, tiene que disponer para tomar decisiones sobre su futuro de una buena (a ser posible, la mejor) información científica para defenderse de la irracionalidad.” (p. 353).

Esta última consideración, sobre la importancia del Periodismo Científico en el ejercicio de la democracia, es compartida por muchos de los investigadores que tratan de esta especialidad. Solamente para poner tres ejemplos de diferentes países, el periodista español Manuel Calvo Hernando considera que el Periodismo Científico es “un instrumento para la democracia, porque facilita a todos el conocimiento para poder opinar sobre los avances de la ciencia, y compartir con los políticos y los científicos la

capacidad de tomar decisiones en las graves cuestiones que el desarrollo científico y tecnológico nos plantea.” (Calvo Hernando 2001). Desde Estados Unidos, la socióloga Dorothy Nelkin consideraba que:

“Es decisiva la comprensión por parte del público de todo lo relativo a la ciencia y la tecnología en una sociedad cada vez más afectada por el impacto de éstas y por las decisiones políticas determinadas por el conocimiento técnico. La gente se enfrenta continuamente a elecciones que requieren cierto conocimiento científico, tanto sea para autorizar la construcción de una planta nuclear o un depósito de desechos tóxicos como para admitir un niño con SIDA en el colegio.” (Nelkin1990, p. 19).

Y para concluir, en Brasil, la periodista Fabiola de Oliveira, autora de varios libros sobre divulgación científica, sostiene que el acceso a la información sobre ciencia y tecnología es imprescindible para el ejercicio de la ciudadanía y, consecuentemente, para el establecimiento de una democracia participativa, en la que gran parte de la población tenga condiciones de influenciar con conocimiento las decisiones y acciones políticas relacionadas a la CyT. (De Oliveira 2006, p. 12 y 13).

Capítulo 2: Escribir sobre salud

Decir que los españoles se interesan por las noticias deportivas no es ninguna novedad. Periódicos como “AS” o “Marca” venden tantos ejemplares cuanto los principales periódicos de información general⁸. Afirmar que los españoles actualmente se interesan mucho por las noticias relacionadas con trabajo y empleo tampoco sorprende, si consideramos la actual crisis económica y la tasa de paro alrededor de 27% en el primer trimestre de 2013. Lo que sí puede sorprender es el hecho de que los españoles se muestren especialmente interesados, hace ya algunos años, por la información sobre salud y medicina, en un nivel de interés mucho superior a la información sobre cine o viajes y turismo.

En la encuesta, de carácter bianual, de la FECYT sobre la “Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología en España”, la primera pregunta es: “A diario recibimos noticias e informaciones sobre temas muy diversos. Dígame por favor tres temas sobre los que se sienta especialmente interesado/a”. Se trata de una cuestión abierta, con un máximo de 3 respuestas. En la encuesta realizada en 2010, el tema “Trabajo y Empleo” ha liderado este ranking de interés informativo, con un 32% de respuestas, seguido por “Deportes”, con un 31% y “Medicina y Salud”, con un 26%. Pero en la encuesta de 2008, el tema “Medicina y Salud” había sido el primero de este ranking, con un 28% de respuestas, seguido de “Deportes” con un 26% y “Trabajo y Empleo” con un 23%. Si se retrocede una encuesta más, en la realizada en 2006, antes de la actual crisis económica, “Deportes” lideraba el ranking de interés, con un 30% de las respuestas, seguido de “Medicina y Salud”, con un 26% y “Cine y Espectáculos”, con un 20%.

Este protagonismo de las noticias sobre salud y medicina interesa particularmente al presente estudio, una vez que su objetivo es analizar la cobertura informativa sobre el cáncer de mama en los principales diarios de información general de España. Y es por esta razón que, después de la discusión del primer capítulo, sobre Periodismo Científico, este segundo capítulo estará totalmente dedicado a la información específica sobre

⁸ Según los últimos datos divulgados por la OJD (www.introl.es/medios-controlados/), consulta realizada el 30 de mayo de 2013), mientras “El País” tiene una difusión de 324.814 ejemplares, “El Mundo” de 206.007 unidades, “La Vanguardia” de 172.263 diarios, “ABC” de 171.969 unidades y “El Periódico de Catalunya” de 107.512 ejemplares, los diarios deportivos “Marca” y “AS” tiene una difusión de, respectivamente, 214.523 y 180.014 unidades.

salud, medicina y sanidad. El capítulo empieza tratando de la discusión sobre si esta información ya puede ser considerada una especialización periodística independiente, a continuación se discute su función en el marco de la Información Sanitaria, se habla sobre los principales desafíos a que se enfrentan los periodistas especializados en esta área, se analizan las principales disfunciones asociadas a este tipo de información, y, finalmente, se presentan algunas propuestas para garantizar la calidad de esta especialización periodística.

2.1. Periodismo Sanitario y Periodismo Científico

Muchos autores consideran la información sobre medicina y salud parte del Periodismo Científico (Elías Pérez 2008; Blanco Castilla y Paniagua Rojano 2007; Pérez Cobo 2002 y Alarcó Hernández 1999). De hecho, los cinco periódicos españoles de información general más leídos en el país suelen publicar las noticias diarias sobre salud en el mismo espacio dónde se ubican las noticias sobre ciencia.

La consideración de las noticias sobre medicina y salud como parte del Periodismo Científico parece lógica si consideramos que el “científico” aquí, se refiere a la información relacionada a las ciencias exactas y naturales, bien como a sus aplicaciones (como la ingeniería, por ejemplo). Siguiendo este raciocinio, los espacios dedicados a las noticias científicas serían los lugares adecuados para publicar las noticias sobre nuevas tecnologías, medio ambiente y también salud y medicina.

Sin embargo, en los últimos años, el creciente interés suscitado por algunas áreas del conocimiento científico (como salud o medio ambiente) les está “independizando” a la medida en que empiezan a conquistar espacios propios fuera de las secciones o suplementos dedicados a la ciencia.

Algunos periódicos ya publican suplementos enteros dedicados a la información sobre salud, medio ambiente o nuevas tecnologías. El diario “ABC” publica mensualmente los suplementos “ABC de la Salud” y “ABC Natural” (sobre medio ambiente). “El Periódico de Catalunya” publica mensualmente “+Salud” y “El Mundo” publica

semanalmente “Ariadna”, un suplemento sobre nuevas tecnologías. Infelizmente, la crisis económica ha acabado con otras iniciativas en este sentido: “El País” ha dejado de publicar sus suplementos “Salud y Bienestar” y “Tierra” en 2011 y “El Mundo” ha dejado de publicar su suplemento “Salud” en 2010.

Este fenómeno de independización de las noticias sobre salud y medicina se nota también en el ambiente académico. Un ejemplo de esto es el libro “Áreas de Especialización Periodística”, de Francisco Esteve Ramírez y Javier Fernández Moral, publicado en 2004, que dedica un capítulo a la “Información Científico-Técnica”, otro a la “Información sobre Sanidad” y uno a la “Información sobre Ecología y Medio Ambiente”. Es decir, con esta publicación, los organizadores de este libro dan una indicación de que el Periodismo Sanitario y el Periodismo sobre el Medio Ambiente ya pueden ser considerados áreas de especialización periodísticas independientes del Periodismo Científico.

Esta nueva área de especialización periodística, que se dedica a hablar sobre diversos aspectos relacionados a la salud humana, recibe diferentes denominaciones: algunos autores hablan de Periodismo Médico (o Biomédico), mientras otros prefieren referirse a Periodismo Sanitario o Periodismo de Salud.

En esta investigación se adoptará el término “Periodismo Sanitario”. Los conceptos utilizados por el profesor de la Universidad Complutense de Madrid, Serafín Chimeno Rabanillo (2004, p.436) ayudan a entender tal elección. Este autor, al hablar sobre la información dedicada a la salud, sanidad y medicina, presenta estos tres conceptos de la siguiente manera: la salud, siguiendo los criterios de la Organización Mundial de la Salud, sería “un estado de bienestar completo, físico, psíquico y social y no solamente la ausencia de enfermedad o invalidez”; la medicina sería un concepto “polivalente y destinado a referir todo el conjunto de técnicas o actividades sanitarias con capacidad curativa, o lo que es igual, aquella parcela de la sanidad responsable de precaver y restaurar la salud cuando ésta se ve amenazada o perdida”; y la sanidad, por fin, sería “el conjunto total de servicios ordenados por una comunidad para preservar la salud individual y colectiva. Se trataría del conjunto total de técnicas, programas y realizaciones que convierte la salud en su principal o único objeto de atención”. A partir de estas definiciones, se puede concluir que la “medicina” puede ser considerada parte

de un conjunto de servicios más amplio denominado “sanidad” y que la “sanidad” sería este conjunto de servicios que tiene como objetivo preservar la “salud” de los individuos.

La cobertura informativa de los temas relacionados con salud, medicina y sanidad en España podría dividirse en tres grandes áreas: política sanitaria, divulgación científico-médica y sucesos de índole sanitaria (González Borjas 2004, p. 303). En este sentido, la denominación más apropiada a este tipo de cobertura sería “Periodismo Sanitario”. El término “Periodismo Sanitario” parece más adecuado que “Periodismo de Salud” por que este último tiene un carácter tan generalista que lo convierte en indeterminado. Y “Periodismo Sanitario” parece más ajustado que “Periodismo Médico” por que la “medicina” es parte de un conjunto de servicios más amplio denominado “sanidad”. Es decir, la denominación “Periodismo Sanitario” sería más amplia que “Periodismo Médico” y más concreta que “Periodismo de Salud”.

2.2. Periodismo Sanitario e Información Sanitaria

Para el *Comitè de Bioètica de Catalunya*⁹, en la elaboración y difusión de la información sanitaria intervienen diferentes agentes: investigadores, profesionales asistenciales, instituciones sanitarias y comunicadores. De acuerdo con este órgano asesor del *Departament de Salut*, los objetivos de la información sanitaria son: (1) fomentar la promoción de hábitos saludables y la prevención de enfermedades, (2) difundir informaciones epidemiológicas sobre situaciones que supongan un riesgo para la salud y la comunidad; (3) informar sobre las prestaciones de los servicios y de los recursos sanitarios; (4) divulgar los derechos y deberes de los ciudadanos hacia la salud; (5) difundir las estrategias políticas de la Administración sanitaria y los objetivos que pretende alcanzar y (6) divulgar el conocimiento científico, los nuevos avances y las nuevas tecnologías en el ámbito de la salud. (2004, p. 50 y 51).

⁹ El *Comitè de Bioètica de Catalunya*, creado en 1991, es un órgano asesor del Departamento de Salud de la Generalitat de Catalunya, su principal objetivo es “fomentar la reflexión y el debate sobre las implicaciones éticas, sociales y legales de los progresos biomédicos, sobre la manera como se presta la atención sanitaria a las personas y, en general, sobre todos aquellos avances o cambios e comportamiento que repercuten en la salud de la población” (2004, p.49).

A partir de esta explicación, se pueden considerar parte de la información sanitaria las campañas del gobierno sobre hábitos saludables, la información que el médico proporciona a su paciente, la comunicación de los investigadores por medio de las revistas especializadas y también las noticias publicadas en los medios de comunicación. Por lo tanto, el Periodismo Sanitario es parte de un tipo de comunicación más amplio, llamado, siguiendo la nomenclatura del *Comitè de Bioètica*, Información Sanitaria.

Es importante destacar que en el ámbito de la Información Sanitaria actúan distintos profesionales con diferentes funciones. Y es importante no entremezclar tales funciones. En otras palabras, en la Información Sanitaria coexisten investigadores, médicos, enfermeros, periodistas y otros profesionales y cada uno de ellos tiene sus obligaciones específicas. Es decir, no corresponde al periodista promover hábitos saludables entre la población, o educar sobre salud, puesto que esta es la labor de otros profesionales. Al periodista cabe informar, ejercer su función de intermediario entre sus fuentes y la audiencia para relatar aquellos acontecimientos que sean del interés público.

Este es un tema polémico sobre el cuál no hay consenso. Algunos autores defienden la función educativa del periodista sanitario, como Elena Blanco Castilla y Francisco Javier Paniagua Rojano, profesores de Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga. Estos autores consideran que “el periodista especializado en información sanitaria tiene que desarrollar, aparte de su labor informativa, una tarea pedagógica y didáctica que contribuye a la formación de la sociedad en temas como la prevención y tratamiento de enfermedades así como sobre la conservación de la salud.” (2007, p. 8).

En una línea de raciocinio semejante, el periodista científico y profesor de periodismo de la *Escola de Comunicações e Artes* de la *Universidade de São Paulo*, Wilson da Costa Bueno afirma, sobre el Periodismo Científico, que:

“En primer lugar, cumple la función, esencial en un país donde la enseñanza formal de la ciencia es precaria, de contribuir al proceso de alfabetización científica, permitiendo a los ciudadanos ponerse en contacto con lo que ocurre en el universo de la ciencia y de la tecnología. Se trata de una función pedagógica a ser cumplida por los medios de

comunicación, de complementación a la educación, y que no sólo sea capaz de afectar a aquellos que han abandonado a la escuela, pero también a los que hayan sido excluidos de ella por innumerables motivos.” (Da Costa Bueno 2007).

Da Costa Bueno, en este caso específico, llama la atención a una situación que debería ser considerada atípica, de mal funcionamiento del sistema educativo. En situaciones como estas, es posible que el trabajo del periodista acabe por compensar una determinada carencia de la audiencia, pero esta no es su función principal. Como considera el profesor Serafín Chimeno Rabanillo, al hablar sobre Periodismo Sanitario:

“Formar nos es su función sustantiva, para lo que está arbitrado un sistema educativo; tampoco, entretener, para lo que existe un complejo sistema de actividades en el terreno del espectáculo. Su específica y fundamental función es la de informar sobre el acontecer de actualidad, en claves de corrección y conjuntamente, proyectando, con la máxima imparcialidad posible, el grado o grados de afección que esa realidad puede tener en la comunicación en general o sobre los diferentes fragmentos de la misma en particular.” (Chimeno Rabanillo 2004, p. 435).

2.3. Desafíos del Periodismo Sanitario

En la rutina de trabajo de un diario impreso, los periodistas que escriben sobre la información sanitaria se enfrentan a desafíos típicos del ejercicio de la profesión y a otros más específicos de su área de especialización. A fin de discutir algunos de estos desafíos, se utilizará una estructura equivalente a la presentada en el primer capítulo, dedicado a la información científica, y se hablará sobre (1) la cuestión de la conquista del espacio en el periódico, (2) las principales fuentes del Periodismo Sanitario y (3) el cuidado con el lenguaje especializado utilizado por sus fuentes principales.

2.3.1. El espacio y la ubicación

Algunos autores (Casino 2003; Martínez Segura 2002) consideran que en España los medios de comunicación pasaron a prestar más atención a la información relacionada con salud y medicina a lo largo de los años ochenta, principalmente después del

Síndrome Tóxico (la mayor intoxicación alimentaria en la historia del país) y con el inicio de la epidemia del Sida. Desde entonces, estos temas vienen conquistando un espacio creciente en los principales periódicos españoles.

Como afirma el catedrático de la Universidad de la Laguna, Antonio Alarcó Hernández:

“La divulgación biomédica se ha convertido en una estrella en los medios de comunicación: desde luego ha relevado a las informaciones sobre física nuclear y la astronáutica, protagonistas indiscutibles en los años sesenta y setenta. Una de las explicaciones es el deseo de lograr una mejora en la calidad de vida por los ciudadanos, anhelo que va en consonancia con estar informado de los asuntos más candentes en la sanidad: el cáncer, las cardiopatías, enfermedades cerebrales o, cómo no, el síndrome de inmunodeficiencia adquirida (SIDA), entre otros de interés mayoritario para la sociedad (la drogadicción, la nutrición, la reproducción asistida, la medicina preventiva...).” (Alarcó Hernández 1999, p. 68).

En relación a los suplementos de salud, merece la pena destacar que algunos autores defienden que su éxito no está basado sólo en el creciente interés de la población, sino también en una razón de carácter más comercial, relacionada con los intereses de los laboratorios farmacéuticos, como explica el profesor Carlos Elías Pérez:

“Mientras que parece que los suplementos de ciencias decaen, los dedicados a temas médicos sí han tenido gran aceptación, sobre todo porque los laboratorios farmacéuticos encuentran en ellos un magnífico lugar para publicitar sus productos, no sólo mediante anuncios directos, sino – y los que es más grave – a través de las informaciones que aparecen en forma de noticias científicas pero que esconden un trasfondo de manipulación de los laboratorios farmacéuticos.” (Elías Pérez 2008, p. 196).

La influencia de los laboratorios farmacéuticos es una preocupación recurrente en las discusiones sobre el Periodismo Sanitario, y será tratada a lo largo del apartado dedicado a las disfunciones del ejercicio de esta especialización periodística.

Merece la pena destacar que al menos en el caso de los diarios con suplementos de salud analizados en este estudio, la existencia del suplemento no supone un “gueto” en que se publican las informaciones sobre este tema, impidiendo que aparezcan el día en el que

son noticia (en alusión al riesgo a que se refería el profesor Carlos Elías Pérez al hablar sobre los suplementos científicos). Se ha podido observar que en los tres diarios en cuestión (“El País”, “El Mundo” y “ABC”) las noticias sobre salud siguen siendo publicadas en diferentes secciones diarias (mayoritariamente en “Sociedad”, pero también en “España” y en “Deportes”, por ejemplo). Se ha observado, incluso, la publicación de noticias sobre salud en la sección “Sociedad” o “Ciencia” en el mismo día en que se publicaba el suplemento especializado en el tema.

Según el Informe Quiral 2009¹⁰, un estudio del Observatorio de Comunicación Científica de la *Universitat Pompeu Fabra* y la *Fundació Vila Casas*, en aquel año fueron publicados 13.439 piezas periodísticas sobre salud y medicina en los cinco periódicos de información general más leídos en España. En 2008 habían sido publicados 13.215 piezas sobre estos temas, en 2007, 12.048 y en 2006, 11.022 piezas.

El reconocido interés de la población por los temas de salud y el consecuente espacio ya razonablemente conquistado por este tema puede hacer que sea más fácil convencer a un redactor jefe sobre la publicación de una noticia de carácter sanitario que de una sobre ciencia pura, por ejemplo. Pero es importante recordar que, fuera de los suplementos y la sección “Ciencias”, las noticias de salud tienen que enfrentarse a una fuerte competencia de diversos otros temas de interés periodístico en la conquista de un espacio en el diario.

2.3.2. Las fuentes

Los periodistas reciben a diario una gran cantidad de información. En octubre de 1995, el editor de ciencia del periódico británico *The Independent*, Tom Wilkie, hizo una recopilación del correo que recibió a lo largo de cuatro días: tres libros y un folleto de 30 páginas; tres reportajes pendientes de publicación; treinta invitaciones a ruedas de prensa, quince hojas o boletines informativos, cuarenta y siete notas de prensa de la

¹⁰ Creado en 1997, el Informe Quiral estudia la cobertura informativa sobre salud y medicina en España. Hasta la edición de 2009, se analizaban todas las noticias sanitarias publicadas en los cinco periódicos de información general de mayor difusión en España a lo largo de un año. A partir de 2010, la propuesta ha cambiado, y el Informe pasa a analizar la cobertura informativa sobre una determinada enfermedad, en diversos medios de comunicación, incluso extranjeros. La edición de 2010 analizaba las noticias publicadas sobre el Alzheimer, y la de 2011, sobre cáncer. Todas las ediciones del Informe a partir del año 2000 están disponibles en la web de la *Fundació Vila Casas*: (http://www.fundaciovilacasas.com/es/proyecto_salud/informe_Quiral). Última consulta realizada el 16 de junio de 2012.

industria informática, cincuenta y seis notas de prensa sobre ciencia general/medicina, dos notas administrativas (un aviso de renovación de una suscripción y un libro de contactos con la lista de los profesores universitarios dispuestos a comentar su área de conocimiento en prensa) y veinticuatro periódicos o revistas. En total, Wilkie contabilizó 158 noticias, que sumaban 500.000 palabras. Es importante resaltar que este análisis estuvo limitado al correo recibido, no incluyendo la información llegada por fax ni las de las agencias de noticias (Wilkie 1997, p. 59). Merece la pena destacar que seguramente la cantidad de información recibida por los periodistas ha aumentado en los últimos años, con la generalización de la comunicación a través de correo electrónico.

Además de la cantidad, es importante destacar que muchísimas veces la información que llega al periodista sanitario proviene de una fuente interesada, que la presenta de una manera atractiva, con la intención de “facilitar” el trabajo del profesional, como explica Milagros Pérez Oliva, periodista especializada en temas biomédicos y defensora del lector de “El País” de febrero de 2009 hasta marzo de 2012:

“En los últimos años ha surgido un aparato comunicativo externo a los medios de comunicación, con la misión de canalizar los flujos de información e incidir sobre la selección de los contenidos que se publican. Este aparato externo ya tiene un contingente de profesionales y de recursos mucho más importante que los dedicados por los medios de comunicación a estas áreas. Dicho de otra manera: hay más periodistas trabajando para influir sobre los periodistas que escriben sobre temas de salud en los medios de comunicación que periodistas que escriban.” (Pérez Oliva 1999).

Obviamente, este no es un problema exclusivo de los periodistas que escriben sobre información científica o sanitaria. Es parte del trabajo de cualquier periodista seleccionar la información que interesa a sus lectores, oyentes o espectadores. En el caso específico de las investigaciones médicas, para garantizar una información fiable y delante de la imposibilidad de tener evaluadores propios en todas las especialidades, una de las estrategias utilizada por los periodistas es la publicación de investigaciones divulgadas en revistas científicas de referencia, como *The New England Journal of Medicine*, *Nature*, *Science* y *JAMA*. Todas estas publicaciones tienen sus propios controles internos de calidad, como explican Maria Gloria Garea Lafuente y el profesor

Juan José Goiriena de Gandarias, ex presidente de la Sociedad de Estudios Vascos y ex rector de la Universidad del País Vasco:

“El procedimiento de selección de *Science* consiste en una revisión realizada por expertos. El texto recibido se adjudica, en función del tema de investigación y especialidad, a uno de los 16 editores, que lo someterá a un proceso de revisión en dos fases. En la primera, la Junta de Editores, un equipo integrado por 100 científicos que abarcan todas las áreas del conocimiento, selecciona un trabajo de cada cuatro. En la segunda, este trabajo pasará una rigurosa revisión por expertos elegidos de una base de datos de más de 40.000 científicos, teniendo en cuenta las recomendaciones de la Junta y de los autores. A partir de los trabajos que se consideren técnicamente correctos, se seleccionan los que obtiene una alta puntuación en cuanto a interés general.” (Goiriena de Gandarias y Garea Lafuente 2002, p. 529).

Estos controles internos de calidad, basados en revisiones por expertos, atribuyen fiabilidad a las revistas especializadas de referencia. Sin embargo, este sistema de evaluación tampoco está libre de errores. Merece la pena destacar tres problemas asociados a la utilización de las revistas científicas de prestigio como fuentes de noticias sobre ciencia y salud. El primer de ellos se refiere a los casos de fraudes científicos que han pasado inadvertidos en algunas publicaciones de prestigio. Uno de los casos más conocidos sucedió a finales del 2005, cuando una comisión de la *Seoul National University* que investigaba los trabajos del científico Hwang Woo Suk confirmó que él había falseado un experimento sobre células madre creadas a partir de embriones clonados que había sido publicado en la revista *Science* en mayo de aquél mismo año.

El segundo problema está relacionado con la influencia de la industria farmacéutica sobre las investigaciones publicadas en las revistas científicas. Como recuerda María Gloria Garea Lafuente y el profesor Juan José Goiriena de Gandarias, ya en 1995 la Unidad de Investigación de Política Científica de la *University of Sussex* publicaba “*The Changing Face of British Science*”, en el que se ponía de manifiesto el papel cada vez menor de las instituciones académicas en la producción de ciencia, y la mayor presencia de personas ligadas a la industria como autores de trabajos. Garea Lafuente y Goiriena Gandarias también destacan que el mayor protagonismo de la industria farmacéutica no se da solamente a través de investigaciones realizadas en sus

laboratorios, sino que también por medio de financiación de investigaciones consideradas públicas. De entre las estrategias de los laboratorios farmacéuticos sobre estas últimas investigaciones, destaca la existencia de contratos con los investigadores según los cuales en caso de obtención de resultados negativos a los intereses del laboratorio, los mismos no se puedan publicar. Garea Lafuente y Goirieta Gandarias también hablan de casos en que, para facilitar la publicación de artículos sobre productos farmacéuticos en revistas de prestigio, los laboratorios invitan investigadores reconocidos a firmar trabajos en que en realidad no han participado ni en la fase de investigación, ni en la redacción.

Finalmente, un tercer problema asociado a la publicación de noticias basadas en artículos de revistas científicas de prestigio es la limitación de las fuentes consultadas. Una gran parte de las noticias publicadas en las revistas científicas de referencia tiene como fuente laboratorios o universidades extranjeras, muchas de ellas de Estados Unidos. Los autores de los artículos suelen conceder largas entrevistas a los periodistas del gabinete de prensa de la publicación, que elaboran notas de prensa con fotografías, gráficos, mapas, resúmenes y entrevistas, además de direcciones de contacto con el equipo investigador. Pero en realidad los autores de la investigación no están disponibles a todos los periodistas interesados en hablar con ellos sobre la descubierta. Pasa entonces, lo que nos explica la periodista Milagros Pérez Oliva:

“Cuando estalla una noticia especialmente polémica y se debe tomar una decisión rápida, muy a menudo se produce una paradoja insuperable: las fuentes próximas y accesibles no tienen información para hacer una valoración (o no quieren pronunciarse) y las fuentes que tienen la información no están al alcance del periodista. Dicho de otra manera: las fuentes bien informadas no están disponibles y las disponibles no están informadas. Muy a menudo, la única decisión que le resta al periodista es la de publicar o no la información tal y como le ha llegado, sin poder acceder a detalles que pueden ser relevantes para las conclusiones y, por lo tanto, para la valoración y la titulación de la noticia.” (Pérez Oliva 2008, p. 7).

A modo de conclusión de este apartado, vale destacar que el periodista que escribe sobre la información sanitaria, como cualquier otro colega que se ocupe de un área de periodismo especializado, dedica buena parte de su tiempo a seleccionar entre la gran

cantidad de material que llega a sus manos, aquellas fuentes de información que pueden generar noticias de interés a sus lectores. En esta labor, una de sus preocupaciones es evitar aquellas fuentes interesadas, que intentan obtener algún tipo de beneficio con la publicación de una noticia determinada. Y en la búsqueda por fuentes fiables, el periodista especializado en información sanitaria recurre muchas veces a revistas especializadas de referencia, que disponen de controles internos de calidad, basados en revisiones por expertos, pero que tampoco están totalmente libres de errores.

2.3.3. El lenguaje

En relación al lenguaje, pasa con el periodista especializado en información sanitaria lo mismo que al periodista especializado en información científica: hay que vencer a los tecnicismos y llegar a un texto que preserve los contenidos científicos pero que sea comprensible al lector. Es necesaria mucha atención sobre este tema, pues como bien destacan los profesores de Periodismo de la Universidad de Málaga, Elena Blanco Castilla y Francisco Javier Paniagua Rojano, “la ignorancia en torno a la terminología y su significado correcto es la causa de los grandes errores que se producen en la información sobre temas de salud. Como consecuencia de esos errores el periodista pierde su credibilidad y pone en peligro a la fuente, que no se prestará a perder su prestigio.” (Blanco Castilla y Paniagua Rojano 2007, p. 21)

Más allá de los efectos sobre la credibilidad de los periodistas y el prestigio de las fuentes, errores en la información sobre salud y medicina pueden tener efectos perjudiciales sobre los lectores. Como destaca Robin Fox, editor de *The Lancet* en los años noventa, mientras una información errónea sobre la fusión fría puede simplemente generar un exceso de optimismo sobre energía barata, una noticia equivocada sobre un tratamiento médico puede aumentar cruelmente la esperanza de los pacientes (Fox 1991, p.62).

El abuso en la utilización de los tecnicismos médicos es destacado por muchos autores como una de las disfunciones del Periodismo Sanitario. Cómo recomienda el médico y periodista científico Gonzalo Casino:

“Nunca hay que dar por sentado que los lectores conocen los tecnicismos médicos y tienen conocimientos especializados. La utilización de tecnicismos es a menudo una tapadera de la ignorancia del propio periodista o un síntoma de su falta de interés o esfuerzo divulgativo. Cada artículo debe escribirse teniendo en cuenta los anteriores que han abordado el mismo tema, pero teniendo presente que pueda ser leído y entendido por un lector que se acerca por primera vez al asunto.” (Casino 2003, p.32).

El periodista científico y profesor brasileño Wilson da Costa Bueno considera que la utilización de un lenguaje técnico cargado de formalidades crea un distanciamiento con el lector (espectador u oyente), que acaba relacionando estos textos más bien a una clase de Ciencias que a una propuesta de lectura amena e interesante. Da Costa Bueno, al hablar de un proyecto particular de divulgación de noticias sobre medicina y salud en la prensa comarcal de Brasil, explica de esta manera la necesidad de utilización de un lenguaje coloquial, lo más cercano posible al lector:

"El uso de tono coloquial, interactivo, proporcionado por una especie de 'charla' y a través de un juego de preguntas y respuestas, intenta incorporar la curiosidad, los temores y la ansia de saber de los lectores. Hay un intento de romper la frialdad y el anonimato del texto, de acercar el lector a la narración, muchas veces elaborada como una historia. Se actúa como si la fuente (el experto) estuviera al lado del lector, hablándole de manera cercana. Esta 'intimidad' propuesta por el texto tiene como objetivo secundario desmitificar el conocimiento científico, quitándole el sentido de autoridad, que promueve una relación vertical entre el especialista y el lego." (Da Costa Bueno 1996, p. 25)

Afrontar a los tecnicismos, descifrar la jerga médica a sus lectores e intentar aproximar la información a su cotidiano son desafíos permanentes del buen periodista sanitario.

2.4. Disfunciones del Periodismo Sanitario

En esta sección se discutirán algunos de los principales problemas que aparecen asociados a la cobertura periodística de los temas relacionados con la salud, la medicina y la sanidad en general: (a) la tendencia al sensacionalismo, (b) la constante amenaza de

la publicidad encubierta, (c) el exceso de optimismo delante de los nuevos tratamientos y (d) la mitificación de las fuentes de información.

2.4.1. Sensacionalismo

La tendencia sensacionalista puede incidir en diferentes momentos de la elaboración de la información sanitaria: (a) en la selección de la noticias, llevándose en cuenta la capacidad de impacto en lugar de su importancia (Pérez Oliva 2008, p.5) o en el enfoque de la noticia, (b) sobrevalorando los avances médicos y presentando al público una imagen todopoderosa de la medicina y los científicos (Casino 2003, p.32) o, al otro extremo, (c) exagerando sobre determinadas enfermedades y situaciones de riesgo y, consecuentemente, generando temores infundados en el público (Blanco Castilla y Paniagua Rojano 2007, p.12 y Rabanillo 2004, p.445). Estos son algunos ejemplos de sensacionalismo en el periodismo sanitario que serán explicados por medio de ejemplos reales.

El 13 de julio de 1996, el “*Jornal do Brasil*”, un periódico de referencia en aquel país, publicó en la página 12, un pequeño texto titulado “Los hombres peludos son más inteligentes, dice EE.UU”:

“Los hombres peludos son más inteligentes, informó el psiquiatra estadounidense Aikarakudi Alias, del Centro de Salud Mental de Chester, en el 8º Congreso de la Asociación Europea de Psiquiatras, en Londres. Su afirmación se basa en estudios realizados durante 22 años. Él afirma que el 10% de la población de EE. UU. es muy peluda y esa tasa pasa a ser del 45% entre los estudiantes de medicina e ingeniería. Lo mismo ocurre entre los 117 miembros del Instituto Mensa, que congrega superdotados con el C.I. (cociente intelectual) de más de 140.”¹¹

Este es un claro ejemplo de una noticia que ha sido seleccionada por su potencial impacto sobre el público (en este caso, entretenimiento/diversión) en lugar de su importancia informativa.

¹¹ La información sobre esta noticia ha sido recogida en la web “Portal do Jornalismo Científico”: <http://www.jornalismocientifico.com.br/jornalismocientifico/cienciaqiata/cienciaqiata10.htm>. Última consulta realizada el 16 de junio de 2012.

La medicina todopoderosa es otra “tentación” sensacionalista en la información sanitaria. En 21 de mayo de 2008, “La Vanguardia” publicaba una nota breve, firmada por C. Sáez, titulada: “El cáncer será una enfermedad crónica, según Massagué”:

“Antes de 50 años, la mayoría de los cánceres estarán bajo control, dejarán de ser mortales y se convertirán en una enfermedad crónica. Así lo vaticinó Joan Massagué, investigador líder en el estudio de esta enfermedad, durante la VII Conferencia Barcelona Biomed, organizada por el *Institut de Recerca Biomèdica de Barcelona* (IRB) y la Fundación BBVA. En el congreso, se han presentado los últimos avances en la investigación sobre la metástasis, un proceso clave para vencer al cáncer.” (Sáez 2008):

No se cuestiona la veracidad de la información, aunque si se puede considerarla bastante optimista. El problema es que este texto, tan corto, informa sobre la realización de un evento relacionado con la medicina y destaca la frase de Joan Massagué, reafirmando la idea de que en algunos años la medicina tendrá la cura para todos los males.

Otro ejemplo en esta misma línea es la noticia publicada en “El País” el 19 de junio de 2001. Firmada por Mayka Sánchez, la entrevista estaba así titulada “Las niñas que nacen ahora no tendrán que preocuparse del cáncer de mama”:

“ ‘Las niñas que nacen ahora, cuando lleguen a la edad de riesgo de sufrir un tumor mamario, ya no tendrán que preocuparse de este tipo de cáncer. Para ellas será entonces, por la prevención o por las posibilidades de tratamiento, un problema equivalente a lo que ahora es la polio o el sarampión en los países desarrollados’. El vaticinio es de Larry Norton, presidente de la Sociedad Americana de Oncología Clínica, conocida con las siglas de ASCO, y jefe del Servicio de Tumores Sólidos en el Memorial Sloan Kettering Cancer Center de Nueva York (Estados Unidos). Norton, considerado una autoridad mundial en oncología, ha participado recientemente en Madrid en una conferencia sobre cáncer de mama organizada por Hernán Cortés-Funes, jefe del servicio de Oncología del hospital Doce de Octubre. El especialista norteamericano considera que gracias a la biología molecular, en esta década se avanzará más en el conocimiento del cáncer que en el resto de la historia de la medicina.” (Sánchez 2001)

En este caso se trata de un texto mucho más largo, que intenta explicar el motivo de tanto optimismo. Pero así como en la nota breve comentada anteriormente, de la lectura del titular y primeras líneas del texto, lo que queda es la imagen de que la medicina, en breve, podrá convertir el cáncer en una enfermedad menos preocupante.

Un ejemplo de sensacionalismo sobre situaciones de riesgo es la noticia publicada en “El País” el 27 de febrero de 2008. Firmado por la periodista Lali Cambra, con el titular “La OMS alerta del riesgo de una epidemia de tuberculosis sin cura”:

“Con casi 500.000 nuevos casos al año, la Organización Mundial de la Salud (OMS) alertó ayer de que la tuberculosis resistente (bautizada como MDR, *multi-drug resistant*, en su acrónimo en inglés), de no controlarse, puede degenerar a su vez en una epidemia de tuberculosis extremadamente resistente (XDR), letal, para la que apenas hay tratamiento. Un total de 45 países del mundo han comunicado ya al menos un caso de XDR, de acuerdo con un estudio presentado ayer por la OMS. El trabajo ha recopilado datos de 81 países entre 2002 y 2006.” (Cambra 2008)

En este caso, el titular es claramente sensacionalista. En el inicio del texto el alarma se va atenuando: en “cuatro años” 45 países comunicaron “al menos un” caso de este tipo de tuberculosis para el que “apenas hay tratamiento”. O sea, aunque se trata de una enfermedad grave, su alcance es muy reducido y no llega a ser incurable. Infelizmente, no son raros los casos en que la tentación de un titular llamativo vence el rigor de la información.

Para finalizar, Miquel Bruguera i Cortada, profesor de Medicina de la *Universitat de Barcelona* y ex presidente del Colegio Oficial de Médicos de Barcelona nos presenta un ejemplo de cómo la prensa puede agravar los temores o la preocupación de los pacientes con enfermedades crónicas al tratar la noticia con insuficiente rigor. Al hablar sobre las informaciones divulgadas en 1998 a partir del caso del contagio de hepatitis C a más de 50 pacientes atribuidos a un anestesista valenciano:

“Para dar mayor peso a la noticia, la prensa incluyó junto con la descripción de los hechos una información complementaria sobre la hepatitis C, haciendo énfasis en que la enfermedad producía cirrosis y carcinoma hepatocelular, sin matizar con qué frecuencia y en qué circunstancias ocurría esta evolución desfavorable. En las semanas siguientes

un gran número de mis pacientes me llamaron o me visitaron para preguntarme alarmados si ésta sería indefectiblemente la evolución de su enfermedad.” (Bruguera i Cortada 1999, p. 24).

2.4.2. Falsas expectativas

La creación de falsas expectativas es otro problema muy serio en el periodismo sanitario. La información sobre nuevas terapias y medicamentos, por ejemplo, cuando no contrastada suficientemente o presentada de manera inadecuada tiene efectos perjudiciales sobre los ánimos de los pacientes, sus familiares y amigos.

En opinión de Milagros Pérez Oliva, uno de los factores que contribuye a la creación de falsas expectativas tiene que ver con el funcionamiento de las investigaciones médicas:

“La obsesión por ser el primero y la necesidad de legitimar socialmente la búsqueda por tal de obtener recursos económicos está conduciendo al hecho que los hallazgos científicos se publiquen en fases cada vez más precoces del proceso de investigación. Son los ‘futuros’ de la medicina, aquella molécula que se acaba de descubrir y que se presenta como el próximo tratamiento de una enfermedad, sin tener en cuenta que lo será, en todo caso, cuando demuestre tener efectividad, primero en animales y después en humanos y, además, no provoque efectos adversos, es decir, a la cabeza de diez años y de unos centenares de millones de euros, suponiendo que todo vaya bien. Muchos de estos ‘futuros’ que se anuncian en los medios de comunicación nunca se llegan a concretar.” (Pérez Oliva 2008, p. 6).

Ejemplo de esto fue la polémica noticia publicada en el “*The New York Times*” el 3 de mayo de 1998. La periodista científica Gina Kolata, firmaba el texto, titulado “Esperanza en el laboratorio”:

“Dentro de un año, si todo va bien, el primer paciente con cáncer será inyectado con dos nuevas medicinas que pueden erradicar cualquier tipo de cáncer, sin efectos secundarios obvios y sin ninguna resistencia a los fármacos - en ratones. Algunos expertos en cáncer dicen que estas medicinas son el tratamiento más interesante jamás visto. Pero entonces atenúan su entusiasmo, recordando que la historia de tratamientos para el cáncer está llena de grandes expectativas que fueron seguidas de esperanzas quebrantadas cuando

drogas con efectos notables en animales fueron probadas en humanos. De todos modos, el *National Cancer Institute* considera estas dos medicinas su prioridad, según el doctor Richard D. Klausner, director de la institución. El doctor Klausner les considera la iniciativa más animadora en el horizonte del tratamiento del cáncer.” (Kolata 1998)

La noticia sigue explicando el funcionamiento de los fármacos, y alternando declaraciones moderadas con otras más optimistas en relación a las posibilidades de este tratamiento. El titular de la noticia no era sensacionalista, y su tratamiento tampoco, pero el texto era capaz de crear falsas expectativas entre los enfermos de cáncer y sus familiares, inspirándoles la confianza de que en el año 2000 sería posible que ya existiera un tratamiento para su enfermedad.

Gonzalo Casino también llama la atención para el hecho de que la divulgación de estudios epidemiológicos haya conducido a la divulgación de noticias según las cuales “prácticamente cualquier parámetro físico, costumbre alimenticia, hábito de conducta y otros rasgos personales han sido relacionados con una u otra enfermedad.” (Casino, 2003, p. 32). En la opinión de Gonzalo Casino, si no se explican bien los factores de riesgo y la fuerza de las asociaciones epidemiológicas, más que informar, se está desinformando.

Si es verdad que la investigación biomédica avanza desmintiendo hoy lo que ayer parecía cierto, el periodista sanitario debería ser más riguroso en la tentativa de evitar la información contradictoria y la creación de falsas expectativas.

2.4.3. Publicidad encubierta

La publicidad encubierta es un riesgo constante en la información sanitaria divulgada en los medios de comunicación. En España, la publicidad directa al público de los medicamentos que requieren prescripción está prohibida. Sólo se puede hacer publicidad de las medicinas que no necesiten prescripción médica, y aún así, previo autorización de la autoridad sanitaria. Como explica el *Comitè de Bioètica de Catalunya*, “la dificultad de llegar directamente a los pacientes a través de la publicidad ha provocado que en algunos casos se hayan desarrollado determinadas estrategias

informativas que, bajo una estricta legalidad, pueden llegar a ocultar su auténtica naturaleza promocional.” (2004, p. 62).

Para combatir este riesgo potencial, el médico y periodista científico Gonzalo Casino recomienda:

“¿Cómo abordar las innovaciones terapéuticas en los periódicos? Lo más sensato que cabe decir es que hay que hacerlo con cautela, prudencia, distancia y una buena dosis de escepticismo. La actitud básica a la hora de informar sobre las supuestas innovaciones terapéuticas debe ser la prudencia, para evitar la excesiva tecnificación de los contenidos y la creación de falsas expectativas en los lectores y pacientes (una información prudente y ponderada debe tener siempre presente que ningún fármaco carece de efectos secundarios: algunos conocidos, otros por conocer).” (Casino 2003, p.33)

El periodista científico y profesor de la *Universidade de São Paulo* Wilson da Costa Bueno, considera que el periodista debe tener presente la posibilidad de que por detrás de investigaciones científicas haya intereses inconfesables, como por ejemplo, provocar ambigüedades y falsear la verdad:

“En una noticia publicada recientemente en la prensa brasileña, el periodista Ricardo Balthazar cita una organización llamada *Arise*, fundada a finales de los años 80, e integrada por unos 50 científicos, casi todos europeos, que tiene como objetivo difundir resultados de investigaciones que estén de acuerdo con los intereses de grandes empresas. Según el periodista, Philip Morris, Coca-Cola y Nestlé son patrocinadores de la organización y, por esta razón, sus investigaciones suelen confortar a los que fuman demasiado o que no pueden evitar los alimentos calóricos. Los estudios patrocinados por la organización destacan los efectos calmantes del hábito de fumar. Sostienen que una tableta de chocolate al día puede aumentar hasta en un 52% el nivel de tranquilidad de un individuo. Afirman que el café ayuda a ver mejor. Y dicen que las dietas saludables recomendadas por los médicos se basan en encuestas que son, como mínimo, cuestionables.” (Da Costa Bueno 2001)

El profesor Da Costa Bueno alerta para el hecho de que uno de los retos de los periodistas científicos (recomendación que podría ser extendida a los periodistas

sanitarios) es mantener una actitud crítica, cotejando siempre la información que llega a sus manos con otros datos e investigando el origen de las fuentes. Esta es la única manera de evitar ser un agente involuntario de la publicidad encubierta.

2.4.4. Exceso de confianza en las fuentes

La cuarta y última disfunción asociada al periodismo sanitario que será resaltada en este capítulo es el exceso de confianza hacia las fuentes científicas y médicas. Esta actitud acaba por resultar en lo que el periodista, escritor y político italiano Furio Colombo ha denominado “noticia acatamiento”, como explica la periodista Milagro Pérez Oliva:

“Por la naturaleza de las fuentes y la materia que trata, la noticia científica es de las más susceptibles de convertirse en aquello que Furio Colombo califica como noticia-acatamiento: ‘La natural resistencia a indagar que se extiende por el periodismo contemporáneo no tan sólo se refuerza cuando la fuente es científica, sino que tiende a presentarla como absolutamente segura’, dice.” (Pérez Oliva 2008. p.4)

A pocos periodistas se les ocurre dudar de la opinión de un Nobel de Medicina, por ejemplo, y muchos periodistas no se preocupan en contrastar la información publicada en una revista científica de prestigio como *The New England Journal of Medicine*. Este exceso de confianza y falta de comprobación acaba por empobrecer la información, permitiendo la divulgación de un pensamiento científico único.

El profesor Wilson da Costa Bueno también escribe sobre la tendencia de los periodistas científicos y sanitarios a creer en sus fuentes expertas:

“Cuando el periodista se encuentra delante de un investigador, un científico o un técnico, por lo general supone que, en este medio especializado, las palabras y las intenciones están exentas, o sea, que no hay motivo para estar vigilante. Tal actitud tiene que ver con la imagen de la ciencia como una actividad noble, comprometida con el progreso y el bienestar de la humanidad. El experto, en la condición de portavoz de la ciencia y la tecnología, estaría, para los que creen en esto, lejos del proceso de contaminación que afecta a las fuentes de noticias en general.” (Da Costa Bueno 2005)

Para Da Costa Bueno, al entrevistar un investigador, el periodista debería tener los mismos cuidados de cuando se encuentra con un político o un directivo de una empresa. Esto porque, en la opinión del periodista y profesor brasileño, desde un punto de vista de compromisos e intereses, las diferencias entre investigadores, políticos o empresarios no son significativas.

2.5. Acciones para un Periodismo Sanitario de calidad

Desde distintas asociaciones se han elaborado propuestas de acciones para intentar minimizar las disfunciones y, así, garantizar la calidad de este tipo de información. Merece la pena destacar las iniciativas de tres de estas agrupaciones: la española Asociación Nacional de Informadores de la Salud (ANIS), la estadounidense *Association of Health Care Journalists (AHCJ)* y el *Comitè de Bioètica de Catalunya*.

La Asociación Nacional de Informadores de la Salud fue creada en 1994 y reúne actualmente a más de 500 profesionales. La entidad destaca entre sus objetivos defender los derechos y proteger los intereses de los asociados en su actividad profesional, fomentar su formación y velar por la ética profesional.

Su equivalente en Estados Unidos es la *Association of Health Care Journalists (AHCJ)*, una asociación independiente y sin ánimo de lucro, creada en 1998. Según sus creadores, su misión es mejorar la calidad, la exactitud y la visibilidad de la cobertura periodística de los temas sanitarios. Y destacan como su primer objetivo apoyar una cobertura de sanidad de alta calidad en todos los medios de comunicación.¹²

Como ya se ha comentado anteriormente, el *Comitè de Bioètica de Catalunya* es un órgano asesor del Departamento de Salud de la *Generalitat de Catalunya*, y mantiene un grupo de trabajo dedicado a discutir las consideraciones éticas con relación a la información sanitaria y los medios de comunicación.

¹² Esta información puede se encontrada en la página web <http://www.healthjournalism.org/about-jump.php>. Última consulta realizada el 16 de junio de 2012.

Estas tres entidades han redactado en los últimos años trabajos en que proponen acciones para mejorar la calidad de la información sanitaria. En 2004, la *Association of Health Care Journalists (AHCJ)* publicó su declaración de principios. En este texto, de cinco páginas, la asociación presenta algunos problemas afrontados por los periodistas especializados en sanidad y ofrece propuestas para solucionarlos. La declaración está dividida en cuatro bloques: “Profesionalidad”, “Independencia”, “Integridad” y “Responsabilidad” (Schwtizer 2004).

En este mismo año, el *Comitè de Bioètica de Catalunya* publicó un estudio titulado “Consideraciones éticas en torno a la información sanitaria”. El texto, elaborado por un grupo de trabajo formado por médicos y periodistas, pretendía, a partir de la reflexión sobre algunos rasgos del tratamiento de la información sanitaria, señalar un conjunto de pautas y recomendaciones que podrían ayudar a orientar tanto los profesionales sanitarios como los medios de comunicación. Al final del texto, en un anexo, se publicó una guía para los profesionales de los medios de comunicación dividido en cinco bloques: “Relevancia de la información”, “Credibilidad de las fuentes”, “Comunicar el riesgo”, “Confidencialidad de la información” y “Anticipar el impacto” (*Comitè de Bioètica de Catalunya* 2004).

En octubre de 2007, la Asociación Nacional de Informadores de la Salud (ANIS) publicó la “Declaración de Sevilla”, con los principios “para un ejercicio libre y responsable de la información en salud”. A continuación se reproduce el decálogo propuesto en esta declaración, que resume bastante bien los tópicos abordados en los dos trabajos citados anteriormente:

1. Veracidad. Identificar las fuentes informativas y contrastar las noticias. Evitar rumores e informaciones tendenciosas interesadas. Tener en cuenta que la noticia tiene muchos matices que requieren puntos de vista diferentes. Los periodistas deben tener presente que sus escritos, crónicas radiofónicas, videos o post, influyen en la audiencia y hacen que los ciudadanos tomen decisiones que repercuten en su propia salud.

2. Objetividad. Distinguir lo que es información sobre hechos constatables de lo que es opinión. Estar atento a los intereses de las fuentes y su relación con aquello que están comunicando. Nuestros intereses personales no pueden marcar la elección o enfoque de la noticia

3. Profesionalidad. Asegurar la calidad de la información. No esconder publicidad o propaganda en ella. Buscar opiniones autorizadas para contrastar datos. Uso profesional de vídeocomunicados o notas de prensa como fuente de información. Buscar la información sin subterfugios, cámaras ocultas (es sumamente extraordinaria la justificación de estas grabaciones). Dar enfoques positivos y no sólo negativos o acusadores. Hacer seguimiento de las noticias de tal manera que si se habla de resultados positivos de un estudio y se demuestran negativos, también se hagan públicos éstos.

4. Credibilidad. Fomentar el propio conocimiento en todo lo relacionado con la salud. Precaución al dar resultados preliminares en un ensayo. Informar sobre todos los aspectos de la noticia, sin olvidarse, por ejemplo, de los efectos secundarios. Asegurarse de que los datos son verdaderos antes de hacerlos públicos.

5. Respeto. No manipular imágenes, fotografías o testimonios. No obtenerlas sin consentimiento. No buscar el efecto dramático al contar una historia personal. No vulnerar la intimidad de las personas. Tener especial sensibilidad y conocer y respetar los límites legales cuando la información afecte a niños, personas con discapacidad o vulnerables. No estigmatizar y tener en cuenta el impacto que una información puede tener sobre un colectivo afectado.

6. Confidencialidad. Siempre que se haga una referencia con nombre y apellidos hay que citar las fuentes. Hay que respetar siempre el *off the record* y la confidencialidad cuando así nos hayamos comprometido con la fuente de información.

7. Honestidad La verdad y el respeto a las libertades individuales deben ser nuestros objetivos. Hay que usar un lenguaje sencillo y comprensible que traslade los mensajes al ciudadano. Huir de un lenguaje sensacionalista, evitar la espectacularidad y las informaciones que no tienen un fundamento científico-médico o crear falsas expectativas en los receptores de la información.

8. Independencia. Ejercer el derecho a la información sin aceptar sobornos, ni fomentar prebendas, ser observador imparcial. Las agendas de los organismos públicos y privados no deben dirigir nuestras agendas. Los periodistas pueden tener acciones en una compañía, realizar inversiones, u operaciones comerciales, siempre y cuando no usen el efecto información confidencial privilegiada, ni manipulen la información en beneficio propio o de terceros.

9. Autenticidad. Huir de la piratería, la copia o el plagio. Hay que dar siempre el *link* de acceso a la fuente originaria, si es pública. Mantener un espíritu crítico con el propio trabajo. El rigor y la objetividad también conllevan rectificar cuando alguien comete un error.

10. Responsabilidad. Acatar los Derechos Fundamentales reconocidos, no vulnerar la intimidad ni insultar, no ofender con calumnias ni injurias, no vulnerar el principio de presunción de inocencia, no hacer apología de las drogas, no hacer discriminación negativa ni racismo y evitar cualquier actividad o información que menoscabe la integridad personal o perjudique a inocentes, pacientes, periodistas, médicos, científicos, enfermeros o cualquier otra persona que esté involucrada en el área de la salud. Evitar la discriminación por motivos de género.” (ANIS 2007)

En términos generales, estas son recomendaciones para el buen ejercicio del periodismo en general. Actitudes que deberían ser observadas por periodistas independientemente de su área de especialización. La preocupación de las asociaciones de periodistas y de comités médicos de discutir los principios que deberían nortear el ejercicio del Periodismo Sanitario es una demostración de la importancia del impacto de esta especialización periodística sobre su público.

2.6. La importancia del Periodismo Sanitario

No todos se interesan por los últimos modelos de coches, invierten en la bolsa o son aficionados al fútbol. Pero sin duda todos aspiran a tener buena salud y se preocupan cuando algún familiar, amigo o uno mismo enferma. Potencialmente, por lo tanto, las noticias de salud tendrían un impacto mayor sobre los lectores que la información sobre coches, sobre el mercado financiero o sobre fútbol.

Uno de los criterios tradicionales para la selección de una noticia para publicación es su potencial de impacto. Como explica Warren Burkett (1990, p.51), muchos editores de noticias dicen que el mejor reportaje es aquél que afecta al mayor número de lectores. En el caso de la medicina, el potencial de impacto tiene dos lecturas importantes. Si por un lado garantiza que la noticia sanitaria conquiste un espacio en el periódico, por otro debería justificar que el periodista que escribe sobre estos temas tuviera mucha atención al tratarlos.

Más que otro tipo de información científica, las noticias sobre salud y medicina pueden afectar directamente a muchos lectores. Cuando el periodista escribe sobre una

enfermedad como el cáncer, su texto será leído por personas afectadas por la enfermedad, sea directa o indirectamente, en la condición de familiares y amigos. Y seguramente cualquier noticia sobre esta enfermedad tendrá un efecto importante sobre los ánimos de muchas personas. De la misma manera, cuando un periodista divulga cualquier tipo de recomendación, sea de un médico para una enfermedad específica, sea de un estudio que indica que determinada sustancia o alimento puede ser beneficioso en el combate o prevención de una enfermedad, debería ser consciente de que sus lectores tendrán esta noticia en cuenta para tomar decisiones en relación a su salud.

Pero no todo son amenazas, la información sanitaria, cuándo bien trabajada puede tener efectos muy beneficiosos para la audiencia. El profesor Serafín Chimeno Rabanillo defiende que como consecuencia del buen trabajo informativo del periodista sanitario, “las audiencias se irán formando y adquiriendo una cultura sanitaria, lo que podrá hacerles partícipes de la realidad sanitaria, tanto en calidad de beneficiarios de la misma, como de responsables de ella en algunos de sus aspectos. (Chimeno Rabanillo 2004, p.444)”

El profesor de Medicina de la *Universitat de Barcelona* y ex presidente del Colegio Oficial de Médicos de Barcelona, Miquel Bruguera i Cortada, comparte esta opinión y la amplía:

“Los efectos positivos de las noticias sobre temas médicos son obvios. En primer lugar, facilitan a los ciudadanos mayores conocimientos sobre la salud y la enfermedad, sobre los recursos sanitarios a los que pueden acceder y sobre el lenguaje médico, lo que les permite ser más independientes, más protagonistas en caso de enfermedad, así como más participativos en la toma de decisiones que les afectan, a la vez que les sensibiliza sobre los riesgos que ciertas conductas pueden representar para la salud.” (Bruguera i Cortada, 1999, p. 24)

A modo de conclusión, el buen ejercicio del Periodismo Sanitario contribuiría para que los ciudadanos fueran más conscientes de cómo mantener un buen estado de salud, bien como les ayudaría a ser más participativos en la toma de decisiones relacionadas con su salud. Por otra parte, el mal ejercicio del periodismo sanitario podría llevar al público a tomar decisiones equivocadas en relación a su salud, además de tener efectos

perjudiciales sobre los ánimos de aquellas personas acometidas por determinadas enfermedades, bien como sus amigos y familiares.

Capítulo 3: Escribir sobre cáncer

En el Periodismo Sanitario, así como en otras especialidades periodísticas, hay temas que aparecen con cierta regularidad en los medios, mientras otros reciben una cobertura muy intensa durante cierto período de tiempo para desaparecer completamente con la misma velocidad con la que surgieron. Los autores del Informe Quiral han nombrado “agudos” y “crónicos” a estos dos diferentes patrones de cobertura informativa. Como explica Gemma Revuelta, del Observatorio de Comunicación Científica de la *Universitat Pompeu Fabra*, los “temas agudos” suelen aparecer en la portada de los periódicos, invaden los espacios de opinión y llenan páginas y páginas de los diarios, mientras los “temas crónicos” tienen una presencia más discreta, pero también mucho más constante. (Revuelta 2006, p.18). Aún de acuerdo con el equipo responsable por el Informe Quiral, en el “patrón crónico”, se suele hablar sobre “patologías que requieren elevados recursos tecnológicos y de investigación” o sobre “patologías o condiciones de elevada prevalencia, sean o no graves”. (Revuelta y De Semir 2008, p.57).

El cáncer cumple estos dos requisitos, constituyéndose un buen ejemplo de “tema crónico”: por un lado, es una enfermedad que requiere grandes recursos tecnológicos para su investigación y que genera un flujo constante de información a los periodistas (en el formato de estudios publicados en revistas científicas de prestigio, principalmente) y por otro lado, es una enfermedad grave y con elevada incidencia (la Sociedad Española de Oncología Médica – SEOM - prevé que en 2012 se detectarán en España aproximadamente 208.000 nuevos casos¹³). Además, merece la pena destacar que el cáncer es una enfermedad que afecta a la población sin distinción de edad, sexo o clase social.

Como resultado de estos factores, como constata el Informe Quiral de 1999, “no hay semana en que no se publique algo acerca de su prevención y tratamiento” en los diarios de mayor difusión en España (De Semir y Revuelta 2000, p.33).

¹³ Información retirada de la página web de la SEOM: <http://www.seom.org/es/prensa/el-cancer-en-espanyacom/103644-el-cancer-en-espana-2012> (Última consulta realizada el 07 de septiembre de 2012).

¿Y cuales son las principales características de esta extensa cobertura informativa sobre el cáncer? Para contestar a esta pregunta, se han buscado estudios publicados en Estados Unidos, España y Brasil, todos ellos con el mismo objetivo común: analizar la cobertura del cáncer en periódicos, revistas, telediarios y programas de radio de interés general.

3.1. Los estudios sobre el tratamiento informativo del cáncer

En España, en los últimos años, fueron publicados tres estudios sobre el tratamiento informativo del cáncer. El primer de ellos, “Las noticias sobre el cáncer en los medios de comunicación escrita”, fue publicado en la Gaceta Sanitaria (una publicación de la Sociedad Española de Salud Pública y Administración Sanitaria) por García *et al* en el año 2000. El segundo estudio, titulado “El tratamiento informativo del cáncer 2001-2003”, fue coordinado por el periodista Kepa Aulestia y editado en 2004 por AccessOncología, una plataforma científica para la formación y divulgación oncológica, con la colaboración del laboratorio farmacéutico Amgem. El tercer estudio, muy reciente, ha sido publicado en 2012, se titula “Informe Quiral 2011. Medicina, Comunicación y Sociedad. Cáncer”, y ha sido dirigido por Gemma Revuelta y Vladimir de Semir, del Observatorio de la Comunicación Científica de la *Universitat Pompeu Fabra*.

En Estados Unidos, el país con la mayor cantidad de artículos científicos publicados en el mundo¹⁴, en los últimos 30 años fueron divulgados tan solo tres grandes estudios sobre el tratamiento informativo del cáncer en los medios de información general. Según Stryker *et al* (2005), la explicación para esta aparentemente escasa producción sería que en los últimos años se han publicado muchos estudios sobre el tratamiento informativo de diferentes tipos de cáncer (como el cáncer de mama o de piel) en lugar de estudios sobre el cáncer en general. También se podría añadir, con base en la búsqueda bibliográfica de este trabajo de investigación, una segunda explicación: en los últimos años se ha publicado mucho sobre el tratamiento informativo del cáncer en medios de información orientados a públicos específicos, como la prensa femenina o la

¹⁴ Según datos de un estudio de “*The Royal Society*” que pretendía proporcionar una visión general del panorama científico mundial en 2011. El estudio está disponible en la web: <http://royalsociety.org/policy/projects/knowledge-networks-nations/> Última consulta realizada el 7 de septiembre de 2012.

“*black press*” (medios de comunicación impresos dirigidos al público afroamericano). Stryker *et al* (2005) hacía referencia al que entonces era el último estudio publicado sobre el cáncer en los medios de información general: “*Covering Cancer: Newspapers and the Public Interest*”, de Freimuth *et al* (1984), publicado en el *Journal of Communication*, la revista científica de la *Internacional Communication Association*. Antes de este, los mismos autores habían publicado una primera versión del estudio, en 1979. En 2008, un estudio coordinado por Michael D. Slater vino romper este silencio de más de 20 años con la publicación del artículo “*News Coverage of Cancer in the United States: A National Sample of Newspapers, Televisión, and Magazines*” en el “*Journal of Health Communication*”.

Además de las investigaciones en el ámbito del estado español y de Estados Unidos, la búsqueda bibliográfica ha retornado dos otros trabajos, ambos publicados en Brasil. Claudia Jurberg, coordinadora del *Núcleo de Divulgação do Programa de Oncobiologia* de la *Universidade Federal do Rio de Janeiro*, ha publicado diversos trabajos sobre “cáncer y medios de comunicación”. Para los propósitos de nuestra investigación nos interesan particularmente dos de ellos. En el artículo titulado “*Um olhar sobre as revistas: o caso da divulgação em câncer*”, Claudia Jurberg y Bruno Macchiute analizan la cobertura del tema cáncer por tres revistas brasileñas a lo largo de ocho años. Y en otro artículo, titulado “*Na mira do câncer: o papel da mídia brasileira*”, Claudia Jurberg, Maria Emmerick Gouveia y Camila Belisario analizan la cobertura del cáncer por parte de más de 50 periódicos brasileños a lo largo de dos años.

Todos estos trabajos comparten el interés por comprender la cobertura informativa del cáncer por los medios de comunicación de sus respectivos países de origen. Presentan cuestionamientos comunes – relacionados, por ejemplo, con las fuentes o con la temática de las noticias – y también intereses más singulares. A continuación se discutirán los aspectos más importantes de cada uno de ellos con el propósito de intentar establecer un perfil de la noticia sobre cáncer.

3.1.1. Evolución de la investigación sobre la cobertura informativa del cáncer en el estado español

En el año 2000, un grupo de investigadores vinculados al Observatorio de Comunicación Científica de la *Universitat Pompeu Fabra* y al Servicio de Prevención y Control de Cáncer del *Institut Català d'Oncologia* publicó un artículo en la revista "Gaceta Sanitaria" sobre la cobertura informativa del cáncer en los medios de comunicación escrita españoles.

Según sus autores, el objetivo del estudio era "analizar las tipologías de noticias, los perfiles temáticos y las fuentes de información de las piezas periodísticas sobre el cáncer publicadas en la prensa dirigida al público general en la comunidad autónoma de Cataluña." (García *et al* 2000, p. 140).

Fueron analizados 974 piezas periodísticas publicadas entre 1 de abril y 31 de diciembre de 1996 en los diez periódicos de mayor difusión en Cataluña, sus suplementos dominicales y suplementos de ciencia/salud, en dos revistas de información general, dos revistas de prensa femenina, dos revistas de divulgación científica y una revista sobre "estilo de vida".

En relación a los diarios, los autores del estudio los han dividido entre nacionales ("El País" (ed. Cataluña), "ABC", "El Periódico de Catalunya", "El Mundo", "La Vanguardia" y "Avui") y comarcales ("Diario de Tarragona", "Segre", "Eco" y "El Punt Diari"). De entre los suplementos dominicales, fueron analizados: Blanco y Negro, de "ABC"; Presencia, de "El Punt Diari"; La Revista, de "El Mundo"; El País Semanal; La Vanguardia Magazine; El Semanal, de "Diari Tarragona"; Avui Diumenge y El Dominical, de "El Periódico de Catalunya". También fueron analizados tres suplementos de ciencia y salud (Salud, de "El Mundo"; ABC de la Ciencia y Ciencia y Salud, de "La Vanguardia"), además de dos secciones que fueron contabilizadas como suplemento de ciencia: Salud y Futuro, de "El País". En relación a las revistas, fueron analizadas "Tiempo", "Época", "Pronto", "Mia", "Quo", "Muy Interesante" e "Integral".

Los autores presentan sus resultados en términos de la importancia del cáncer en los textos analizados, el género periodístico utilizado para escribir sobre cáncer, el espacio donde se publicó la noticia, su autoría, sus fuentes y los principales temas tratados.

En relación a la importancia del cáncer en los textos seleccionados, los investigadores afirman que la enfermedad es el tema principal de 72% de los textos de los suplementos de ciencia/salud, de 63,4% de los textos de los diarios comarcales y de 54,7% de los diarios nacionales.

En materia de género periodístico utilizado, considerando el total de los textos analizados, 50,4% son informaciones, 24,2% son noticias breves y 12,8% son reportajes. Si consideramos la división de los autores del estudio entre diarios, suplementos dominicales, suplementos de ciencia y salud y revistas, los diarios y los suplementos de ciencia y salud utilizan mayoritariamente los géneros información y noticia breve, mientras los suplementos dominicales utilizan principalmente el género reportaje e información y las revistas prefieren los géneros reportaje y noticias breves.

Cuanto a la ubicación de los textos sobre cáncer, los autores destacan que en la prensa nacional ellos suelen aparecer en las secciones “Sociedad” y “Ciencia”, mientras en la prensa comarcal suelen estar en las secciones “Local” y “Actualidad”.

Sobre la autoría de los textos publicados sobre cáncer en los medios analizados, los periodistas firman 78,1% de los textos, sin diferencias significativas de un medio a otro. Sobre este porcentaje tan elevado, los autores del estudio ponderan que sería más realista decir que las noticias son elaboradas por periodistas a partir de noticias de agencias. Esta observación surge a raíz de que “en algunos casos se ha detectado que el mismo texto se publicó en diferentes medios con la única diferencia del título y de que en algún caso faltaba un párrafo” (García *et al* 2000, p. 144).

Finalmente, en relación a las fuentes de las noticias y sus principales perfiles temáticos, los autores observan que los diarios y suplementos dominicales utilizan como principales fuentes de noticias las instituciones políticas, las instituciones científicas y las instituciones sanitarias, en este orden. Y en relación a los perfiles temáticos, ellos tratan, principalmente de los riesgos ambientales y tecnológicos, los factores de riesgo y

prevención del cáncer y conflictos relacionados con la administración. Ya los suplementos de ciencia y salud utilizan como principales fuentes de información a las revistas científicas, las instituciones sanitarias y las instituciones científicas, en este orden. En relación a los perfiles temáticos, hablan principalmente de investigación básica, factores de riesgo y prevención del cáncer y nuevas terapias. Las revistas, finalmente, utilizan como principales fuentes de información las instituciones sanitarias, las instituciones científicas y entrevistas personales, y hablan principalmente de los factores de riesgo y prevención del cáncer, las nuevas terapias y los riesgos ambientales y tecnológicos.

Los autores afirman que su estudio presenta limitaciones, pero no dicen exactamente cuales son ellas. De nuestra parte, solo destacaríamos que no queda muy clara la razón porque, en la presentación de los resultados, para analizar las secciones en las que se publican los textos sobre cáncer se separan los textos de los diarios nacionales y comarcales, pero al hablar sobre género periodístico, fuentes y perfiles temáticos se presentan los datos sumados en “Diarios”. Igualmente, no queda claro porque al hablar sobre género y fuentes se consideran los diarios y los suplementos dominicales separadamente, pero al hablar sobre los perfiles temáticos se presentan los resultados sumados, en “Diarios”.

Tres años más tarde, bajo la coordinación del periodista Kepa Aulestia, la plataforma científica Access Oncología (subvencionada por el laboratorio farmacéutico Amgen) publicó un nuevo estudio sobre la cobertura informativa del cáncer en el estado español. El objetivo de esta investigación, según sus autores, era destacar los aspectos en los que se podría mejorar la cobertura informativa del cáncer. Para esto, han realizado un análisis cualitativo de la cobertura periodística de esta enfermedad por los diarios “El País”, “El Mundo”, “ABC”, “El Periódico de Catalunya”, “La Vanguardia”, “La Voz de Galicia” y “El Correo” entre 2001 y 2003, además de un seguimiento “no exhaustivo” (en palabras de los autores) de la información emitida por distintas cadenas de radio y de televisión.

Los autores dividen su discusión en tres partes: “De los valores”, “De la deontología” y “Del periodismo”. El último es el más extenso, más de la mitad del informe esta

dedicada a una veintena de aspectos de la cobertura periodística del cáncer por los medios.

El estudio discute diversos aspectos de la cobertura periodística, ora destacando características del tratamiento informativo del cáncer, ora presentando orientaciones sobre como se podría mejorar esta cobertura. Para los propósitos de este capítulo, se destacarán las consideraciones sobre el tratamiento informativo de la enfermedad por los medios, más que las discusiones de los aspectos éticos y recomendaciones.

En la primera parte del estudio, “De los valores”, los autores critican la existencia de muchas informaciones que presentan el cáncer como un desafío a la voluntad del enfermo y en la segunda parte, “De la deontología”, resaltan que, en España, la curación suele ser la noticia, y no la enfermedad: “a tenor de las informaciones publicadas, cabría concluir que la descripción del propio mal, de sus síntomas, de sus efectos y de los efectos de las terapias disponibles no constituye un material informativo de interés.” (Aulestia 2004, p.9).

En la tercera parte, “Del periodismo”, los autores destacan diversos aspectos de la cobertura informativa del cáncer. Algunas características discutidas son las fuentes de las noticias, la falta de contextualización y la discontinuidad de temas.

Sobre la cuestión de la discontinuidad en la cobertura sobre el cáncer, según el informe, “es frecuente encontrarse con noticias que sugieren la existencia de una información de interés o que avanzan acontecimientos de relevancia para, con posterioridad, verlas postergadas por la irrupción de otras noticias de mayor actualidad.” (Aulestia 2004, p.21). Concretamente en las informaciones sobre cáncer, tal tendencia se muestra en dos tipos de informaciones: en las noticias sobre hallazgos científicos y en las noticias que sugieren una crisis sanitaria. En el primer caso, los autores afirman ser habitual encontrar una información “que anuncia un hallazgo de trascendencia presentado con titulares que realzan su importancia para que ni el periodista que ha elaborado la noticia ni el medio que la ha publicado vuelvan sobre el tema nunca más.” (Aulestia 2004, p.21). Y en el caso de las noticias relacionadas a supuestas crisis sanitarias, los autores critican que las denuncias públicas que surgen periódicamente sobre la existencia de factores cancerígenos en una planta industrial o en un servicio hospitalario o sobre los

efectos de los teléfonos móviles o de las antenas sobre la aparición de cánceres, tiendan a “describir una secuencia más o menos alarmante que en muy pocas ocasiones llega a ofrecer una conclusión precisa, sea esta científica o médica, o responda a una resolución judicial.” (Aulestia 2004, p.21). De hecho, el estudio afirma que todos los casos de crisis de cierta relevancia relacionados con el cáncer que han sido divulgados en los diarios analizados entre 2001 y 2003 seguían abiertos o inconclusos en 2004.

Los autores observan también que hay medios que basan su cobertura sobre el cáncer en hallazgos científicos, principalmente relacionados a la investigación básica. El problema de este enfoque, en su opinión, es que “la enfermedad tampoco puede convertirse en una categoría abstracta que suplante al enfermo.” (Aulestia 2004, p.18). El estudio también destaca otro desvío, que sería el hecho de que hay medios que basan su cobertura sobre el cáncer en noticias de agencia, sin acompañarlas de ningún tipo de “aportaciones de especialistas médicos de mayor proximidad” (Aulestia 2004, p.19). En ambos los casos, se observa el mismo problema: que en muy pocas ocasiones las informaciones sobre avances científicos vienen acompañadas de la opinión de un oncólogo médico capaz de explicar la información desde el punto de vista de su aplicabilidad.

Durante todo el estudio, los investigadores critican la falta de contextualización en la cobertura informativa, y llegan a afirmar que hasta cuando el periodista intenta contactar un oncólogo médico, el resultado no siempre es satisfactorio:

“En muy pocas ocasiones la información publicada sobre un hallazgo científico contiene indicaciones y matices referidos a su aplicabilidad real frente al cáncer, o respecto al tiempo que deberá transcurrir para convertir dicho hallazgo en una terapia eficaz. Son pocas también las ocasiones en las que una información científica relacionada siquiera remotamente con el cáncer es ofrecida acompañándola del criterio y de la opinión de oncólogos médicos que pudieran interpretar más a corto plazo su trascendencia. Además, en las contadas veces en las que esto se da prevalece la cautela evasiva en la exposición del criterio médico debida, sin duda, al hecho de que el especialista tampoco conoce con precisión la naturaleza de la información científica que circula por las agencias.” (Aulestia 2004, p.19).

El estudio también es crítico en relación a las recomendaciones de los medios respecto a como evitar la enfermedad. Según los autores, de un lado estarían las “prohibitivas”, que sugieren que “la prevención comporta evitar determinados consumos y hábitos sociales” (p.24 y 25). Y de otro lado estarían las “positivas”, que animan a adopción de hábitos saludables, pero tienden a presentarlos como “si por sí mismos fuesen una garantía frente a la posible aparición de cánceres en las personas que sigan tales consejos”. (p.25).

El estudio también hace mención especial a las noticias que hacen referencia a “cuantas materias, instalaciones o alimentos aparecen como susceptibles de inducir la aparición de cánceres o cuando menos como sospechosos desde el punto de vista de su potencial cancerígeno.” (p.25). El problema, en su opinión, es que “junto al listado de materias cuya toxicidad y potencial cancerígeno ha sido fehacientemente comprobado aparecen en ocasiones otras que han podido ofrecer indicios de riesgo o que simplemente han podido generar algún temor difuso.” (p.25). Es decir, junto al tabaquismo y a la exposición a la radiación, aparecen temas como el uso de *mountain bike* o el *jet lag*.

Aunque no presente ejemplos concretos, esta investigación indica que, así como en el caso de los estudios de Estados Unidos y de Brasil que veremos a continuación, se observa una presencia diferenciada de los diversos tipos de cáncer en la cobertura informativa. En la opinión de este estudio, esta presencia es en cierta medida proporcional a su “incidencia estadística y a su gravedad relativa.” en España (Aulestia 2004, p.13).

En relación a las fuentes de las noticias, también preocupa a los autores “la abusiva mención a ‘la opinión de expertos’ como referencia de autoridad sin que el informador identifique a los mismos”. (Aulestia 2004, p.23). En opinión del responsable del estudio, “el problema estriba en que los informadores lleguen a hacer una abusiva utilización de tal referencia para avalar de forma vaga la veracidad de la información que aportan o la solvencia de su labor.” (Aulestia 2004, p.23).

Aun sobre el tema fuentes, el estudio observa que los pacientes no suelen ser protagonistas de las noticias, pues:

“Por lo general, las informaciones de salud se refieren más a la curación que a la enfermedad, y más a la enfermedad que al enfermo. (...) La presencia del enfermo de cáncer en las informaciones está prácticamente limitada a dos supuestos: cuando la persona afectada aparece victoriosa frente a la enfermedad o cuando, todo lo contrario, ha sucumbido a ella. Son contadas las ocasiones en las que el enfermo narra lo que le ocurre si no se da la primera de las circunstancias.” (Aulestia 2004, p.26).

Este informe constituye un estudio sobre la cobertura informativa sobre el cáncer por los principales periódicos españoles entre 2001 y 2003, pero el hecho de que se trate de un análisis cualitativo dificulta la identificación de los medios que incurren en las prácticas criticadas en el estudio. Es posible que esta fuera la intención de los autores, hablar de los problemas de una manera más general, para que sus recomendaciones puedan ser extendidas a todos los medios que tratan del tema.

Finalmente se ha publicado recientemente el último estudio sobre la cobertura informativa del cáncer en el estado español, una edición monográfica del Informe Quiral. Los autores dividen el Informe Quiral 2011 en seis partes (a) la evolución en la cantidad de información sobre cáncer, (b) las primeras informaciones sobre el cáncer en los medios de comunicación de masas, (c) el cáncer en la prensa española en época más reciente, (d) la información sobre el cáncer en 2011, (e) las principales búsquedas de información sobre cáncer en Internet desde España y (f) el cáncer en las redes sociales electrónicas.

Como se puede observar, la tercera y la cuarta parte del Informe tratan de analizar la cobertura informativa sobre el cáncer en los últimos años. Para hablar sobre el cáncer en la prensa española en época reciente, los autores han utilizado como fuente las ediciones anteriores del mismo (de 1997 a 2009). Y para hablar sobre la información sobre el cáncer en 2011, han analizado la cobertura de tres medios nacionales – “El País”, “La Vanguardia” y “RTVE”, y otros tres internacionales – “*The New York Times*”, “*The Times*” y “*BBC*” a lo largo de aquel año.

Al analizar la cobertura informativa del cáncer en la prensa española en la época reciente, los autores destacan tres aspectos principales: (a) los temas más frecuentes, (b) las fuentes de información y (c) la cantidad de información.

De acuerdo con el Informe Quiral 2011, el cáncer estuvo entre los 15 temas más tratados por la prensa española en el ámbito de la salud en la primera década del siglo XXI. Y dentro de la cobertura informativa sobre el cáncer, el tumor de mama fue el que tuvo más visibilidad, seguido, en palabras de los autores “a gran distancia” de los cánceres de pulmón, próstata, colon y piel. Según los autores, todos estos tipos de cáncer afectan de manera importante a la población española, pero hay otros tipos también importantes que no han recibido la misma atención por parte de los medios, como los cánceres de estómago, vejiga o útero. Tal visibilidad de algunos tipos de cáncer en detrimento de otros igualmente importantes podría ser explicada porque:

“...la gravedad de una enfermedad es un factor para que los medios se fijen en ésta, pero hay otros muchos factores que influyen en esta decisión, unos son inherentes al propio tema (por ejemplo, a qué tipo de población afecta, si el tema produce novedades, etc), mientras que otros factores están más relacionados con la efectividad de los esfuerzos comunicativos de las fuentes emisoras de información (en este caso laboratorios farmacéuticos, hospitales, revistas científicas, universidades y centros de investigación, administración sanitaria, asociaciones de pacientes, etc). (De Semir *et al* 2012, p.17)

En relación a las fuentes de la información sobre el cáncer, según el Informe Quiral 2011, prevalecen los médicos, investigadores y representantes de asociaciones profesionales (78.70% de las fuentes), seguidos de las asociaciones de pacientes y de consumidores y organizaciones civiles (11.73%), de ministros, consejeros y representantes político-técnicos (8.09%) y representantes de laboratorios farmacéutico y del sector empresarial (1,49%).

Finalmente, cuanto a la cantidad de la información sobre cáncer publicada en la prensa española entre 1997 y 2009, los autores destacan que el año en que se han publicado más textos sobre la enfermedad fue 1999 (377 textos) y el año en que menos se ha informado sobre cáncer fue 2006 (190 textos). La media anual de textos entre los cinco diarios de la muestra fue de 266,5 y aunque febrero sea el mes en que se celebra el día mundial contra el cáncer, el mes en que más se ha publicado información sobre esta enfermedad ha sido junio.

Cómo se ha destacado anteriormente, el Informe Quiral 2011 también ha dedicado una parte de su análisis a la cobertura informativa del cáncer por la prensa, radio y TV, de España, Estados Unidos y Reino Unido a lo largo del año pasado. En esta parte del análisis, se han identificado los seis principales temas de las noticias y se los han analizado: (a) personalidades públicas (187 piezas periodísticas), (b) investigación y tratamientos para el cáncer (100 piezas periodísticas), (c) tipos de cáncer (95 piezas periodísticas), (d) controversias (39 piezas periodísticas), (e) factores de riesgo (36 piezas periodísticas) y (f) recortes económicos (8 piezas periodísticas).

Según el Informe Quiral 2011, el principal tema en la cobertura informativa sobre el cáncer en ese año fueron las personalidades públicas. Los autores dividen la información sobre personalidades en dos bloques principales. De un lado estuvo la información sobre la salud de los políticos, teniendo como máximo exponente el diagnóstico del presidente de Venezuela, Hugo Chávez, en junio; y de otro lado estuvo la muerte de Steve Jobs, fundador de Apple, de un cáncer de páncreas, en octubre. La muerte de Jobs ha avivado, además, el debate sobre el uso de terapias alternativas en el tratamiento de la enfermedad, puesto que él ha recurrido a ellas, incluso en detrimento de los tratamientos de la medicina tradicional.

El segundo tema de mayor destaque en la cobertura informativa del cáncer ha sido la investigación y tratamiento de la enfermedad. Según el Informe Quiral 2011, todos los medios analizados dedicaron espacio a los avances en este campo, con destaque para cuatro aspectos: (a) los nuevos protocolos, personalizados y más específicos, en el uso de las técnicas de radioterapia y quimioterapia, (b) la investigación del cáncer basada en la genética – tanto desde el punto de vista del riesgo asociado a algunos tipos de cáncer, como en relación a su potencial terapéutico, (c) nuevos métodos de diagnóstico y tratamiento de la enfermedad y (d) la importancia de la alimentación en la prevención y el tratamiento del cáncer.

En el grupo de la información sobre tipos específicos de cáncer, prevalecieron las noticias sobre el cáncer de mama, siendo seguidas por los cánceres de colon, pulmón, próstata, piel y garganta. Uno de los destaques en la cobertura sobre el cáncer de mama ha sido la discusión sobre la validez de sus pruebas de detección.

En el tema “controversias”, los autores han agrupado aquellas noticias relacionadas “a la aprobación o no de la comercialización de fármacos para el cáncer, a las denuncias por mala praxis médica y a la información sobre remedios falsos contra el cáncer.” (De Semir *et al* 2012, p.36). El principal destaque, en este caso, han sido las noticias publicadas sobre el medicamento “Avastin”, del laboratorio Roche. En Estados Unidos, la polémica se refería al hecho de que la FDA (*Food and Drug Administration*) podría haber aprobado al medicamento (en el 2008) tras una evaluación demasiado rápida de su efectividad. En España también se han publicado noticias sobre este medicamento, pero con un enfoque totalmente distinto: muchos medios de comunicación españoles han difundido una noticia sobre los buenos resultados del “Avastin” en el tratamiento del cáncer colorrectal, y han utilizado una misma fuente: una nota de prensa del propio laboratorio Roche.

En relación a los factores de riesgo, el Informe Quiral 2001 destaca cuatro de ellos: (a) el peligro de sustancias tóxicas como plutonio, plomo, arsénico, cadmio y amianto, (b) la contaminación del aire, (d) el consumo de alcohol y tabaco y (d) los teléfonos móviles. Sobre este último, los autores destacan que “El País”, “La Vanguardia” y “The New York Times” dedicaron cada uno más de tres noticias sobre este tema a lo largo del año.

Finalmente, el último gran tema en la cobertura informativa del cáncer de mama ha sido la crisis económica en Europa y los recortes en los gastos públicos decurrentes de ella. El Informe Quiral 2011 destaca algunas noticias publicadas en “El País” y “The Times” sobre el impacto de los recortes sobre el diagnóstico y el tratamiento del cáncer.

3.1.2. Evolución de la investigación sobre la cobertura informativa del cáncer en Estados Unidos

El que fue durante décadas el único estudio sobre la información sobre el cáncer publicada en medios de información general estadounidenses fue realizado en 1977 y repetido en 1980. Coordinado por Vicki S. Freimuth, sus resultados fueron publicados en 1984 en el “*Journal of Communication*”.

El objetivo del estudio era proporcionar datos cuantitativos sobre la cobertura informativa del cáncer por los periódicos estadounidenses. El estudio se propone a responder a cinco cuestiones de investigación: (a) si la cobertura de los diferentes tipos de cáncer es proporcional a sus tasas de incidencia; (b) si la cobertura sobre cáncer proporciona la información que los individuos necesitan para entender y buscar ayuda para si mismos; (c) si las noticias sobre cáncer coinciden con los conceptos que la población tiene sobre la enfermedad; (d) cómo los titulares de las noticias sobre cáncer reflejan su contenido; y (e) si las columnas sobre salud proporcionan información diferente en relación a las noticias.

El artículo habla sobre dos estudios, el primero conducido en 1977 y el segundo siendo una repetición ampliada del primero y conducido en 1980¹⁵. Según los autores, el estudio de 1977 fue realizado para proporcionar información cuantitativa sobre la cobertura de los diferentes tipos de cáncer y sobre temas como detección, prevención, tratamiento y como afrontar la enfermedad. El estudio de 1980 incluyó una nueva unidad de análisis, los titulares de las noticias. También incluyó los artículos sobre salud en la muestra (examinados separadamente de las noticias).

Se trata de un análisis de contenido de noticias de los 50 principales diarios de Estados Unidos, publicados durante los meses de agosto, septiembre y octubre de 1977 y de 1980. La muestra de 1980 era de 1466 artículos y la muestra de 1977 era de 2138 artículos.

Los autores afirman que 55% de las noticias de 1980 y 57% de las noticias de 1977 son firmadas por agencias de noticias. Además, la gran mayoría (83% en 1980 y 85% en 1977) de los textos son noticias, mientras tan solo 2% de los textos de 1980 y 1% de los textos de 1977 son reportajes. El cáncer es el tema principal de 82% de los textos en 1980 y de 78% de los textos en 1977. Finalmente, aproximadamente dos tercios de los textos de 1977 y de 1980 hablan de tres temas: “causas del cáncer”, “tratamiento” y “famosos y cáncer”. Los otros temas tratados de acuerdo con la codificación de este estudio son: “prevención”, “asociaciones de cáncer”, “convivir con cáncer” y “otros”.

¹⁵ Sobre el primer estudio, realizado en 1977, ya se había publicado un artículo en 1979: “A content analytic study of daily newspaper coverage of cancer”, en *Communication Yearbook*, V.3, p. 645-654, firmado por Greenberg, R., Freimuth, V.S., y Bratic, E.

De acuerdo con los autores, en la muestra de 1980, 17% de los textos incluyen estadísticas de incidencia del cáncer en general. Este dato es similar al de 1977. Al intentar comparar la distribución de las referencias a tipos específicos de cáncer con sus tasas de incidencia entre la población, los autores constatan que las referencias al cáncer son mayoritariamente a la enfermedad en general en lugar de tipos específicos de cáncer. El cáncer colorrectal, que presenta la mayor incidencia en 1977 y la segunda mayor incidencia en 1980, esta en séptimo en el ranking de 1977 de los tipos de cáncer que más aparecen en las noticias y en sexta posición en 1980. La comparación entre las referencias en las noticias y las tasas de incidencia son más proporcionales en las dos muestras para el cáncer de mama y el cáncer de pulmón.

Con relación a la segunda cuestión de investigación, sobre en qué medida la cobertura sobre cáncer proporciona la información que los individuos necesitan para entender y buscar ayuda para si mismos, los autores destacan que las noticias no proporcionan información sobre prevención, riesgos, detección y tratamiento del cáncer, información considerada vital para que los individuos entiendan y puedan actuar en relación a la enfermedad. Para ellos, esta información es crucial si se considera el hecho de que para cada uno de los cuatro tipos de cáncer mas prevalentes (cáncer de pulmón, colorrectal, de mama y de útero), existen diferentes medidas de prevención, detección y tratamiento que el individuo debe tomar. La prevención o maneras de minimizar el riesgo de contraer cáncer son el tema principal de tan solo 6% de los textos de 1980 y de 4% de los textos de 1977.

Los factores de riesgo recibieron más cobertura en 1980 que en 1977. 47% de los textos de 1980, comparadas con aproximadamente 20% de los textos de la muestra de 1977, incluyen la discusión de uno o más factores que aumentan el riesgo inicial de un individuo contraer un tipo específicos de cáncer. En 1980, 55% de los textos sobre factores de riesgo mencionan el medio ambiente. El estilo de vida es el segundo factor de riesgo más mencionado (41%). En la muestra de 1977, medio ambiente y estilo de vida aparecen en 85% de los textos sobre factores de riesgo.

La detección es el tema principal en tan solo 3% de las noticias en la muestra de 1980 y 2% en la muestra de 1977. En relación a los tipos específicos de cáncer, la discusión sobre testes para detección precoz y señales de la enfermedad es mínima. En las dos

muestras, aproximadamente 10% mencionan testes para detección precoz y tan solo 6% de las historias de 1980 y 2% de las historias de 1977 describen señales que pueden indicar un cáncer en fase inicial.

El tratamiento del cáncer es mencionado en aproximadamente 20% de los textos de 1980, un dato comparable a 1977. Cirugía y quimioterapia, los métodos más frecuentes, son los más mencionados en la cobertura sobre este tema.

Con relación a la tercera cuestión de investigación, sobre si las noticias sobre cáncer coinciden con los conceptos que la población tiene sobre la enfermedad, en primer lugar, los autores trazan un perfil de la percepción de la sociedad sobre el cáncer. Ellos presentan datos que indican que, para la población, el cáncer es considerado la enfermedad mas grave y debilitadora que ninguna otra, que el conocimiento sobre los factores de riesgo asociados al cáncer es bajo, que el diagnostico del cáncer es recibido como un sentencia de muerte.

A continuación, los autores hablan de la percepción transmitida por los periódicos. Ellos destacan que la cobertura de las causas del cáncer sugiere que “todo causa cáncer”, reforzando así los miedos del público. En 1980, el 33% de todas las historias hablan de las causas del cáncer, comparado con el 22% en 1977. En la muestra de 1980, causas medio-ambientales (polución del aire y del agua, radiación y pesticidas) y exposición laboral a productos carcinogénicos son las menciones más frecuentes como principales causas del cáncer. En la muestra de 1977, causas ambientales y productos químicos/drogas son mencionados con más frecuencia.

Los autores también destacan que las noticias sobre cáncer tienden a enfatizar la muerte en lugar de la superación de la enfermedad. Esta cobertura también parece reforzar la percepción de la población de que el diagnóstico del cáncer sea una sentencia de muerte. Menos de 5% de los textos de 1977 o de 1980 hablan de recursos financieros, ayuda psicológica u organizaciones de pacientes de cáncer y sus familiares. Las historias de interés humano, capaces de proporcionar una diferente perspectiva sobre la enfermedad, representan tan solo un 7% de cada una de las muestras.

Las dos últimas cuestiones de investigación se refieren sólo al estudio de 1980. La cuarta cuestión de investigación era como los titulares de las noticias sobre cáncer reflejan su contenido. Para responder a esta pregunta los titulares de la muestra de 1980 fueron codificados de acuerdo con los criterios de si eran exactos o no, ambiguos o claros, si despertaban miedo o no, y si el lenguaje era optimista, pesimista o neutro. Según el estudio, más de 90% de todos los titulares son resúmenes exactos del contenido de los textos. Y la mayoría de los titulares ni es ambigua, ni despierta el miedo. Pero cuando se mencionan las causas o factores de riesgo de cáncer en el texto, cerca de la mitad de los titulares se considera atemorizante. El lenguaje de los titulares sobre cáncer es más neutro que optimista o pesimista. Pero una vez más, los titulares de las noticias que tratan específicamente de las causas del cáncer son más pesimistas.

Finalmente, la quinta cuestión de investigación se refería a si las columnas sobre salud proporcionan información diferente en relación a las noticias. En el estudio de 1980 se analizan 100 columnas sobre salud, publicadas por las 50 compañías más importantes durante agosto, septiembre y octubre. Seis de cada diez columnas están firmadas por médicos y la conclusión del estudio es que su contenido no difiere significativamente del contenido de las noticias.

Si nos fijamos en los datos cuantitativos de las comparaciones entre 1977 y 1980 notamos que no hay mucha diferencia en la cobertura periodística del cáncer, en lo que se refiere a los temas investigados por los autores. Tan solo un factor sobresale como diferente. En la muestra de 1980 se habla más de factores de riesgo del cáncer en comparación a 1977. Seguramente sería interesante observar una repetición de este estudio ahora para conocer los principales cambios en el enfoque de la cobertura periodística del cáncer en Estados Unidos a lo largo de las últimas décadas.

En 2008, un estudio estadounidense vino romper un silencio de más de veinte años sobre el tratamiento informativo del cáncer por los medios de comunicación de información general de aquel país. En esta investigación, el equipo liderado por Michael D. Slater analizó la cobertura de los medios estadounidenses sobre temas relacionados al cáncer por un periodo de dos años (2002 y 2003).

Para los autores de este estudio, la manera como los medios de comunicación cubren el cáncer puede tener importantes implicaciones en la prevención y el control de esta enfermedad. Ellos también consideran que la cobertura sobre el cáncer por los medios puede influenciar las políticas públicas y el comportamiento de los individuos en relación a su salud. Y por esta razón, juzgan de suma importancia entender la actual cobertura de los medios sobre el cáncer.

El objetivo de la investigación era caracterizar y analizar la cobertura de los medios estadounidenses de temas relacionados al cáncer en un periodo de dos años con una muestra nacionalmente representativa de periódicos y noticiarios de televisión, bien como muestra de revistas de información general. Adicionalmente, el estudio compara la cobertura de los periódicos de tipos específicos de cáncer con sus tasas de incidencia y mortalidad para establecer si la cobertura del cáncer es congruente con la realidad de la enfermedad.

El estudio pretendía responder a cinco cuestiones de investigación: (1) cómo es la cobertura del cáncer en relación a los temas tratados (por ejemplo: prevención, detección, tratamiento, causa, etc.); (2) cómo es la cobertura del cáncer en relación a los diferentes tipos de cáncer; (3) si hay diferencias en los temas tratados en función de los tipos específicos de cáncer; (4) cuál es la relación entre la cobertura de los diferentes tipos de cáncer y las tasas de incidencia en Estados Unidos; y (5) cuál es la relación entre la cobertura de los diferentes tipos de cáncer y las tasas de mortalidad en Estados Unidos.

Los autores han utilizado el análisis de contenido para investigar la cobertura periodística del cáncer en los medios de comunicación de Estados Unidos. Para llegar a una muestra representativa de los telediarios y periódicos de 2002 y 2003, los autores crearon dos meses de 28 días, uno para 2002 y otro para 2003. Para cada mes, construyeron 1 semana para cada estación del año, con la intención de balancear la muestra con respecto a los días de la semana y las estaciones del año. En el caso de los telediarios, fueron analizadas 560 ediciones (280 ediciones por año, o diez ediciones por día de la muestra). Para cada día de análisis, seis ediciones eran de canales locales y cuatro de telediarios nacionales. En el caso de los periódicos, fueron analizados 1064 ediciones (532 ediciones por año, 19 ediciones por día de la muestra, siendo 18

ediciones de periódicos locales y una edición del “USA Today”). Finalmente, en relación a las revistas, se han seleccionado tres: “Time”, “Newsweek” y “U.S. News & World Report”, y de cada una de ellas, una edición por mes (las tres son semanales) para los dos años seleccionados, totalizado 12 ediciones de cada una o 36 ediciones al año, 72 ediciones en el total de la muestra para 2002 y 2003.

En relación a la primera cuestión de investigación, sobre si se informa sobre el cáncer en términos de algunos temas principales, el “tratamiento” es el tema más recurrente en la cobertura de los periódicos, seguido de las “causas” y la “muerte”. La “prevención” es el tema menos tratado. El “tratamiento” es el segundo tema más noticiado tanto en los telediarios cuanto en las revistas, siendo superado por el tema “diagnóstico” en las revistas y por el tema “muerte” en los telediarios.

Ya con relación a la segunda cuestión de investigación, sobre la frecuencia de aparición de los diferentes tipos de cáncer en los medios, los autores concluyen que el cáncer de mama es el tipo de cáncer más frecuente tanto en los periódicos como en los telediarios y revistas. En el caso de los periódicos, el cáncer de colon, el segundo tipo que aparece con más frecuencia, recibe menos de la mitad de la cobertura dada al cáncer de mama. Los cánceres de próstata, de pulmón y de cerebro completan el ranking de los cinco tipos de cáncer que más aparecen en la cobertura de los periódicos.

La tercera cuestión de investigación era si había alguna relación entre el tipo de cáncer y la temática de las noticias publicadas en los periódicos. Aquí, los autores no observan una relación clara entre los diferentes tipos de cáncer y los temas de las noticias sobre cáncer publicadas en los diarios estadounidenses. Y resaltan que los diarios no hablan más de prevención para aquellos tipos de cáncer en que ya se ha comprobado la eficacia de los programas de prevención o para aquellos tipos de cáncer en que se sabe poco sobre su prevención primaria. Además, advierten que aunque la mayoría de los cinco tipos de cáncer más cubiertos sigan el mismo patrón básico de la cobertura en general (es decir, relativamente más cobertura del tratamiento y las causas, relativamente menos cobertura de la prevención y detección/diagnóstico), hay diferencias dramáticas en relación al cáncer de pulmón. Por ejemplo, 25% de la cobertura del cáncer de pulmón esta relacionada a detección/diagnóstico y 30,6% de la cobertura esta relacionada con la muerte.

La cuarta cuestión de investigación era analizar la cobertura de los diferentes tipos de cáncer en comparación a las tasas de incidencia de los diferentes tipos de cáncer en Estados Unidos. Según los autores, los cánceres de mama, de colon, de cerebro, leucemia, cáncer cervical y de hígado tienen una cobertura informativa proporcionalmente más elevada que su tasa de incidencia (datos de 2003). Ya el cáncer de próstata, pulmón y linfoma tienen una cobertura proporcionalmente más baja que su proporción de incidencia (datos de 2003).

Y la última cuestión de investigación se refería a la relación entre la cobertura de los diferentes tipos de cáncer y las tasas de mortalidad de cada uno de ellos en Estados Unidos. En este caso, según los autores, los cánceres de mama, de próstata, de cerebro, leucemia, cáncer de faringe y cervical tienen proporciones más grandes de cobertura que de mortalidad (datos de 2003). Ya el cáncer de pulmón, de páncreas y el linfoma tienen una cobertura proporcionalmente más baja que su proporción de mortalidad (datos de 2003).

Los autores concluyen que hay mucha disparidad entre la cobertura del cáncer y la realidad de la enfermedad en Estados Unidos. Y se concentran en dos datos: (a) que la cobertura sobre los tipos específicos de cáncer no reflejan las tasas de incidencia y de mortalidad de estos tipos de cáncer y (b) que el gran énfasis en tratamiento y el poco énfasis en detección y prevención sugieren una conceptualización pública del cáncer como algo con que se debe preocupar después que ocurre, no antes.

Se trata de un estudio con una muestra realmente grande, se han analizado muchos medios periódicos y telediaros de todo Estados Unidos, lo que es una ventaja cuando el propósito es trazar un perfil de la cobertura informativa en el país. Pero el estudio es un poco pesimista al analizar la cobertura de los diferentes tipos de cáncer, pues aunque la relación de los 10 tipos de cáncer más divulgados y sus tasas de incidencia y mortalidad puedan parecer dispares, la comparación de los cinco tipos de cáncer más divulgados y de mayor incidencia y mortalidad no es tan mala. El cáncer de mama, el más divulgado, tiene la segunda tasa de incidencia y esta en tercer puesto en el ranking de mortalidad, mientras el cáncer de colon, el segundo más divulgado, es el cuarto de mayor incidencia y el segundo con mayor mortalidad. Ya el tercer cáncer más divulgado, el de próstata, es el primero en incidencia y el quinto en mortalidad, mientras el cuarto tipo más

divulgado, el de pulmón, es el tercero en incidencia y el primero en mortalidad. La mayor disparidad estaría en el quinto tipo de cáncer más divulgado, el de cerebro, que es tan solo el 16° en incidencia y el 10° en mortalidad.

3.1.3. Evolución de la investigación sobre la cobertura informativa del cáncer en otros países (Brasil)

El cáncer es la tercera causa de muerte en Brasil, después de las enfermedades del sistema circulatorio y las “causas externas” (accidentes y homicidios, por ejemplo). La *Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz)* es uno de los principales institutos de investigación en salud pública del país. Claudia Jurberg trabaja en *Fiocruz* y también es la coordinadora del *Núcleo de Divulgação do Programa de Oncobiologia* de la *Universidade Federal do Rio de Janeiro*. Esta doctora en difusión en Biociencias ha coordinado diversos trabajos sobre la comunicación y el cáncer. Para este estudio, se han seleccionado dos de sus trabajos, centrados específicamente en la cobertura informativa de esta enfermedad en la prensa brasileña. Los dos han sido publicados en 2006, el primero en la “*Revista Brasileira de Cancerologia*” y el segundo en la “*Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*”.

En el estudio “*Na mirada do câncer: o papel da mídia brasileira*”, el equipo formado por Claudia Jurberg, Maria Emmerick Gouveia y Camila Belisario ha analizado la cobertura periodística del cáncer por los principales periódicos de Brasil, tanto en su versión impresa cuanto electrónica.

Para las autoras, hay que estudiar como la prensa habla del cáncer porque la información es clave en la prevención de esta enfermedad. En este estudio, ellas objetivan aumentar el conocimiento sobre el tratamiento que los medios de comunicación impresos brasileños confieren al tema cáncer.

Fueron analizadas 195 textos publicados en 54 periódicos brasileños en un período de tres años (2003 a 2005). Según las autoras, el criterio de selección de los periódicos fue: aquellos periódicos impresos que también mantuvieran una versión en línea. La búsqueda se hizo utilizando las herramientas disponibles en cada una de las webs, utilizando como expresión de búsqueda la palabra “cáncer”.

Además de la búsqueda en las versiones en línea, las autoras afirman haber analizado algunos textos de ediciones impresas de periódicos, seleccionados de una base de datos de recortes de periódicos mantenida por la *Escola de Comunicação* de la *Universidade Federal do Rio de Janeiro*. En este caso, el criterio ha sido el mismo, textos que contuvieran la palabra “cáncer”.

Al hablar sobre las fuentes de las noticias, las autoras destacan que de las cinco regiones geográficas de Brasil – Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste y Sur – en cuatro de ellas hay más fuentes brasileñas que extranjeras. Pero destacan que la única región en que se divulgan más noticias con fuentes internacionales es la Sudeste, precisamente la que presenta una mayor cantidad de noticias seleccionadas. El resultado de esto es que 55% de los textos de la muestra son de fuentes extranjeras, mientras un 38% utilizan fuentes brasileñas y un 6% hablan tanto con fuentes brasileñas como extranjeras. Las autoras consideran que uno de los factores que explican la superioridad de las fuentes extranjeras sobre las brasileñas en la región Sudeste es la reducción del personal en las redacciones de los periódicos, factor que conlleva a la utilización de noticias producidas por agencias de noticias (que necesitan tan solo traducción y alguna adaptación a cada medio).

Según las autoras, de los 195 textos analizados, en 124 de ellos el cáncer es el tema principal de la noticia. De las demás, 71 contienen la palabra cáncer, pero tienen como tema principal el tabaquismo, la alimentación, etc. Para analizar los tipos de cáncer más divulgados en los periódicos, las autoras analizan estos 124 textos que tratan del cáncer como tema principal. Según el análisis, los cuatro tipos de cáncer más divulgados: de mama, de piel, de próstata y de pulmón, son precisamente los que más acometen a la población brasileña. Las autoras observan que tan solo un tipo de tumor muy frecuente en Brasil no recibe una divulgación proporcional por parte de los periódicos: el de estómago.

Otro aspecto analizado en este estudio es la temática de las noticias sobre cáncer. Las autoras han dividido los textos en cinco áreas temáticas: prevención, epidemiología, tratamiento, diagnóstico y cura. Según las autoras, la temática más frecuente es la prevención, independientemente de la región del país. Pero ellas observan que aunque casi la mitad de los textos (97) hable de este tema, tan solo en 47 de ellos se explican

métodos de prevención. El segundo tema más frecuente es la epidemiología y el tercero el tratamiento, seguido del diagnóstico. El tema cura es el menos difundido, siendo que en las regiones Sur y Centro-Oeste no hay una noticia siquiera sobre esta temática.

Otra de las preocupaciones de este estudio fue identificar las noticias en que se entrevista más de una fuente, y el resultado es que menos de una quinta parte de los textos presenta más de una opinión sobre el asunto abordado.

El estudio también ha cuantificado la referencia a publicaciones científicas. En el total de la muestra, 24,01% de los textos hace alguna referencia a publicaciones de este tipo. Según las autoras, aunque pueda parecer poco, marcan una tendencia y representan un adelanto en comparación a años anteriores. En una de las regiones analizadas, el Sudeste, 50% de los textos hacen referencia a la publicación científica donde el estudio fue originalmente publicado.

El estudio ha intentado identificar tres tipos de problemas en la divulgación científica: errores científicos, utilización de recursos sensacionalistas y falsas expectativas. En el balance de las autoras, el resultado señala una madurez de la prensa brasileña, pues se han encontrado un 7,69% de textos con errores científicos, un 7,8% de textos con recursos sensacionalistas y un 3,4% de textos con falsas expectativas.

En relación a la metodología, no queda clara la razón por la que las autoras decidieron incluir los recortes de periódicos impresos a una búsqueda que estaba totalmente estructurada en versiones en línea de periódicos impresos. En relación a la muestra, las autoras afirman que de las 195 noticias analizadas, 124 abordaban el cáncer, mientras los otros 71 textos tan solo citaban la palabra cáncer, siendo su temática principal el tabaquismo, la alimentación, el sol, etc. No nos queda claro porque en algunos aspectos del análisis las autoras deciden considerar la totalidad de la muestra – como en el caso de los temas más tratados en las noticias sobre cáncer – pero en otros deciden analizar tan solo los 124 textos que tiene el cáncer como tema principal – como al hablar sobre los tipos de cáncer.

El segundo estudio coordinado por Claudia Jurberg habla sobre la cobertura periodística del cáncer en tres revistas de difusión nacional en Brasil: “Veja”, “Saúde!” y “Pesquisa

Fapesp”. Cada una de estas publicaciones tiene características bastante distintas. “Veja” es una revista de información general, creada en los años 60, bajo la inspiración de las estadounidenses “Times” y “Newsweek”. Actualmente, es la cuarta revista semanal de información en el mundo y la de mayor difusión fuera de Estados Unidos. Ya “Saúde!”, creada en los años 80, es una revista de periodicidad mensual dedicada a la popularización de temas de salud y medicina, que también habla sobre terapias alternativas y calidad de vida. Finalmente, “Pesquisa Fapesp”, también de periodicidad mensual, es una revista editada por una de las principales fundaciones de fomento a la investigación de Brasil, la Fapesp (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo). Inicialmente, era distribuida tan solo entre la comunidad científica, pero desde 2002 también se puede comprarla en quioscos. Su principal objetivo es difundir los resultados de la producción científica y tecnológica brasileña.

En este estudio, Claudia Jurberg y Bruno Macchiute se proponen dibujar un perfil de la cobertura periodística del cáncer por parte de estas tres revistas. “Veja” fue elegida por ser la revista con mayor difusión en Brasil, “Saúde!” por su esfuerzo de popularizar la ciencia y, mas específicamente, la salud entre el público femenino y “Pesquisa Fapesp” por ser una revista de divulgación de la producción científica brasileña.

Fueron analizadas 147 ediciones de las revistas, publicadas entre 1996 y 2004. De la revista “Veja” fueron analizadas 60 ediciones de 2004 y 2005. De la revista “Saúde!” fueron analizadas 70 ediciones entre 1996 y 2004 y de la revista “Pesquisa Fapesp” fueron analizadas 17 ediciones de 2002 y 2003. La metodología elegida por los autores ha sido el análisis de contenido.

En relación al género de la cobertura, los autores han descubierto que en la revista “Veja” hay más noticia que breves, mientras en “Saúde!” y en “Pesquisa Fapesp” hay mas breves que noticias. Ninguna de las tres revistas ha publicado columnas firmadas por médicos o expertos en el período analizado.

En relación a las fuentes, tanto “Saúde!” cuanto “Pesquisa Fapesp” valoran los científicos brasileños y divulgan más sus resultados, mientras “Veja” destina igual espacio tanto para las fuentes de información nacionales cuanto para las extranjeras. Con respecto al número de fuentes consultadas en cada noticia, los autores explican que

en 90% de las noticias sobre cáncer publicadas en “Saúde!” hay más de un entrevistado. Un número elevado también fue encontrado en “Veja” (66,6%). Los autores destacan que aunque “Pesquisa Fapesp” esté especializada en divulgación científica, en apenas 20% de las noticias se había consultado más de una fuente.

Los autores también se han preocupado en identificar si las noticias citaban la publicación científica donde se publicó la investigación original, y concluyen que en un tercio de los textos de las tres revistas se hacía referencia a los trabajos originales, publicados en una publicación científica.

Según este estudio, las tres revistas analizadas no suelen hablar sobre tan solo un determinado tipo de cáncer en sus textos, prefiriendo hablar de la enfermedad de manera más general. Pero cuando lo hacen, el tipo de cáncer más divulgado es el de mama, seguido por el de próstata, vejiga, pulmón, piel, boca y tiroides. Los autores destacan que este resultado indica que cuando deciden hablar sobre tipos específicos de cáncer, las revistas optan por hablar de aquellos tipos que también son los de mayor ocurrencia entre la población brasileña.

En relación a los temas tratados, los investigadores buscaban referencias a prevención, tratamiento, diagnóstico, epidemiología y cura. Y registran que en la muestra de “Saúde!” hay espacio semejante para los cinco tópicos. “Pesquisa Fapesp” ha priorizado los temas relacionados a nuevas formas de diagnóstico, cura y epidemiología, mientras “Veja” ofrece a sus lectores principalmente noticias sobre epidemiología y, después, prevención y diagnóstico.

Con relación al uso de recursos sensacionalistas, “Veja” no presenta ningún texto así, mientras “Saúde!” utiliza estos recursos en 5,1% de sus textos y “Pesquisa Fapesp” en 20% de ellos. Y en cuanto a las falsas expectativas (como por ejemplo frases del tipo “en diez años tendremos la cura para la enfermedad”), se ha identificado en 9,5% de las noticias publicadas en “Saúde!” y en 16,6% de “Pesquisa Fapesp”.

El presente estudio sobre la cobertura del cáncer por parte de tres revistas brasileñas tiene objetivos muy similares al estudio resumido anteriormente, sobre la cobertura informativa de la enfermedad por parte de los periódicos brasileños. Por tratarse de una

investigación conducida inmediatamente después por la misma investigadora, se observa mucha comparación entre los dos estudios. Hemos identificado un pequeño problema en relación a la muestra: se habla de 170 ediciones de revistas, pero al separar la cantidad de ediciones analizadas para cada una de las tres revistas, se llega a la cantidad de 147 ediciones.

3.2. El perfil del tratamiento informativo del cáncer

La lectura de estos estudios nos permite elaborar un perfil del tratamiento informativo del cáncer por los medios. En función de los objetivos de esta investigación, enfatizaremos la cobertura informativa de los periódicos.

Las noticias sobre el cáncer suelen aparecer en espacios reservados para las noticias sobre ciencia y salud de los diarios. En España, dependiendo del periódico, las noticias son publicadas en las secciones “Sociedad” y “Ciencia”.

Tanto en España cuanto en Estados Unidos y Brasil una buena parte de las noticias sobre cáncer son elaboradas a partir de material producido por agencias de noticias.

Mientras en Estados Unidos se habla más sobre tratamientos y causas del cáncer y en Brasil se habla más sobre prevención y datos epidemiológicos, en España la divulgación suele concentrarse en los factores de riesgo y la investigación básica.

La cobertura de los diferentes tipos de cáncer suele acompañar los datos epidemiológicos, es decir, los tipos de cáncer con mayor incidencia y mortalidad son los más divulgados por la prensa. Esta observación se ve más claramente en el caso de Brasil y España, pero también se puede observar a partir de los datos de Estados Unidos.

Tanto en España como en Brasil, la media de fuentes citadas por noticia todavía es reducida y se publican muchas piezas informativas sin determinar siquiera la fuente consultada.

Finamente, de los análisis de Brasil y de España se puede concluir que el sensacionalismo y las falsas expectativas se han reducido en los últimos años, pero en ocasiones, las piezas informativas sobre cáncer mantienen la falta de contextualización y falta de continuidad.

A continuación veremos, a modo de ejemplo, una noticia con este perfil de cobertura¹⁶. La noticia ha sido publicada el sábado 27 de marzo de 2010 en el periódico ABC en la sección “Sociedad”, en la parte superior derecha de la página 49 (figura 1). En la edición de Barcelona, la sección “Sociedad” empezaba en la página 48, con un reportaje sobre el “Pacto por la Sanidad”.

Figura 1



La noticia (figura 2) ha sido elaborada a partir de material producido por agencia, como se puede concluir por la frase final del primer párrafo: “...un cáncer de este tipo, informa Ep.” (siendo Ep, aquí, la agencia “Europa Press”) y por la comparación con el material publicado por la referida agencia de noticias el viernes 26 de marzo de 2010 (figuras 3, 4 y 5).

¹⁶ Esta noticia es parte de la muestra de textos analizada en este estudio.

Figura 2

Sólo si se superan los seis meses

Prolongar la lactancia eleva el riesgo de **cáncer de mama**

Otro estudio, presentado en Barcelona, revela que **el embarazo** en mujeres con este cáncer **reduce un 42% la probabilidad de morir**

E. A. BARCELONA. Las mujeres que amamantan a sus bebés durante más de seis meses tienen un riesgo «estadísticamente considerable» de sufrir un cáncer de mama más agresivo, según revela un estudio basado en una amplia muestra estadística (17.000 mujeres). Del informe no se desprende, sin embargo, ninguna relación causal entre dar el pecho y desarrollar un cáncer de este tipo, informa Ep.

La investigación, realizada

por la doctora Salma Butt, del Departamento de Cirugía del Hospital Universitario de Malm (Suecia) y presentada en el marco del Congreso Europeo del Cáncer de Mama en Barcelona, examina la relación entre el tiempo dedicado a la lactancia y los distintos tipos de cáncer desarrollados por la mujer.

En base a ello, Butt concluye que la lactancia prolongada está relacionada con tipos de cáncer de mama «con factores pronósticos menos favo-

rables», aunque ello no debe disuadir a las mujeres de amamantar a sus hijos pues varios estudios «sólidos» demuestran que la lactancia puede reducir el riesgo global de padecer esta enfermedad.

Otro estudio presentado en la capital catalana por un equipo del Instituto Jules Bordet de Bélgica apunta que el embarazo en mujeres diagnosticadas de este tipo de cáncer reduce un 42% el riesgo de muerte. Por último, la supervivencia de las pacientes con metástasis, especialmente las que tienen tumores clasificados como HER2, se ha duplicado gracias a las terapias selectivas, según un estudio del Hospital del Condado de Kalmar (Suecia).

El principal tema de la noticia es un factor de riesgo asociado al cáncer. Además, la noticia habla sobre dos otras investigaciones científicas sobre la enfermedad. En relación al tipo de cáncer, se trata de una noticia sobre el cáncer de mama, el de incidencia y mortalidad más elevada entre las mujeres españolas.

Aparentemente es una noticia con varias fuentes, pero si nos fijamos bien, la única fuente de la noticia es la agencia “Europa Press”, puesto que la noticia ha sido elaborada a partir de tres noticias publicadas por esta agencia con respecto al Congreso Europeo del Cáncer de Mama, celebrado en Barcelona en aquella semana.

Al resumir tres estudios distintos en cuatro párrafos, la noticia presenta demasiada información de una manera muy resumida, sin posibilidad de contextualización. El lector es informado de que la lactancia puede reducir el riesgo global de padecer el cáncer de mama, pero amamantar al hijo más de seis meses está relacionado a tipos de

cáncer más agresivos. Por otro lado, quedarse embarazada después de un diagnóstico de cáncer puede elevar la supervivencia de la mujer. Y finalmente, las terapias selectivas están elevando la supervivencia de pacientes de cáncer de mama con tumores HER2. La noticia puede suscitar dudas como: “¿Qué son terapias selectivas?”, “¿Qué son tumores clasificados como HER2?”, “¿Cómo el embarazo puede reducir el riesgo de muerte de la mujer con cáncer de mama?”.

Figura 3



Figura 4



Figura 5



De la lectura del título se entiende que una mujer que amamante a su hijo más de seis meses tiene mayor riesgo de desarrollar un cáncer de mama. Pero el estudio original no dice esto, según la noticia completa publicada por Europa Press: “En base a ello, Butt concluyó que **el riesgo de sufrir un cáncer de mama es ‘el mismo’ independientemente de la duración de la lactancia**, si bien las mujeres que

amamantaron durante seis meses o más tenían un riesgo ‘estadísticamente considerable’ de sufrir tipos de cáncer de mama más agresivos.” (subrayado nuestro). El estudio original analizó a mujeres ya diagnosticadas previamente de un cáncer de mama y verificó una asociación entre la lactancia prolongada y tipos de cáncer más agresivos. Pero en ningún momento se llega a discutir el riesgo de desarrollar un cáncer, como se

puede entender a partir de la lectura del título de la noticia publicada en “ABC”. Merece la pena destacar que “ABC” es un diario que da importancia a la cobertura informativa del cáncer de mama, no obstante este es tan solo un ejemplo de noticia que reúne algunas características y también algunas disfunciones citadas en los estudios sobre la cobertura informativa del cáncer.

Este problema está en línea con la observación de uno de los estudios de Estados Unidos (Freimuth *et al*, 1984), según el cual los títulos de las noticias sobre cáncer no suelen ser atemorizantes, salvo en el caso de noticias sobre causas o factores de riesgo de la enfermedad.

En el próximo capítulo se discutirá de manera más detallada la cobertura informativa del cáncer de mama.

Capítulo 4. Escribir sobre cáncer de mama

Como se ha podido ver en el capítulo anterior, el cáncer de mama es uno de los tipos de cáncer con mayor visibilidad en los medios de comunicación (De Semir *et al* 2012, Slater *et al* 2008, Jurberg *et al* 2006, Jurberg y Machiutte 2006). Hay muchas explicaciones posibles para que sea así, y a continuación se comentará algunas de ellas.

En primer lugar, hay que recordar que el cáncer de mama es el tipo más común en las mujeres en todo el mundo - se estima que 519 000 mujeres murieron por esta enfermedad en 2004¹⁷. Pero aún así, hay autores que destacan la existencia de otras enfermedades, con mayores tasas de mortalidad entre la población femenina – como las enfermedades vasculares – y que no por eso reciben el mismo destaque en los medios (como Ruiz *et al* 2004, p.71). Y cuando se considera la población en general, también hay quien llame la atención para el hecho de que hay otros tipos de cáncer con mayor incidencia y mortalidad, pero con mucho menos espacio en los medios de comunicación (como Slater *et al* 2008, p. 530 y p.533 o Gerlach *et al* 1997, p. 240).

Uno de los factores que explicarían la presencia del cáncer de mama en los medios, principalmente en Estados Unidos, sería la existencia y actividad de grupos preocupados con la divulgación de información y desarrollo de actividades relacionadas a esta enfermedad (los llamados *advocacy groups*, citados en Slater *et al* 2008 y Gerlach *et al* 1997). Según el estudio coordinado por Michael D. Slater, en los últimos años han aparecido grupos de apoyo a otros tipos de cáncer, como el de próstata, de colon y de pulmón, pero que todavía no se han organizado tan bien cuanto los grupos de apoyo al cáncer de mama.

Otro factor a ser considerado sería la cuestión estética, tanto desde un punto de vista de atracción, cuanto de preocupación. Desde una perspectiva de “atracción”, el cáncer de mama afecta a una parte del cuerpo femenino fuertemente asociada a la maternidad y a la sexualidad. Sería, por lo tanto, un tema capaz de generar imágenes interesantes para los medios de comunicación. Como ejemplifica (de una manera bastante dura) un

¹⁷Información disponible en la web de la Organización Mundial de la Salud <http://www.who.int/cancer/detection/breastcancer/en/index1.html>. Última consulta realizada el 14 de septiembre de 2012.

entrevistado en el estudio coordinado por los investigadores británicos Jenny Kitzinger y Greg Philo, “no se hace una buena revista con fotos de intestinos y pocas modelos se interesarían en participar de eventos que divulgasen una colostomía, mientras el cáncer de mama es más atractivo tanto para los medios cuanto para la sociedad.” (Kitzinger *et al* 2000, p. 17). Además, desde un punto de vista de “preocupación” estética, el cáncer de mama también llamaría la atención de los medios, como se explica en el estudio coordinado por Karen K. Gerlach: “uno de los aspectos del cáncer de mama y de cáncer de piel que pueden hacerlos más aterradores para las mujeres y que por este mismo motivo pueden motivar las revistas a dedicar una mayor cobertura a ellos es que sus tratamientos pueden llegar a ser desfigurantes” (Gerlach *et al* 1997, p.243)

Sumada a estos factores, otra razón que podría explicar el éxito del cáncer de mama en los medios de comunicación sería su fuerte componente de género. El cáncer de mama funciona muy bien en revistas femeninas y también en otros tipos de medio de comunicación cuando estos están interesados en captar la atención de las mujeres, consideradas un público-clave para los periódicos. (Kitzinger *et al* 2000, p.17).

4.1. Los estudios sobre el tratamiento informativo del cáncer de mama

Antes de empezar el análisis sobre la cobertura informativa del cáncer de mama en los periódicos de referencia en el estado español, se hará una revisión de los estudios previos que se han publicado sobre la cobertura informativa de esta enfermedad. En la búsqueda bibliográfica, se han encontrado estudios publicados en Estados Unidos, Australia, Canadá, Brasil y España. En su totalidad, se han encontrado 26 trabajos, distribuidos entre cinco temas: (a) hay diez estudios sobre la cobertura informativa del cáncer de mama en general (Lupton 1994, Andsager y Powers 1999, Clarke 1999, Corbett y Mori 1999, Marino y Gerlach 1999; Andsager y Powers 2001, Wilkes *et al* 2001, Revelles 2004, Cho 2006, Walsh-Childers *et al* 2011), (b) once estudios sobre aspectos particulares de la cobertura informativa del cáncer de mama (Houn *et al* 1995, Lantz y Booth 1998, Brown *et al* 2001, Burke *et al* 2001, Whiteman *et al* 2001, Schwartz y Woloshin 2002, Jones 2004, Donelle *et al* 2005a , Donelle *et al* 2005b, Atkin *et al* 2008, Dias de Moraes 2008), (c) dos estudios sobre los efectos de la

cobertura del cáncer de mama (Yanovitzky y Blitz 2000 y Chapman *et al* 2005), (d) dos estudios sobre las diferencias entre la comunicación primaria y secundaria sobre el cáncer de mama (Moyer *et al* 1995 y Bertol 2007) y, finalmente, (e) un estudio sobre una publicación especializada en cáncer de mama (Ryan 2005).

4.1.1. La cobertura informativa general del cáncer de mama

En la primera de las investigaciones sobre el cáncer de mama en los medios de comunicación, Deborah Lupton, profesora de Sociología y Estudios Culturales de la *University of Western Sydney*, ha estudiado la cobertura informativa de la prensa australiana sobre el cáncer de mama. En un análisis del discurso de la prensa en un período de cuatro años, entre 1987 y 1990, ha encontrado dos tendencias muy marcadas en la cobertura informativa de esta enfermedad: la culpabilización de las víctimas y la valorización de la tecnología médica.

El periodo de análisis de la prensa (de 1987 a 1990) fue elegido por coincidir con el periodo en que se debatió y aprobó el programa de cribado mamográfico nacional en Australia. Según Deborah Lupton, hasta entonces no se había publicado un análisis de los discursos de la prensa australiana sobre el cáncer de mama (aunque si ya se habían hecho análisis críticos de la cobertura de la prensa de otras enfermedades).

De acuerdo con este estudio, los principales temas tratados en el período analizado fueron: (a) la creciente incidencia del cáncer de mama en Australia; (b) las controversias sobre los procedimientos de tratamiento para el cáncer de mama, (c) la necesidad de una detección precoz, (d) los beneficios ofrecidos por la mamografía, (e) los inconvenientes de la mamografía, (f) el debate sobre la relación entre la píldora anticonceptiva y el cáncer de mama; (g) la responsabilidad del gobierno para poner fondos a la disposición de la mamografía, y (h) la relación entre el estilo de vida y la etiología del cáncer de mama.

En la cobertura informativa del cáncer de mama por la prensa australiana, la socióloga Deborah Lupton ha podido identificar dos discursos dominantes. El primero de ellos está relacionado con la responsabilización de las mujeres por adoptar determinados comportamientos que aumentan las probabilidades de desarrollar la enfermedad.

De acuerdo con este estudio, en varios de los textos analizados se resaltaba que las mujeres que optaron por retrasar el embarazo o que no han tenido hijos tenían mayor probabilidad de desarrollar un cáncer de mama, en un mensaje latente sobre los riesgos a que se exponen las mujeres que se niegan a adoptar el tradicional rol materno femenino. También vinculado a la cuestión de la maternidad estuvo otro tema que recibió una gran atención durante el período de estudio: la controversia sobre los efectos de la píldora anticonceptiva y el cáncer de mama.

La autora también destaca que, irónicamente, la adopción del comportamiento femenino tradicional tampoco evita el desarrollo de la enfermedad, puesto que en marzo de 1988 se informó ampliamente de una investigación que vinculaba el cáncer de mama a la supresión de la cólera y el intento de ser agradable.

La conclusión de la autora del estudio es que las noticias sobre el cáncer de mama culpan a las mujeres independientemente de la posición por la que opten: “(...) la maternidad precoz parece proteger, pero no la pasividad femenina; las ganas de hacer carrera y el éxito financiero son peligrosos, pero la asertividad es protectora, y tomar la píldora puede tener cualquiera de los dos efectos, en función de la investigación médica más reciente.” (Lupton 1994, p. 78) Tal estrategia de culpar a las víctimas, en opinión de Deborah Lupton, oscurece el hecho de que todavía se conoce muy poco acerca de las causas de la enfermedad y la mejor manera de evitarla.

El segundo discurso dominante en la cobertura informativa del cáncer de mama es el dominio de la profesionalidad médica y la tecnología en los temas sanitarios. En este contexto, el tratamiento con medicamentos, la cirugía y el uso de la tecnología para la detección de lesiones mamarias se dan a conocer a expensas de otras formas menos invasivas de tratar la enfermedad. Sobre este discurso, la crítica de la autora es que las mujeres con cáncer de mama se tornan invisibles y pasivas en medio a una retórica machista de la medicalización. Deborah Lupton destaca que tal ideología del imperativo técnico tiene dos consecuencias importantes para la salud del paciente: por un lado, valoriza los procedimientos sobre las personas, y por otro, promueve una perspectiva de ver la enfermedad como el enemigo y el paciente como una especie de campo de batalla pasivo donde se libra la guerra. Y destaca que ambas visiones desempoderan al paciente.

Otro dato interesante de este estudio es que si bien envejecer sea uno de los principales factores de riesgo del cáncer de mama, rara vez se hace referencia explícita a ello en la cobertura informativa de la enfermedad.

En la segunda investigación sobre la cobertura informativa general sobre el cáncer de mama, Julie L. Andsager, profesora de la *Washington State University*, y Angela Powers, profesora de la *Northern Illinois University*, publicaron un estudio en 1999 en el cual comparaban la cobertura informativa del cáncer de mama realizada por las revistas femeninas y por las revistas de información general entre 1990 y 1997.

Las autoras pretendían responder a tres preguntas: (a) cuáles eran los temas utilizados para hablar sobre cáncer de mama en cada tipo de revista; (b) qué tipos de fuentes eran utilizadas y en qué cantidad; (c) de qué manera los marcos económico y social se diferenciaban en los dos tipos de revista.

Julie L. Andsager y Angela Powers seleccionaron siete revistas para análisis: las tres revistas de información general más vendidas en Estados Unidos (“*Newsweek*”, “*Time*” y “*U.S. News & World Report*”) y cuatro revistas femeninas: “*Good Housekeeping*”, “*Ladies’ Home Journal*”, “*McCall’s*” y “*Ms*”. Las tres primeras revistas femeninas tienen elevada circulación – cada una de ellas tiene una difusión de cerca de 5 millones de ejemplares – mientras “*Ms*” es una revista que no está entre las más vendidas, pero que ha sido incluida por no aceptar publicidad, motivo por el que debería estar menos influenciada por los intereses económicos.

Fueron analizados 127 artículos de revistas (24 de “*Newsweek*”, 16 de “*Time*”, 13 de “*U.S. News & World Report*”, 19 de “*Ms*”, 20 de “*Ladies Home Journal*”, 21 de “*Good Housekeeping*” y 14 de “*McCall’s*”). En las revistas de información general, los principales temas fueron (por orden de importancia): la prevención; los posibles factores vinculados al cáncer (por ejemplo, genética, dieta); el tratamiento y la cura; la cobertura de los seguros médicos y las historias personales de pacientes y sus familias. Ya en las revistas femeninas, el tema de la cobertura de los seguros médicos ni siquiera fue nombrado, y el orden de importancia de los otros cuatro temas ha cambiado: prevención y historias personales dividieron el primer puesto en número de artículos, seguidos de tratamiento y cura y los posibles factores vinculados al cáncer.

Cuanto a las fuentes de información, las revistas de información general han mencionado 176 fuentes, mientras las revistas femeninas entrevistaron a 289 fuentes. En los dos grupos, los médicos fueron el colectivo más entrevistado, seguido de los pacientes. A partir de ahí, mientras las revistas de información general consultaron también investigadores, grupos de apoyo a las pacientes, representantes de compañías de seguro y abogados, las revistas femeninas hablaron mayoritariamente con grupos de apoyo (puesto que los investigadores entrevistados también eran médicos y fueron incluidos en esta categoría y las revistas femeninas no han hablado con ningún portavoz de compañía de seguros).

Finalmente, en relación a los marcos interpretativos de cada tipo de revista, las autoras verificaron que el marco más importante en las revistas femeninas fueron las historias personales, mientras en las revistas de información general prevaleció un enmarcamiento más centrado en factores económicos y políticos. Es decir, para hablar sobre un tema como el tratamiento del cáncer de mama, mientras en las revistas femeninas podríamos esperar reportajes con testimonios de pacientes, en las revistas de información general probablemente encontraríamos reportajes sobre la cobertura de los seguros médicos.

El tema de diagnóstico y tratamiento del cáncer de mama ejemplifica bien las diferencias de cobertura de estos dos tipos de revista. Por un lado, en las revistas femeninas predominaron los artículos sobre el cáncer de mama con información sobre las maneras de reducir el riesgo de desarrollar la enfermedad. Además, las revistas femeninas se preocuparon en ofrecer consejos de como las mujeres podrían ser más asertivas en relación a un test si creían haber encontrado un tumor. Para las autoras, este tipo de texto anima las mujeres a tomar la iniciativa en el cuidado de su salud. Por otro lado, las revistas de información general presentaban la discusión sobre causas, detección y tratamiento del cáncer de mama en términos más generales, sin hablar directamente con el lector, es decir, de una manera más impersonal. Aunque esto parezca no contribuir para una mejora de la percepción personal de las lectoras sobre la enfermedad, para las autoras, tal enmarcamiento, desde un punto de vista de la economía y de la política, ubica la problemática del cáncer de mama en un contexto social más amplio. Las autoras también destacaron que las revistas de información

general publican textos sobre errores médicos, un tema claramente evitado en las revistas femeninas.

En el tercer estudio sobre la cobertura informativa del cáncer de mama, publicado en 1999, Juane Clarke, profesora de la *Wilfrid Laurier University*, ha analizado revistas de gran circulación en Estados Unidos y Canadá durante el periodo de 1974 a 1995.

Como explica la autora, los textos fueron analizados en dos etapas diferentes. Inicialmente se ha realizado una lectura de los temas manifiestos y, a continuación, una lectura de los temas latentes. Como resultado de la primera fase, se ha observado que el tema más mencionado en la cobertura informativa del cáncer de mama fue el tratamiento (que incluyó discusiones sobre mastectomía, tumorectomía, radioterapia, quimioterapia y terapia hormonal). El segundo tema más discutido fueron las estrategias de detección precoz y el tercer, la prevalencia de la enfermedad. La autora observa que estos temas indican un claro enfoque médico en la cobertura del cáncer de mama por los medios canadienses y estadounidenses. Los otros tres temas más discutidos fueron las experiencias personales de las mujeres con cáncer de mama, la educación/información sobre la enfermedad desde una perspectiva médica, y los factores de riesgo.

En el análisis de los temas latentes, Juane Clarke destaca cuatro características del cáncer de mama: (a) una enfermedad terrible, (b) causada por la mujer y sus propios cuerpos traidores (la autora explica que las mujeres son culpabilizadas de muchas maneras, especialmente porque sus propios cuerpos serían patológicos, principalmente las partes esenciales a su naturaleza femenina), (c) una amenaza constante, (d) una historia de terror.

La autora también destaca tres características principales de las mujeres en las noticias, que serían: (a) emocionalmente inestables, (b) objetos sexuales y maternales, o sea, de todas las cosas que una mujer podría estar interesada después de un diagnóstico de cáncer de mama, el que se subraya a menudo es la pérdida de la mama y/o su reconstrucción, (c) preocupadas con temas de la cosmética y del *sex-appeal* cuando tienen que enfrentarse al cáncer, (d) decorativas y a menudo identificadas por su “estrellato” o relación con un hombre prominente.

Juanne Clarke destaca que en completa oposición al retrato de las mujeres con cáncer de mama está el retrato de los médicos, hombres que diagnostican y tratan la enfermedad. Si las mujeres son presentadas como emocionalmente inestables, que responden a los síntomas con terror, los médicos son representados como racionales y desapasionados, pero preocupados y afiliados a universidades e institutos de investigación de prestigio. En contraste con sus pacientes, ellos nunca son presentados por su primer nombre.

En este estudio, Juanne Clarke también destaca el retrato de la ciencia en las noticias sobre cáncer de mama. Según la autora, la ciencia esta caracterizada como (a) objetiva, pues cada nuevo descubrimiento se presenta como científicamente fundamentado; pero también (b) contradictoria, pues si por un lado la ciencia se describe como la única forma de una verdad objetiva acerca de la causa, el diagnóstico y pronóstico, por otra parte, los estudios continuamente se describen en términos de que, al menos implícitamente, socavan la validez de la verdad científica celebrada previamente; y finalmente, también está (c) muy politizada, siendo objeto de presiones políticas por un lado, y necesitando poder político para la financiación de la investigación, por otro.

Aunque el titular del estudio sugiera un análisis sobre la cobertura del cáncer de mama en un largo período de tiempo, “Medicine, Media, and Celebrities: News Coverage of Breast Cancer, 1960-1995”, la principal preocupación del cuarto trabajo de esta recompilación es la relación que se establece entre los medios de comunicación y la comunidad médica en la cobertura informativa de temas sanitarios.

El motivo porque dos profesoras de la *University of Utah* (Julia B. Corbett, del Departamento de Comunicación, y Motomi Mori, del Departamento de Oncología) han elegido analizar la cobertura del cáncer de mama y no de otra enfermedad tiene que ver con una cuestión que aparece con cierta frecuencia en los análisis sobre la cobertura informativa del cáncer: la falta de proporción entre la mortalidad de esta enfermedad y su destaque en los medios de comunicación. Las autoras destacan que mientras la tasa de mortalidad de algunos tipos de cáncer ha aumentado espectacularmente en Estados Unidos, la tasa de mortalidad global del cáncer de mama es prácticamente la misma a finales de los años 1990 y a finales de los años 1930. Sin embargo, la cobertura informativa del cáncer de mama ha aumentado significativamente en los últimos años. Para ejemplificar este aumento, Julia B. Corbett y Motomi Mori observan que en el año

1960, el periódico “*The New York Times*” y las principales revistas de EE.UU. publicaron tres noticias sobre el cáncer de mama, y 35 años después, en 1995, estos mismos medios de comunicación publicaron 149 textos sobre la misma enfermedad. En este contexto, la preocupación de las autoras es saber si este aumento de la cobertura informativa del cáncer de mama, que no fue provocado por un aumento de la tasa de mortalidad de la enfermedad, podría ser un reflejo de la influencia de determinadas instituciones sociales (como la comunidad médica) sobre la cobertura informativa de los temas sanitarios.

Las autoras decidieron empezar su análisis de la cobertura informativa del cáncer de mama en 1960 porque este fue el año en que se empezó a utilizar en EE.UU. los aparatos de radiografía desarrollados específicamente para la realización de mamografías. Se han analizado las noticias publicadas en el “*The New York Times*” y en todas las revistas publicadas en EE.UU. en 1960 y que seguían en circulación en 1995. Además, las autoras también analizaron los resúmenes de los telediarios de tres cadenas bastantes conocidas en EE.UU.: “*ABS*”, “*CBS*” y “*NBC*”.

Como dicho anteriormente, aunque la preocupación principal de las autoras no sea el tratamiento informativo del cáncer de mama, este estudio presenta datos interesantes, que ayudan a entender la cobertura periodística de esta enfermedad.

En relación a la cantidad de piezas informativas publicadas sobre el cáncer de mama, en el período de 36 años analizado, se observaron dos picos: uno en 1974 y otro en 1994. En septiembre de 1974, Betty Ford (mujer del presidente Ford) fue sometida a una mastectomía, y pocas semanas después, Happy Rockefeller (mujer del senador Nelson Rockefeller) también anunció que había pasado por una mastectomía. En 1994, los medios de comunicación cubrieron dos eventos importantes: el descubrimiento del “gen del cáncer de mama”, el BRCA-1, y la admisión por un investigador canadiense (trabajando en un estudio de cáncer de mama de la *University of Pittsburg*, con financiación federal) de que algunos datos de su investigación habían sido falseados.

Cuanto a los principales temas tratados por los medios al hablar del cáncer de mama, las autoras explican que en la década de 1960 se hablaba principalmente del tratamiento del cáncer de mama (mastectomía y lumpectomía – cirugía en que no se retira la totalidad

de la mama -, radiación, quimioterapia y, más tarde, drogas como el taxol y el tamoxifeno), un enfoque que fue cambiando en los años siguientes para incluir otros dos temas: la detección y el diagnóstico de la enfermedad. En los años 1980 y 1990 se destacan las noticias sobre las posibles causas del cáncer de mama.

En relación a la preocupación principal del estudio, que era evaluar la relación existente entre los periodistas sanitarios y la comunidad médica, Julia B. Corbett y Motomi Mori formularon cinco hipótesis de investigación: (a) la atención de la comunidad médica sobre el cáncer de mama precede la atención de los medios de comunicación, es decir, los medios de comunicación siguen a la comunidad médica, cubriendo los temas que interesan a la comunidad médica; (b) la comunidad médica sigue a los temas que despiertan el interés de los medios de comunicación; (c) hechos relacionados al cáncer de mama legitiman y amplían tanto la cobertura de los medios cuanto la atención de la comunidad médica; (d) no hay relación entre la mortalidad por cáncer de mama y la atención de los medios, pero hay una relación positiva entre la incidencia del cáncer de mama y la atención de los medios; (e) la influencia entre los propios medios de comunicación es significativa, sobre todo por parte de medios más prestigiosos como el “*The New York Times*”.

A partir del análisis del material de estudio, las autoras observaron que (a) la atención de la comunidad médica induce a la atención de los medios de comunicación sobre este tema; (b) pero a veces la comunidad médica también sigue lo que notician los medios; (c) la influencia de los hechos públicos sobre la cobertura de los medios es más fuerte en comparaciones mensuales que anuales; (d) no hay una relación importante entre la mortalidad por cáncer de mama y la cobertura informativa, pero si hay una relación fuerte entre la incidencia del cáncer de mama y la cantidad de noticias; y, finalmente, (e) la cobertura del “*The New York Times*” influencia la cobertura de los demás medios.

En el quinto trabajo sobre la cobertura informativa general del cáncer de mama, las investigadoras Christina Marino y Karen K. Gerlach, en el marco de un programa de becas del *National Cancer Institute*, publicaron en 1999 un artículo en el *American Journal of Health Promotion* en que analizaban algunas revistas femeninas estadounidenses a lo largo de ocho años. Las autoras destacaban que tal investigación

sobre el cáncer de mama era parte de un estudio más extenso, que examinaba como el cáncer en general aparecía en las revistas femeninas de EE.UU.

Las autoras analizaron los textos publicados en cuatro de las revistas femeninas mensuales más leídas en Estados Unidos (“*Good Housekeeping*”, “*Ladies’ Home Journal*”, “*McCall’s*” y “*Redbook*”) y tres de las revistas femeninas más leídas por las mujeres afro-americanas (“*Ebony*” y “*Essence*”, mensuales, y “*Jet*”, semanal). Estas siete revistas publicaron 2038 artículos sobre salud entre 1987 y 1995. De este total, 585 textos trataban del cáncer, y de estos, 204 se centraban en el cáncer de mama. Pues bien, de los 204 artículos, 101 tenían como mínimo 1 página de extensión, siendo que 59 de ellos presentaban información médica objetiva o hechos relacionados a la salud, mientras 42 trataban de relatar experiencias personales. Christina Marino y Karen K. Gerlach centraron su análisis en estos 59 textos con información sanitaria y más de una página de extensión.

Este estudio se ha concentrado en cinco aspectos de la cobertura informativa del cáncer de mama: (a) las fuentes de información, (b) las medidas de prevención, (c) los factores de riesgo, (d) las estadísticas sobre incidencia y mortalidad, y (e) la edad de diagnóstico de las mujeres que aparecen en los artículos.

En 54 de los 59 artículos analizados fueron citadas fuentes expertas específicas (en los 5 textos restantes aparecieron referencias no específicas, como “investigadores” o “expertos”). En total, fueron citados 256 nombres de personas, 42 nombres de instituciones y 60 estudios científicos.

La gran mayoría de los artículos analizados hablaba sobre medidas de prevención del cáncer (53 de los 59 textos), especialmente la mamografía (36). Y todos los textos que trataron de la mamografía destacaron que esta técnica permitía un diagnóstico precoz del cáncer de mama, antes de que el tumor pudiera ser palpable o antes del surgimiento de otros síntomas.

En 46 de los 59 artículos analizados se habló sobre los factores de riesgo del cáncer de mama. El historial familiar fue el factor mencionado con más frecuencia (en 36 textos), a pesar del hecho de que tan solo un pequeño porcentaje de los cánceres de mama sean

de origen familiar. Por otro lado, el principal factor de riesgo para el cáncer de mama, una edad por encima de los 50 años, fue mencionado en menos de la mitad de los artículos.

En relación a las estadísticas sobre incidencia y mortalidad del cáncer de mama, las autoras destacan que de los 20 artículos que presentaron estadísticas sobre el riesgo de una mujer desarrollar el cáncer de mama a lo largo de su vida, tan sólo seis las han explicado correctamente.

Finalmente, en relación al último tema de interés de este estudio, Christina Marino y Karen K. Gerlach afirman que tan solo tres artículos han discutido a que edad es más frecuente un diagnóstico de cáncer de mama: uno de ellos ha afirmado que la mayoría de los casos es diagnosticado en mujeres con más de 75 años de edad, otro afirmó que la edad mediana de diagnóstico es de 62 años (o 42 años en el caso de los casos hereditarios), y un tercero afirmó que la incidencia más que se duplica entre los intervalos de 40-44 años y los 60-64 años. En relación a las mujeres que efectivamente aparecen en los artículos de las revistas, la mayoría ha sido diagnosticada a los 40 años de edad. Las autoras han calculado la edad media de diagnóstico de las 82 mujeres que aparecen en los textos analizados: 40,5 años.

A partir de este análisis, las autoras destacan tres aspectos negativos de la cobertura del cáncer de mama. En primer lugar, el hecho de que los artículos tiendan a enfatizar el riesgo hereditario, aunque este factor represente menos del 15% de todos los casos de cáncer de mama, a la vez que no destacan la edad, que es el factor de riesgo más importante para esta enfermedad. El segundo punto negativo, relacionado al anterior, es la insistencia de las revistas en retratar a mujeres jóvenes con cáncer de mama, cuando según las estadísticas del *National Cancer Institute*, sólo el 6.5% de los casos se diagnostica en mujeres con menos de 40 años. Las autoras admiten que sin lugar a duda retratar a jóvenes mujeres con cáncer de mama despierta el interés del lector y tiene un mayor impacto sobre el público; pero advierten que tal insistencia puede llevar a las mujeres a equivocarse sobre los verdaderos factores de riesgo de la enfermedad. Finalmente, el tercer punto de destaque de las autoras tiene que ver con el uso de la estadística al hablar sobre el riesgo de desarrollar la enfermedad. Christina Marino y Karen K. Gerlach subrayan que a las revistas les encanta presentar el riesgo como una

proporción de cuantas mujeres van a desarrollar el cáncer de mama en Estados Unidos, pero sin explicar que la estadística representa un riesgo a lo largo de toda su vida. Es decir, de la manera como se presentan las estadísticas, se pasa la impresión de que, a cada año, una determinada proporción de mujeres estadounidenses van a desarrollar un cáncer. Y esto no es verdad. La estadística actual significa que 1 en cada 8 mujeres estadounidenses van a recibir un diagnóstico de cáncer de mama antes de morir, y el riesgo es mucho mayor a la medida en que se hacen mayores.

Otro punto que ha sorprendido a las autoras en este análisis fue el hecho de que la cobertura sobre el cáncer de mama no sea tan extensa en las revistas dirigidas al público afro americano. Christina Marino y Karen K. Gerlach destacan que las mujeres afro americanas tienen una menor incidencia total de cáncer de mama, pero una mayor tasa de mortalidad, explicada en parte por la detección de la enfermedad en estadios avanzados.

Con el análisis de contenido de los artículos sobre cáncer de mama publicados en estas siete revistas entre 1987 y 1995, Christina Marino y Karen K. Gerlach pretendían verificar si la información presentada era precisa y equilibrada. El análisis ha encontrado puntos fuertes y puntos débiles de la cobertura informativa sobre el cáncer de mama, pero concluye que los textos de las revistas pueden estar contribuyendo para una mala interpretación del verdadero riesgo de una mujer venir a desarrollar un cáncer de mama.

En el sexto trabajo sobre la cobertura informativa del cáncer de mama, Julie L. Andsager, profesora de la *Washington State University*, y Angela Powers, profesora de la *Northern Illinois University*¹⁸ han decidido analizar como las revistas femeninas enmarcan la información sobre el cáncer de mama y sobre los implantes de pecho de silicona. El período de estudio y las revistas femeninas seleccionadas fueron los mismos del estudio publicado en 1999: “Good Housekeeping”, “Ladies’ Home Journal”, “McCall’s” y “Ms”, entre 1990 y 1997. Las autoras explican que consideran que el cáncer de mama y los implantes de silicona suelen aparecer entrelazados como un problema de salud de las mujeres (los implantes son recomendados a menudo por los

¹⁸ Como hemos visto, estas dos investigadoras ya habían publicado en 1999 un estudio en que comparaban la cobertura informativa del cáncer de mama realizada por revistas femeninas y revistas de información general entre 1990 y 1997.

médicos como una solución después de una cirugía de retirada de la mama, al mismo tiempo en que es sabido que un implante de silicona puede afectar la detección de tumores de mama durante la mamografía).

Con esta investigación, las autoras pretendían responder a tres cuestiones: (a) cuáles son los temas destacados por las revistas femeninas al hablar sobre cáncer de mama o implantes; (b) qué tipo y qué cantidad de fuentes son utilizadas al hablar sobre estos dos temas; y (c) cuáles son los marcos interpretativos de las noticias sobre cáncer de mama y sobre implantes en las revistas femeninas seleccionadas.

Específicamente sobre la cobertura del cáncer de mama, el estudio hace referencia a los tres principales temas de los reportajes: “hacer frente a la enfermedad”, “experiencias personales” y “factores de riesgo”.

En total, fueron analizados 86 piezas informativas (26 de la revista “*Ms*”, 23 de la “*Good Housekeeping*”, 22 de “*Ladies’ Home Journal*” y 15 de “*McCalls*”), que fueron agrupadas en cinco categorías temáticas: 32 noticias tenían como tema principal el tratamiento del cáncer, 23 eran sobre historias personales relacionadas al cáncer, 13 trataban de nuevos tratamiento para el cáncer, 12 eran sobre implantes mamarios y 6 trataban de otros temas. Cuanto a las fuentes de las noticias, han sido agrupados en cuatro categorías: fueron citados 53 médicos, 42 pacientes, 25 personas de “apoyo” (familiares de pacientes, miembros de grupos de apoyo, etc) y 29 “otros”.

Finalmente, en relación a los marcos interpretativos, Julie L. Andsager y Angela Powers destacan que para las noticias sobre cáncer de mama, fueron identificadas tres grandes categorías: (a) información básica y tratamiento, (b) investigación sobre las causas y la prevención del cáncer de mama, e (c) historias personales de supervivientes o sus familiares. Para las noticias sobre implantes mamarios, también fueron identificadas tres grandes categorías: (a) implantes y sus consecuencias; (b) qué lleva una mujer a ponerse un implante; y (c) la Bristol-Myers Squibb Corp. y la cuestión de la cobertura regulada de implantes.

Julie L. Andsager y Angela Powers destacan que el marco interpretativo más importante en la cobertura de cáncer fueron las historias personales. Y en opinión de las autoras, la

principal ventaja de este marco es que ofrece esperanza para aliviar los temores que otras noticias puedan haber generado sobre las lectoras, es decir, la lectura de testimonios de supervivencia anima a las lectoras que puedan estar atemorizadas de realizar el auto-examen o hacerse una mamografía.

Lo mismo no ha pasado en el caso de la cobertura sobre los implantes de silicona: en el periodo de estudio, tan solo se ha publicado un reportaje de este tipo, y en el que la persona que daba su testigo aparecía bajo un seudónimo. En opinión de las autoras, el hecho de que las mujeres tengan más voz en los textos sobre cáncer de mama que en los textos sobre implantes tiene que ver con la estrategia de relaciones públicas de las grandes empresas. Julie L. Andsager y Angela Powers explican que las compañías invierten mucho en el intento de frenar información que pueda dañar su imagen y difundir información que apoye sus puntos de vista. En el caso del cáncer de mama, prácticamente no tienen nada que perder cuando las pacientes son llamadas a contar sus historias. Sin embargo, los fabricantes tienen mucho más en juego si mujeres insatisfechas con sus implantes empiezan a contar sus historias.

La conclusión de las autoras es que la cobertura sobre el cáncer de mama ha presentado una información más útil, completa y socialmente conciente en comparación a la cobertura sobre los implantes, mucho más centrada en intereses económicos que en el interés de las lectoras.

La séptima investigación fue publicada en 2001 en el *“European Journal of Oncology Nursing”* y trata del tratamiento informativo que las revistas femeninas australianas confieren al cáncer de mama, con énfasis en los temas de riesgo, detección y tratamiento. Los autores, muchos de ellos provenientes del área de Enfermería, estaban preocupados con la información que llega a las pacientes con cáncer de mama a través de los medios de comunicación. Su principal preocupación era reunir datos para que las enfermeras especializadas en el área del cáncer de mama pudieran conocer mejor el tipo de información que las pacientes reciben fuera del ámbito de la atención sanitaria. El estudio era parte de un programa de investigación idealizado para examinar la veracidad, la legibilidad y la facilidad de uso de la información sobre cáncer de mama de cinco revistas femeninas australianas.

El equipo liderado por Lesley Wilkes analizó 60 artículos publicados en cinco revistas femeninas australianas entre enero de 1995 y julio de 1998. Este período de análisis fue elegido por coincidir con la promoción del cribado mamográfico en Australia y con un aumento del interés de los medios en relación al cáncer de mama. Estuvieron involucrados en este estudio expertos en cáncer de mama, en enfermería, en comunicación, en lenguaje y periodismo.

En relación a las características periodísticas de los artículos analizados, los autores detectaron tres categorías: los “*news features*”, los “*soft news*” y los “*features*”. Según su definición, los “*news features*” son aquellos textos que presentan mayores detalles sobre una noticia y sus consecuencias. Los “*soft news*” son aquellos artículos que informan sobre los aspectos humanos, inusuales y divertidos de una determinada noticia, mientras los “*features*” son aquellos artículos de fondo, que proporcionan más información con el objetivo de ilustrar el contexto de la noticia.

Los autores también analizaron los “valores-noticia” que motivaron los artículos sobre cáncer de mama. Ellos explican que en los “*news features*”, los valores-noticia dominantes fueron “impacto” o “relevancia” para la audiencia, “novedad” o “inusual” y “la relación de este evento” con otra noticia de actualidad. En el caso de las “*soft news*”, los valores-noticia dominantes fueron “impacto” o “relevancia” para la audiencia y la “importancia” de una persona. Finalmente, para los “*features*”, los valores-noticia dominantes fueron “novedad” y “inusual” y la “importancia” de una determinada persona.

El equipo de investigadores también ha analizado los hechos clínicos dominantes en los artículos: “modalidades de tratamiento” ha liderado con 176 referencias, seguido de la “detección precoz”, con 96 referencias y el “riesgo” de cáncer de mama, con 81 referencias. Según los autores, en general hubo muy pocas inexactitudes en los hechos clínicos, y desde la perspectiva de un profesional de salud, en la mayoría de los casos la omisión de detalles, especialmente en relación con las modalidades de tratamiento, fue el descuido principal.

Los tratamientos más citados fueron la mastectomía, la quimioterapia y la cirugía de conservación. Las historias de tratamiento se concentran en las experiencias de mujeres jóvenes.

Los factores de riesgo más discutidos en los artículos fueron la edad y los antecedentes familiares, siendo que el historial familiar aparecía con más frecuencia que la edad. Parecía haber un énfasis en un conjunto de factores de estilo de vida como la dieta alimentar, el consumo de vitaminas y fibra, el tabaquismo, el alcohol, el ejercicio físico. También hubo un destaque de la influencia genética en el riesgo de cáncer de mama.

Los investigadores destacan que uno de los temas dominantes en las historias analizadas en este estudio es que la detección precoz del cáncer de mama es fundamental y equivale a la supervivencia. Este mensaje fuerte y coherente muestra un consenso entre los periodistas y los profesionales de la salud. Pero los autores también señalan que si por un lado la detección precoz es un mensaje dominante y relevante en los artículos de las revistas, los profesionales sanitarios implicados en la educación de las mujeres deben ser conscientes de que otros mensajes de las revistas pueden estar en conflicto con lo que se acepta en el ámbito sanitario. Un ejemplo sería el destaque a las historias de mujeres jóvenes con cáncer de mama, que tiene sentido desde el punto de vista periodístico debido a su fuerte interés humano. Otro ejemplo sería el excesivo énfasis en las influencias genéticas como un factor importante en el cáncer de mama, énfasis explicado en parte por el interés y la actualidad de los avances en la genética.

En la octava investigación destacada, Olga Helena Revelles ha presentado en 2004 un trabajo de investigación sobre el tratamiento informativo del cáncer de mama en medios impresos publicados en Rio de Janeiro. Según la autora, los dos objetivos principales de su investigación eran (a) analizar los textos informativos sobre cáncer de mama publicados en los medios impresos de Rio de Janeiro en el año 2002, desde el punto de vista de las necesidades mínimas de información para la población, especialmente para las mujeres con más de 50 años, con mayor riesgo de desarrollar la enfermedad; y (b) verificar si las noticias sobre prevención del cáncer de mama presentan la detección precoz como instrumento fundamental para reducir la mortalidad provocada por esta enfermedad.

La autora ha revisado 1588 ediciones de medios impresos publicados en 2002, siendo cuatro periódicos de gran circulación (“*Extra*”, “*Jornal do Brasil*”, “*O Dia*” y “*O Globo*”) y cuatro revistas femeninas (“*Ana Maria*”, “*Caras*”, “*Claudia*” y “*Saúde!*”).

La metodología elegida para este estudio fue la investigación documental, de carácter cualitativo. En la codificación, se utilizó la técnica del análisis de contenido. Además de analizar el material informativo, la autora ha trabajado con un grupo de cinco médicos especialistas, con el perfil de fuente de información para las noticias. Con estos expertos, la autora buscaba saber, en opinión de ellos, que era lo que las mujeres necesitaban saber sobre el cáncer de mama. A partir de la información obtenida con los cinco médicos expertos, la autora sacó un documento con los parámetros para el conocimiento de la enfermedad. Este instrumento de investigación está compuesto de once temas destacados por los expertos: (1) epidemiología, (2) factores de riesgo (generales); (3) grupos de alto riesgo, (4) prevención primaria, (5) detección precoz (estrategias), (6) detección precoz (auto-examen), (7) detección precoz (examen clínico), (8) detección precoz (mamografía), (9) ecografía mamaria, (10) diagnóstico y tratamiento del cáncer de mama, e (11) informaciones complementares

Según la autora, fueron encontrados 185 textos en los ocho medios investigados, en que los 11 temas destacados por los expertos aparecieron 292 veces. En el total de los medios investigados, los tres temas más frecuentes fueron, en este orden: detección precoz (estrategias), diagnóstico y tratamiento y epidemiología. Haciendo una separación por tipo de vehículo, en los periódicos los tres temas más frecuentes fueron detección precoz (estrategias), epidemiología y diagnóstico y tratamiento, en este orden; mientras en las revistas los tres temas más frecuentes fueron diagnóstico y tratamiento, detección precoz (auto-examen) y epidemiología, en este orden.

La autora destaca que 153 de los 185 textos analizados han abordado de 1 a 3 de los temas seleccionados por los expertos como importantes en el abordaje del cáncer de mama, mientras 17 de ellos no abordaron ninguno de los temas seleccionados, 10 de los textos abordaron de 4 a 6 de los temas y 5 de ellos abordaron de 7 a 11 temas. Olga Helena Revelles considera que este resultado puede ser interpretado como una falta de profundidad en la cobertura informativa de esta enfermedad.

Sobre cada uno de los temas más destacados, la autora teje los siguientes comentarios: sobre diagnóstico precoz, el tema más divulgado, se ha hablado bastante sobre las campañas de detección precoz del cáncer de mama (en 49 de los textos analizados) y un poco menos sobre las estrategias para la detección – auto-examen, examen clínico y mamografía (con 16 textos). De entre los tres procedimientos para la detección, el análisis de los medios revela que, actualmente el auto-examen es el que merece mayor destaque de los medios, seguido de la mamografía y el examen clínico, este último habiendo sido más tratado como un método de diagnóstico (en lugar de preventivo).

Sobre el diagnóstico y tratamiento del cáncer de mama, los temas más abordados por los medios de información fueron cirugía (en 29 textos), quimioterapia (en 24 textos) y reconstrucción mamaria (en 12 textos).

Sobre epidemiología, Olga Helena Revelles destaca que aunque este tema tenga merecido destaque en los medios, una información muy importante – la de que la mortalidad está aumentando en mujeres a partir de los cincuenta años de edad – solo ha aparecido en uno de los textos. Y eso que la edad es considerada uno de los factores de riesgo más importantes en el cáncer de mama.

Además de analizar la divulgación por los medios de información relacionada a los once temas destacados como importantes por los expertos, la autora también hizo un análisis cualitativo en que se ha fijado en los enfoques de los vehículos de comunicación a la vez de escribir sobre el cáncer de mama. La autora ha identificado tres enfoques importantes: el cáncer de mama como la enfermedad de una personalidad pública, las campañas relacionadas al cáncer de mama y la divulgación científica de las investigaciones realizadas en este área del conocimiento.

En relación al primer enmarcamiento, la autora destaca que el hecho de una actriz bastante conocida en Brasil – Patrícia Pilar – haber asumido públicamente que tenía un cáncer de mama ha contribuido para establecer un nuevo paradigma en la divulgación de noticias con más responsabilidad y menos sensacionalismo. Olga Helena Revelles destaca también que la postura de la actriz en relación a la enfermedad ha contribuido para divulgar la importancia de la detección precoz del cáncer de mama (Patrícia Pilar lo ha detectado realizando un rutinario auto-examen). Otros temas importantes que

aparecieron en los medios a raíz de la enfermedad de esta actriz brasileña han sido la cirugía y el tratamiento de la enfermedad.

Sobre el segundo enmarcamiento, o de las campañas, la autora destaca que en la mayor parte de las veces, los textos informativos se limitan a mencionar algún evento en concreto o la participación de alguna personalidad pública en una campaña de prevención de la enfermedad, pero sin informar sobre la importancia de las estrategias de prevención. La excepción han sido las noticias basadas en la “3ª semana nacional de incentivo à saúde mamária”, organizada pela SBM “Sociedade Brasileira de Mastología”, que sí, han informado sobre las estrategias de detección del cáncer de mama.

Finalmente, el tercer enmarcamiento importante de los textos informativos sobre el cáncer de mama es la divulgación de investigaciones relacionadas a la enfermedad. Sobre este asunto, la autora destaca que, aunque aparezca con bastante frecuencia en los medios de comunicación, su carácter fragmentado y sin continuidad genera una cierta incertidumbre en el lector, como en el caso de textos sobre la reposición hormonal, un tema polémico, que ha sido publicado sin comentarios de médicos especialistas capaces de esclarecer un poco más a los lectores.

En el noveno estudio se deja los medios impresos para analizar un medio audiovisual, la televisión. En el año 2006, Sooyoung Cho, profesora de periodismo en la *University of South Carolina*, publicó un artículo en el *Journalism & Mass Communication Quarterly* en que examinaba la cobertura informativa del cáncer de mama en la televisión estadounidense.

En este trabajo, Cho analizó 602 noticias de las tres principales redes de televisión de Estados Unidos a lo largo de tres décadas (de 1974 a 2003). De acuerdo con la autora, su objetivo era examinar (a) el número de noticias y la cantidad de tiempo dedicada al cáncer de mama a lo largo del periodo de estudio, (b) los principales temas de las noticias, (c) el enfoque de la noticia y (d) sus fuentes principales.

La autora se planteó tres hipótesis y formuló cuatro cuestiones de investigación en este trabajo. Las hipótesis eran: (1) el total de tiempo de emisión y el número de noticias

sobre cáncer de mama ha aumentado a lo largo del tiempo, (2) la visión de la enfermedad como un problema individual debe prevalecer en la cobertura periodística a lo largo del estudio, pero la visión de la enfermedad como un problema social debe aumentar a lo largo del tiempo, (3) la proporción de noticias sobre cáncer de mama que se refieren a descubiertas científicas debe haber aumentado a lo largo del período de estudio. Y las cuestiones de investigación eran: (1) ¿El promedio de tiempo de emisión de cada noticia habrá aumentado a lo largo del período de estudio? (2) ¿Habrá cambiado los principales temas de las noticias a lo largo del estudio? (3) ¿La proporción de noticias sobre controversias habrá permanecido estable a lo largo del período de estudio? (4) ¿Habrá ocurrido cambios en los tipos de fuentes de las noticias a lo largo del estudio?

La metodología utilizada fue el análisis de contenido. La autora analizó 225 noticias de la “NBC”, 202 noticias de la “CBS” y 175 noticias de la “ABC”. Lo primero que ha podido notar en su análisis ha sido un aumento claro de la cobertura sobre cáncer de mama a lo largo del tiempo. Así, en la primera década se han emitido 94 noticias, frente a 159 en la segunda década y 349 en la tercera. Como consecuencia, el tiempo total de emisión también ha aumentado, confirmando la primera hipótesis del estudio. Pero en relación a la primera cuestión de investigación, Cho destaca que el tiempo de emisión individual de cada noticia ha cambiado poco durante el tiempo de estudio. Si en la primera década cada noticia tenía un tiempo de aproximadamente 1,9 minutos, en la segunda década este tiempo ha pasado a 2,2 minutos y en la tercera, a 2,0 minutos.

En relación a la segunda cuestión de investigación, sobre los principales temas de las noticias, la autora observó que en el primer período de estudio se ha hablado principalmente sobre cirugía (24%), celebridades (23%), diagnóstico (14%) y causas del cáncer (13%). Ya en el segundo período se ha hablado principalmente sobre historias personales (18%), posibles causas (17%), diagnóstico (15%) y cirugía (12%). Y, finalmente, en el tercer período, las noticias sobre cáncer de mama trataban del tratamiento y cura (18%), historias personales (15%), diagnóstico (15%) y posibles causas (14%). La autora también examinó como la cobertura de los temas en general ha cambiado a lo largo de las tres décadas. Y pudo notar que temas como prevención, tratamiento e historias personales han aumentado a lo largo de las décadas, mientras la cobertura sobre cirugía y celebridades se ha reducido significativamente. Ya los temas

como posibles causas, diagnóstico y interés económico no han registrado diferentes significativas.

La segunda hipótesis del estudio ha sido confirmada, pues el enfoque en tratamiento del cáncer de mama como un problema individual ha dominado la cobertura televisiva (76%), pero se ha notado un aumento de la cobertura de la enfermedad como un problema social, de un 7% en la primera década del estudio para un 29% en la tercera. Cho destaca que por un lado, temas como tratamiento, interés económico y política sanitaria, que por lo general enfatizan la responsabilidad del gobierno o de la sociedad, han aumentado a lo largo del tiempo; y que por otro lado, temas con orientación fuertemente individual, como celebridades y cirugía recibieron menos cobertura a lo largo del tiempo.

En relación a la tercera hipótesis, la autora observó que la cobertura sobre descubiertas científicas ha aumentado a lo largo del tiempo, habiendo pasado de un 37% en la primera década del estudio a un 60% en la tercera. Cho considera que este resultado puede ser interpretado de tres maneras. En primer lugar, puede ser un reflejo de la realidad, es decir, en la medida en que la investigación y el soporte económico a la misma aumentaron durante el período de estudio, las noticias de televisión fueron reflejando esta nueva realidad. En segundo lugar, los esfuerzos de las relaciones públicas en anunciar los avances médicos aumentaron durante estos años. Y en tercer lugar, la cobertura del cáncer de mama en el primer período estaba más enfocada en temas como las celebridades y cirugías, mientras la cobertura más reciente está más centrada en los esfuerzos para encontrar la cura de la enfermedad.

En relación a la tercera cuestión de investigación, Cho percibió que mientras la mayor parte de las noticias de un telediario se concentran en el conflicto o en temas controvertidos, la cobertura sobre el cáncer de mama tiende a evitar estos aspectos. Para la autora, la dependencia de los periodistas en relación a sus fuentes médicas y su relativa falta de conocimientos científicos evita que ellos presenten información científica controvertida para su audiencia.

Finalmente, la última cuestión de investigación estaba relacionada a las fuentes. La autora identificó un total de 1115 fuentes, siendo la más común los médicos e

investigadores (53%), seguidos por los pacientes (24%). Según Cho, la proporción de médicos, pacientes y políticos no ha cambiado significativamente a lo largo de las décadas, pero si se ha observado un aumento de activistas y grupos de apoyo al enfermo. Mientras ellos representaban tan solo un 2% de las fuentes en la primera década, esta proporción ha aumentado a 12% en la tercera. Cho considera que este puede haber ocurrido gracias (a) al aumento de poder de las organizaciones relacionadas al cáncer, (b) al esfuerzo de las mismas en la realización de actividades para influenciar la cobertura de los medios o las políticas sanitarias y (c) a los esfuerzos de los medios para diversificar las fuentes de sus historias.

Finalmente, en el décimo estudio sobre la cobertura informativa del cáncer de mama, un grupo de investigadores de la *University of Florida* publicó en 2001 en la revista *Health Communication* un análisis en que pretendía examinar la información sobre el cáncer de mama publicada en revistas femeninas, revistas de salud y revistas escritas especialmente para las mujeres afro-americanas.

El equipo liderado por Kim Walsh-Childers utilizó el análisis de contenido para responder a dos cuestiones de investigación: (1) ¿cuáles son los temas discutidos con más frecuencia en la cobertura del cáncer de mama?, y (2) ¿cuán exacta es la información sobre cáncer de mama publicada en las revistas?

Fueron analizadas las noticias publicadas en 17 revistas femeninas, de salud y para mujeres afro-americanas entre enero de 2002 y diciembre de 2007. Los autores destacan el significativo espacio ocupado por las noticias sobre cáncer de mama: en un total de 1100 ejemplares de revistas analizados, se han encontrado 555 textos con información sobre esta enfermedad. Si la distribución fuera uniforme, esto significaría la publicación de un texto en cada dos ejemplares de revistas, una frecuencia muy alta.

Las revistas que más publicaron textos sobre cáncer de mama han sido aquellas especializadas en salud: “Prevention” ha publicado 97 textos, “Self” ha publicado 88 textos y “Health” ha publicado 69 textos a lo largo de los 6 años analizados. Las revistas que publicaron menos textos sobre cáncer de mama han sido “Ophrah”, con 16 textos, “AARP Magazine”, con 5 textos, “Women’s Health” también con 5 (en este caso, la

explicación es que la revista ha sido lanzada en octubre de 2005, casi en la mitad del período analizado) y “First for Women”, con 4 textos.

La ficha de análisis de contenido ha sido desarrollada con la ayuda de un “panel” de tres expertos en cáncer de mama (un cirujano, una radióloga y una enfermera). Los autores del estudio y el grupo de expertos crearon un listado de temas que esperaban encontrar en la cobertura informativa del cáncer de mama y los han organizado en cuatro grandes áreas: (a) factores de riesgo, (b) detección y diagnóstico, (c) tratamiento y (d) pronósticos y recurrencia.

Los autores destacan que el análisis de los textos reveló que casi la mitad de los textos (49%) no hacía mención a ningunos de los temas considerados importantes por el panel de expertos. En relación a las cuatro grandes áreas, los autores destacan que si por un lado las revistas hablaron bastante sobre los factores de riesgo y la detección y diagnóstico, apenas han mencionado información sobre el tratamiento o el pronóstico del cáncer de mama.

En relación a los factores de riesgo, se ha identificado por medio del análisis de contenido que las revistas suelen destacar los factores considerados “controlables”, tales como la dieta, los ejercicios físicos, la obesidad, el consumo de alcohol o el uso de la reposición hormonal, pero se olvidan de uno de los principales (sino el principal): el envejecimiento. Más que olvidarse de destacar que la edad avanzada es un factor de riesgo importante para el cáncer de mama, los autores destacan que las revistas suelen publicar historias de mujeres jóvenes que han desarrollado el cáncer de mama, normalmente mujeres con antecedentes familiares de esta enfermedad.

Y en relación a la información sobre detección y diagnóstico, los autores también destacan como preocupante la poca exactitud de la información. En muchos casos, por ejemplo, los artículos recomendaban la realización de mamografías y exámenes clínicos, pero se olvidaban de hablar sobre la frecuencia con que estos métodos de detección deberían ser realizados.

Los autores destacan dos limitaciones del estudio. En primer lugar, al se tratar de un análisis de contenido, no puede decir nada sobre la manera como la cobertura de las

revistas sobre el cáncer de mama afecta a sus lectores. Y en segundo lugar, los autores consideran que su panel de expertos, al constituirse únicamente de profesionales de la salud, puede haber elegido como temas importantes aquellos que los profesionales de la medicina creen fundamentales, y haber excluido aquellos temas sobre los cuales a las mujeres les gustaría estar informadas.

4.1.2. Aspectos particulares de la cobertura informativa del cáncer de mama

En el primer estudio sobre aspectos particulares de la cobertura informativa del cáncer de mama, seis investigadores del *National Cancer Institute* publicaron, en 1995, un artículo en el "*American Journal of Public Health*" en el cual analizaban la cobertura informativa de la prensa estadounidense sobre la relación existente entre el cáncer de mama y el consumo de alcohol.

El equipo, liderado por Florence Houn, examinó las noticias publicadas en la prensa estadounidense sobre cáncer de mama y alcohol entre enero de 1985 y julio de 1992 y las compararon con los trabajos de investigación sobre este tema divulgados en revistas científicas de EE.UU. en este mismo período. En total, fueron analizadas 87 noticias (siendo 64 de periódicos y 23 de revistas) y 58 artículos científicos.

Los autores de este estudio buscaban respuestas a seis cuestiones de investigación: (a) ¿qué artículos científicos fueron citados por los medios y cuáles no? (b) ¿existe un sesgo en contra de la publicación de artículos que no hayan encontrado relación entre el cáncer de mama y el consumo de alcohol? (c) ¿hay una tendencia a citar determinadas publicaciones científicas?, (d) ¿la controversia es presentada de manera contextualizada? (e) ¿cómo se escribe sobre el riesgo? (f) ¿se hacen recomendaciones al público, y si es así, que tipo de recomendaciones son hechas?

Los resultados no fueron muy alentadores. En primer lugar, los autores verificaron que la divulgación de la pesquisa científica estaba muy concentrada: tres artículos científicos fueron citados en 77% de las noticias analizadas. Además, durante el periodo estudiado, fueron publicados estudios científicos en 29 diferentes revistas especializadas, pero la prensa solo divulgó el material publicado en 7 de ellas, siendo que todos los estudios publicados en *The New England Journal of Medicine* y en el

Journal of the American Medical Association (JAMA) fueron citados en la prensa estadounidense.

En relación a la publicación de noticias sobre artículos (a) que identificaran una relación entre el cáncer de mama y consumo de alcohol, (b) que afirmaran no haber ninguna relación o (c) que no hubieron podido sacar una conclusión sobre el tema; los autores comprobaron que no hubo sesgo, es decir, la proporción de divulgación en la prensa de cada uno de estos tres tipos de artículos estuvo de acuerdo con la proporción de divulgación de estos estudios en las revistas especializadas.

Otra preocupación era la falta de contextualización en la divulgación de las investigaciones médicas. Los autores constataron que si por un lado casi la mitad de las noticias informaba de la existencia de resultados contradictorios en investigaciones previas, por otro lado los lectores siempre han recibido una visión incompleta y contradictoria del estado del conocimiento sobre este tema, siendo informados en un determinado año de que beber con moderación puede aumentar el riesgo de desarrollar un cáncer de mama y en el año siguiente de que no hay ningún aumento en el riesgo de desarrollar esta enfermedad con el consumo moderado de alcohol.

Finalmente, los autores de este estudio verificaron que el concepto epidemiológico de riesgo se presentó de manera confusa y que las recomendaciones en relación a cambios de comportamiento por parte de los lectores fueron contradictorias.

Para los autores de este estudio, idealmente debería haber más énfasis en la divulgación de tendencias de investigación en lugar de estudios individuales. Y en el caso de divulgación de resultados de investigación aislados, sería importante hablar de su importancia y limitaciones en relación a las investigaciones anteriores.

En la segunda investigación sobre aspectos particulares de la cobertura informativa del cáncer de mama, dos investigadoras estadounidenses, la Dra. Paula M. Lantz, profesora de la *University of Michigan*, y la Dra. Karen M. Booth, profesora de la *University of North Carolina*, analizan como el aumento en la incidencia del cáncer de mama ha sido presentado, discutido y explicado por las revistas más vendidas en EE.UU. en un período comprendido entre 1980 y 1995.

La incidencia del cáncer de mama en Estados Unidos ha pasado de una tasa de 85.2 por cada 100.000 mujeres en 1980 a una tasa de 110,2 en 1991. Según las autoras, este aumento significativo (de 30%) en un corto periodo de tiempo ha sido calificado por la prensa estadounidense como una “epidemia”. Diversos estudios publicados a partir de 1991 concluyeron que buena parte de este aumento podría ser explicado por una mayor utilización de la mamografía. Según las autoras, el hecho de que el aumento fuera más significativo en fases iniciales de la enfermedad y entre mujeres mayores de 50 años reforzaba esta hipótesis, puesto que la mamografía es conocida por su capacidad de detectar anomalías en estadios iniciales de la enfermedad, y que las mujeres con más de 50 años son las más propensa a pasar por una prueba como esta. Pero Paula M. Lantz y Karen M. Booth también consideraban difícil establecer los verdaderos motivos para este aumento de la incidencia del cáncer de mama, puesto que se verificaba un aumento de la incidencia pequeño pero constante desde 1940, es decir, décadas antes de que se difundiera la mamografía.

El objetivo del estudio era descubrir: (a) si la cantidad de artículos publicados sobre el cáncer de mama había aumentado en el periodo analizado; (b) si se percibía un cambio en el contenido y en los temas abordados en estos artículos durante el período de estudio; (c) cómo se había tratado el aumento en la incidencia del cáncer de mama en las revistas; (d) que imágenes, metáforas, y premisas habían sido utilizadas para describir el aumento de la incidencia, sus causas, y las mujeres afectadas por la enfermedad; (e) que se había dicho sobre el papel y el comportamiento que las mujeres deberían adoptar o evitar.

En relación a la primera cuestión, las autoras verificaron que una búsqueda en una base de datos de noticias con las expresiones “cáncer de mama” y “mamografía”, entre las revistas estadounidenses más vendidas resultaba en 20 artículos en 1980 y en 118 artículos en 1995. Paula M. Lantz y Karen M. Booth explican que el aumento en la publicación de artículos sobre cáncer de mama y mamografía empezó en 1987 y que los últimos años del estudio presentaron el aumento más significativo: el número de artículos dobló entre 1990 y 1995.

En relación a la segunda cuestión de investigación, las autoras observaron cuatro tendencias: (1) un aumento en los artículos sobre “causas”, “nutrición” y “prevención”,

especialmente a partir de 1987, coincidiendo con la publicación de diversos estudios epidemiológicos sobre factores de riesgo del cáncer de mama; (2) un elevado número de artículos sobre "prevención" entre 1992 y 1994, probablemente debido a la cobertura de los medios de comunicación de la utilización del medicamento tamoxifeno; (3) un elevado número de artículos sobre genética en 1994 y 1995, después del descubrimiento del BRCA1, también conocido como el gen del cáncer de mama; (4) en 1995 aparecen 20 artículos con temáticas que hasta entonces no habían aparecido, tales como "política", "organizaciones" y "promoción".

La tercera pregunta estaba relacionada a la manera como el aumento de la incidencia del cáncer de mama fue tratado por las revistas. Las autoras verificaron que casi la mitad de los 91 artículos analizados mencionó el aumento de la incidencia, pero sin ofrecer cualquier explicación para este fenómeno. Otros 8 artículos ofrecieron alguna explicación para esta tendencia, pero no incluyeron el aumento de las mamografías en la explicación, y 16 artículos mencionaron el aumento de la incidencia e incluyeron la mamografía como un factor de contribución a esta tendencia. Las autoras sintetizan que el discurso sobre el aumento de la incidencia del cáncer de mama sugiere que se trata de una tendencia alarmante y que no se puede explicar; creando, así, "un drama y un sentido de urgencia alrededor de la premisa de que las tasas de cáncer de mama parecen estar fuera de control, por razones que no son entendidas por los científicos" (Lantz y Booth 1998, p.913).

La cuarta cuestión de investigación se refería a las imágenes, metáforas y premisas utilizadas para describir el aumento de la incidencia del cáncer de mama, sus causas y las mujeres afectadas por la enfermedad. Según las autoras, la mayoría de los artículos representa el aumento de la incidencia de una manera espectacular, sensacional, e incluso alarmante. Paula M. Lantz y Karen M. Booth destacan que en muchos de los artículos, el cáncer se presenta como un enemigo diabólico contra el cual la sociedad está librando una guerra. Las autoras también llaman la atención para el hecho de que una imagen bastante promovida sea la de que las mujeres más jóvenes están bajo constante amenaza, a pesar de que, en realidad, la incidencia de cáncer de mama se haya mantenido bastante estable para las mujeres con menos de 40 años por varias décadas, habiendo aumentado entre las mujeres con 40 años o más, con un especial aumento para mujeres con 60 años o más.

La última cuestión que motivaba las autoras de este estudio era saber que se decía en los artículos sobre el comportamiento apropiado o no de las mujeres en relación al cáncer de mama. De acuerdo con Paula M. Lantz y Karen M. Booth, la gran mayoría (81%) de los 91 artículos de revista analizados entre 1987 y 1995 presentaba información sobre uno o más comportamientos o características individuales considerados factores de riesgo comprobados o probables para el cáncer de mama. Ellas destacan que los factores discutidos con más frecuencia fueron: la existencia de antecedentes familiares de cáncer de mama, la edad al primer parto superior a 30 años, el no haber tenido hijos, el uso de anticonceptivos orales, una menarca temprana o una menopausia tardía, el uso de la terapia de reemplazo de estrógeno, la no-lactancia materna, una dieta alta en grasa, y el consumo moderado/fuerte de alcohol. Además, las autoras destacan que a partir de 1993, haber tenido un aborto inducido y tener el gen del cáncer de mama fueron factores de riesgo que se discutieron mucho en la prensa. Paula M. Lantz y Karen M. Booth llaman la atención para el hecho de que muchos de estos factores de riesgo están asociados al control de la reproducción y/o al estilo de vida de la mujer estadounidense moderna. De hecho, las autoras destacan que “algunos de los artículos definen explícitamente el cáncer de mama como una enfermedad de la mujer moderna o liberada, y culpan al movimiento feminista por algunos o por todos estos problemas.” (Lantz y Booth 1998, p.914)

A partir del análisis de los artículos publicados sobre el cáncer de mama en las principales revistas estadounidenses, las autoras observaron algunas tendencias que no estaban directamente relacionadas con sus inquietudes iniciales, tales como : (a) la opinión de los expertos: “en la gran mayoría de los artículos sobre los factores de riesgo, un experto de algún tipo interpreta los resultados científicos del estudio y/o da consejos a los lectores” (p.915); (b) la confianza en la ciencia: “a partir de 1992, otra perspectiva que se afirma en muchos de los artículos es que si bien las conductas individuales son responsables de la epidemia de cáncer de mama, la ciencia es lo que finalmente nos va a salvar” (p.915); (c) la llamada a la acción: “después de 1990, muchos de los artículos son también una ‘llamada a la acción’, para que todas las mujeres se unan en la lucha o guerra contra el cáncer de mama” (p.916).

En la conclusión de su estudio, Paula M. Lantz y Karen M. Booth afirman que la cobertura sobre el aumento en la incidencia del cáncer de mama en las revistas

estadounidenses puede ser resumida como una “difusión de datos inexactos sobre una epidemiología compleja”. Y justifican esta opinión con tres argumentos: (a) a pesar de los datos epidemiológicos indicaren que la edad media en que las mujeres sufren el cáncer de mama es de 65 años y que en menos del 20% de los casos son afectadas mujeres con menos de 50 años, la prensa insiste en vender la idea de que el cáncer de mama es una enfermedad que afecta principalmente a mujeres jóvenes; (b) el aumento en la incidencia del cáncer de mama es presentado como un fenómeno misterioso y enigmático, o peor, aparece asociado, por ejemplo, a las tendencias cambiantes de la mujer en relación a la maternidad (uso de anticonceptivo, no haber tenido hijos, primer hijo después de los 30 años), hecho que no se basa en ningún conocimiento epidemiológico; y (c) aunque el consenso entre los epidemiólogos del cáncer es que se conoce muy poco acerca de cómo reducir el riesgo personal de cáncer de mama, casi todos los artículos explican algún tipo de acción a ser tomada para ayudar a reducir la posibilidad de desarrollar esta enfermedad.

En el tercer estudio sobre aspectos particulares de la cobertura informativa del cáncer de mama esta un artículo que es parte de un proyecto de investigación de Estados Unidos que estudia las controversias científicas y el debate público sobre las causas ambientales del cáncer de mama, del asma y de las enfermedades relacionadas con la Guerra del Golfo. En 2001, un grupo de investigadores de este proyecto ha publicado un artículo sobre el papel de los medios de comunicación en la controversia sobre si factores ambientales pueden causar el cáncer de mama. Por factores ambientales, el equipo liderado por Phil Brown, de la *Brown University*, se refería a componentes químicos, contaminantes y radiación presente en el medio ambiente.

Los autores analizaron dos diarios nacionales (“*The New York Times*” y “*The Washington Post*”), tres revistas semanales (“*Time*”, “*Newsweek*” y “*US News and World Report*”), cuatro revistas de divulgación científica (“*Popular Science*”, “*Discover*”, “*Scientific American*” y “*Science News*”) y ocho revistas femeninas (“*Essence*”, “*Good Housekeeping*”, “*Ladie’s Home Journal*”, “*Mademoiselle*”, “*McCall’s*”, “*Redbook*”, “*Vogue*” and “*Ebony*”). El período seleccionado para estudio fue de 1961 a 1999. Se decidió empezar en 1961 por haber sido este el año de publicación del libro “*Silent Spring*”, de Rachel Carson, considerado un marco en la historia de las conexiones entre los productos químicos y las enfermedades humanas.

Según los autores, las causas medio-ambientales no son mencionadas con mucha frecuencia por los medios de comunicación analizados. Y cuando se aborda este tema se presenta en un discurso dominado por la incertidumbre, poblado por palabras como “sospecha”, “posiblemente”, “tal vez”, lo que sugiere al lector no haber ninguna certeza de que el cáncer de mama tenga causas medio-ambientales.

Los autores destacan que los medios prefieren atribuir el cáncer de mama a otras causas distintas de las relacionadas al medio ambiente, hasta cuando aquellas no tienen un soporte científico sólido, como la herencia genética y el uso médico de los estrógenos. Sobre este último tema, los autores destacan que si por un lado se habla mucho del riesgo del estrógeno presente en anticonceptivos orales y en la terapia de reposición hormonal, los estrógenos presentes en el medio ambiente raramente son tratados.

En resumen, los investigadores liderados por Phil Brown observan que al tratar de los factores de riesgo del cáncer de mama, los medios de comunicación se centran mucho más sobre la responsabilidad de los individuos en relación a la dieta, la edad al nacimiento del primer hijo y otras características y comportamientos personales, que de los productos químicos y otras sustancias cancerígenas. Además, la cobertura de la responsabilidad empresarial y gubernamental es bastante limitada. En la opinión de los autores, lo que explica que entre dos evidencias científicas equivalentes: las causas alimentares y las causas medio-ambientales, los medios prefieran tratar las primeras en la cobertura de los temas sanitarios, sería porque es más fácil atribuir la responsabilidad a los individuos que a empresas o al gobierno. En fin, el estudio concluye que a pesar de la gran atención científica a las causas ambientales, y a pesar de haber mucho activismo social en este ámbito, los medios impresos no prestan mucha atención a las causas ambientales del cáncer de mama.

En la cuarta investigación sobre aspectos particulares de la cobertura informativa del cáncer de mama, un equipo de investigadores estadounidenses (de la *University of Washington* y de la *Oregon Health Sciences University*) publicó un estudio en que analizaba la cuestión de la edad de diagnóstico del cáncer de mama en las revistas estadounidenses.

Los autores del estudio habían identificado una tendencia entre las estadounidenses de sobrevalorar el riesgo de desarrollar un cáncer de mama. Ellos citaban una encuesta en que mujeres entre 40 y 50 años de edad sobrestimaban su riesgo de morir de cáncer en un corto plazo en 22 veces y su riesgo de desarrollar un cáncer a lo largo de su vida en 12 veces. Además, los autores destacaban que las mujeres suelen considerar el cáncer de mama como una enfermedad de mujeres más jóvenes, creyendo que su riesgo a corto plazo disminuye a la medida en que envejecen (cuando los datos epidemiológicos indican una tendencia exactamente contraria a esta).

En un primer momento, los autores buscaron textos sobre cáncer de mama publicados en revistas de gran circulación (como mínimo 500.000 ejemplares) entre enero de 1993 y junio de 1997. De los 389 artículos encontrados, publicados en 52 revistas distintas, los autores investigaron referencias directas sobre la experiencia del cáncer de mama de una persona determinada. El equipo de investigadores liderado por Wylie Burke encontró 273 referencias de este tipo en 131 artículos de la muestra. De estas 273 referencias, en 186 de ellas había información sobre la edad de la persona afectada por la enfermedad, siendo que en 14 de los casos la información estaba duplicada. Los autores desconsideraron esta información duplicada y llegaron a una muestra de 172 referencias a una experiencia personal relacionada al cáncer de mama en que se explicitaba la edad de la persona afectada. Siempre que posible, los autores consideraron la edad de la persona en el momento en que se le fue diagnosticada la enfermedad. Para poder comparar los datos encontrados en la revistas con la situación real, los autores utilizaron datos del *National Cancer Institute* sobre el riesgo de desarrollar el cáncer de mama entre las mujeres de EE.UU.

El estudio muestra que la edad media de las mujeres con cáncer de mama en las 172 referencias analizadas fue de 41 años (en un rango de 18 a 66 años), con una clara indicación a edades más tempranas: en 84% de las referencias (144 de 172) las mujeres fueron diagnosticadas antes de los 50 años de edad, y en el 47% de ellas (80 de 172) las mujeres fueron diagnosticadas antes de los 40 años de edad. Los autores destacan que si estas referencias estuvieron en línea con los datos sobre la incidencia del cáncer de mama en los Estados Unidos, estos porcentajes deberían ser del 16% y el 3,6%, respectivamente.

Los autores destacan que las historias sobre el cáncer de mama publicadas en las revistas analizadas se centraban en mujeres con menos de 50 años de edad e incluyeron historias de mujeres afectadas a los 18 años de edad. Ya las referencias a mujeres diagnosticadas con cáncer de mama a los 60 años eran poco frecuentes, y no hubo ningún artículo que citara a una mujer diagnosticada con más de 70 años, aunque la mayoría de los casos de cáncer de mama ocurre en mujeres de estas edades. Para los autores, esta mala representación de la distribución por edades del cáncer de mama camina paralelamente a la mala comprensión por parte de las mujeres del riesgo de desarrollar esta enfermedad.

De entre los problemas recurrentes de la divulgación de percepciones exageradas e inexactas sobre el riesgo de cáncer de mama los autores destacan que las preocupaciones sobre el riesgo precoz pueden llevar a mujeres jóvenes a sobreestimar el beneficio de mamografías antes de los 50 años de edad. También resaltan que por otra parte, no entender la edad como un factor de riesgo también puede reducir la motivación de las mujeres de más edad a someterse a mamografías.

En el quinto estudio sobre una particularidad de la cobertura informativa del cáncer desama, un equipo de investigadores de la *University of Maryland School of Medicine* publicaron en 2001 un artículo en el *Journal of Women's Health & Gender-Based Medicine* en que discutían si existe alguna preferencia por parte de los medios de comunicación al divulgar estudios científicos sobre el cáncer de mama y la terapia de reposición hormonal.

El equipo liderado por Maura K Whiteman buscó noticias publicadas/emitidas por los medios de comunicación entre 1 de enero de 1995 y 30 de junio de 2000 y que hicieran referencia al cáncer de mama y a la terapia de reposición hormonal. Las noticias, publicadas en periódicos, revistas, transcritas de telediarios nacionales y radios, fueron obtenidas a través de una búsqueda sistemática en *Lexis-Nexis*, una base de datos *online* con textos completos y transcripciones de más de 300 fuentes. Los periódicos de EE.UU. fueron seleccionados de entre los 50 de mayor difusión, mientras los periódicos de habla inglesa de otros países fueron seleccionados entre aquellos que estaban en el 5% de mayor circulación en cada país. En total, los autores del estudio encontraron 158

noticias (119 de periódicos, 9 de revistas, 24 de televisión y 6 de radio.), que hacían referencia a 203 estudios científicos.

Las publicaciones científicas fueron obtenidas por medio de una búsqueda en la base de datos *Medline* por todas las publicaciones en inglés que relacionaran terapia de reposición de estrógeno o terapia de reposición hormonal y riesgo de desarrollo de un cáncer de mama (editoriales y cartas al editor fueron excluidos) en el período de enero de 1995 a junio de 2000.

De los 32 artículos científicos analizados, 20 (67,5%) afirmaban que había un mayor riesgo de cáncer de mama asociado a la terapia de reposición hormonal, mientras 12 (32,5%) concluían no haber evidencia de una relación entre el cáncer de mama y la terapia de reposición hormonal, o que esta terapia incluso protegería contra el cáncer de mama. Ya de las 203 citaciones de estudios científicos en las noticias, 82,3% era citaciones de estudios que asociaban la terapia de reposición hormonal a un mayor riesgo de cáncer de mama y 17,7% eran citaciones de estudios que no habían encontrado esta asociación. Los autores concluyen que estos datos revelan un exceso de cobertura por parte de los medios de comunicación de los estudios científicos que identifican una relación entre la terapia de reposición hormonal y un mayor riesgo de cáncer de mama en comparación con la proporción con que estos estudios aparecen en las revistas o publicaciones especializadas.

Los autores llaman la atención para el hecho de que solo la mitad de todos los estudios científicos que examinaban la asociación entre la terapia de reposición hormonal y el riesgo de cáncer de mama hayan sido cubiertos por los medios de comunicación. Los autores de este estudio también resaltan que aparentemente los medios de comunicación prefieren divulgar los estudios científicos que defienden una asociación entre la terapia de reposición hormonal y el cáncer de mama. Ellos consideran que esto ocurre porque los artículos científicos que apoyan tal asociación son vistos como más noticiables por los medios de comunicación y, por lo tanto, son cubiertos con más frecuencia que los estudios nulos, es decir, los estudios que no han encontrado una relación entre la terapia de reposición hormonal y el cáncer de mama.

Los autores consideran que si por un lado la cobertura mediática sobre la asociación entre la terapia de reposición hormonal y el cáncer de mama beneficia a las mujeres, en la medida en que les proporciona información a la que de otra forma no podrían tener acceso y les permite iniciar discusiones sobre el tema con sus médicos, por otro lado también puede perjudicarlas. Para los autores de este estudio, al basar los reportajes en solo una parte del cuerpo de investigación y poniendo demasiada énfasis en los estudios que identifican una relación entre la terapia de reposición hormonal y el cáncer de mama, los medios dan al gran público y a la comunidad científica una visión deformada de los resultados de la investigación. Destacan, además, que la mayor parte de las noticias habla de tan solo un artículo científico y falla al no poner la investigación actual en el contexto de otros trabajos de investigación anteriores o simultáneos. Finalmente, los autores consideran que aunque los estudios que no han encontrado relación entre la terapia de reposición hormonal y el cáncer de mama no resulten en buenos titulares, ellos también deberían ser noticiados en los medios de comunicación, para presentar una visión más amplia de la investigación científica.

En la sexta investigación sobre particularidades de la cobertura informativa del cáncer de mama, Lisa M. Schwartz y Steven Woloshin publicaron en 2002 un artículo en la revista *JAMA* sobre la cobertura periodística de los medios estadounidenses sobre los beneficios y riesgos de dos estrategias distintas de prevención del cáncer de mama.

Los autores analizaron la cobertura periodística asociada a tres eventos ocurridos en la década de 1990 y que han despertado la atención de los medios: un panel de consenso de los Institutos Nacionales de Salud que se mostró contrario a las mamografías rutinarias en mujeres de 40 años (en enero de 1997), una recomendación inversa por parte del *National Cancer Institute* (en marzo de 1997) y un estudio patrocinado por el *National Cancer Institute* y que demostraba la eficacia del tamoxifeno en la prevención del cáncer de mama (en abril de 1998).

Los autores pretendían analizar si los medios encorajaban las mujeres a hacerse una mamografía o a tomar tamoxifeno y si les informaban sobre los beneficios y los riesgos asociados a cada una de estas prácticas. Para esto, analizaron la cobertura de los diez periódicos de mayor circulación en Estados Unidos y de las tres principales redes de televisión en las dos semanas posteriores a cada uno de los tres eventos citados

anteriormente. Así, se han analizado la cobertura del informe del panel de los Institutos Nacionales de Salud entre los días 23 de enero y 5 de febrero de 1997; la cobertura sobre el anuncio del *National Cancer Institute* contrario al panel entre los días 27 de marzo y 9 de abril; y la cobertura de los resultados Programa de Control y Detección del Cáncer de Mama acerca del uso profiláctico del tamoxifeno entre el 4 y el 17 de abril de 1998. En total, han sido analizados 27 textos sobre el panel de los Institutos Nacionales de Salud, 24 textos sobre el informe del *National Cancer Institute*, y 34 textos relacionados al uso del tamoxifeno.

En relación a la cobertura sobre el panel de consenso de los Institutos Nacionales de Salud, 67% de los textos dejaba la impresión de que había mucha incertidumbre sobre si las mujeres entre 40 y 49 años deberían someterse a una mamografía o no. Por otro lado, 59% de las noticias sugería que las mujeres deberían realizar una mamografía. Y tan sólo 4 historias indicaban que realizarse o no una mamografía era una decisión que cabía a cada mujer. Las principales fuentes de información en esta cobertura fueron los miembros del panel, funcionarios de los Institutos Nacionales de Salud o del *National Cancer Institute* y radiólogos.

Lisa M. Schwartz y Steven Woloshin observaron que el nivel de incertidumbre sobre si una mujer de 40 años debe o no someterse a una mamografía se redujo considerablemente después de la publicación del comunicado del *National Cancer Institute* sobre este tema: 21% de las noticias sugerían una gran incertidumbre y 33% sugerían poca incertidumbre. Y un 96% de las historias sugerían que las mujeres deberían hacerse una mamografía. Los políticos fueron la fuente más frecuente de estas noticias.

Finalmente, la cobertura sobre el tamoxifeno destacó la incertidumbre sobre la decisión de las mujeres con elevado riesgo de desarrollar un cáncer de mama: 62% de las historias sugería haber bastante incertidumbre y ninguna de las piezas informativas dejó la impresión de que las mujeres deberían hacer uso de este medicamento. Los relatos sobre esta noticia sugerían que las mujeres deberían pesar los riesgos y beneficios y tomar la decisión ellas mismas. Las fuentes más citadas en estas historias fueron los investigadores que firmaron el estudio, académicos y las mujeres que participaron del ensayo con el tamoxifeno.

En relación a la cobertura sobre los riesgos y beneficios de la elección de cada una de las técnicas de prevención del cáncer de mama, los autores han observado que 67% de las historias sobre los 3 eventos han cuantificado el beneficio en la elección de la técnica de prevención correspondiente (los beneficios fueron citados en 63% de las noticias sobre el panel de consenso de los Institutos Nacionales de Salud, en 50% de las noticias sobre la decisión contraria del *National Cancer Institute* y en 82% de las noticias sobre el uso del tamoxifeno). Y cuanto a los riesgos, los autores destacan que han sido mencionados en casi todas las noticias sobre el panel de consenso de los Institutos Nacionales de Salud (93%) y sobre el uso del tamoxifeno (94%), pero en menos de la mitad de las noticias sobre la decisión del *National Cancer Institute*.

Los autores destacan que el análisis de la cobertura de estos tres eventos ha encontrado diferencias significativas en la manera como se trató cada uno de los hechos. Por un lado, las historias sobre el panel de consenso de los Institutos Nacionales de Salud se mostraron favorables a la realización de mamografías: muchas de ellas dejaban el lector con la sensación de que las mujeres de 40 años deberían hacerse un examen de este tipo. En esta misma línea, las noticias que siguieron la divulgación de la decisión del *National Cancer Institute* fueron de soporte a las mamografías: muchas de ellas expresaban incluso la sensación de alivio ante la refutación del panel y la corrección de su “error”. Por otro lado, las historias sobre el uso del tamoxifeno como medida de prevención primaria del cáncer de mama fueron mucho más cautelosas. En lugar de rechazar la incertidumbre (como ocurrió en la cobertura del panel de consenso), las historias la han aceptado y casi todas sugerían que las mujeres deberían pesar los riesgos y beneficios de tomar el tamoxifeno y decidir por ellas mismas que deberían hacer.

Lisa M. Schwartz y Steven Woloshin destacan dos aspectos relacionados a la diferencia de cobertura sobre las mamografías y el uso del tamoxifeno para prevenir el cáncer de mama. En primer lugar, consideran que la diferencia en la cobertura puede ser explicada por la diferencia entre criticar una práctica médica establecida y difundir una nueva. Y en segundo lugar, consideran que las noticias pueden estar reflejando la opinión de las personas sobre la mamografía y una terapia basada en un medicamento. Sobre este último tema, los autores valoran que los medios y el público están más informados sobre los aspectos negativos del uso de medicamentos que del uso de prácticas como la mamografía.

Los autores concluyen que los periodistas deberían tratar a las mamografías con la misma visión crítica con que tratan el uso del tamoxifeno. De esta manera, podrían contribuir para que el público tenga una mejor información sobre los beneficios y riesgos de las prácticas médicas.

En la séptima investigación sobre aspectos particulares de la cobertura informativa del cáncer de mama, Sandra Jones, profesora de la *University of Wollongong*, publicó en 2004 un estudio sobre la cobertura informativa del cáncer de mama en los medios impresos australianos. Su principal interés eran los mensajes sobre la detección precoz del cáncer de mama a través de la mamografía.

La autora analizó las diez principales revistas femeninas australianas y tres periódicos semanales (uno nacional – “*The Australian*” – y dos de la Australia Occidental – “*The Saturday West Australian*” y el “*The Sunday Times*”) a lo largo de seis meses, de diciembre de 2000 a mayo de 2001. La autora seleccionó todos los textos que hacían referencia al cáncer de mama con el propósito de analizar los mensajes sobre la mamografía. Para evaluar la exactitud de estos mensajes, la autora decidió compararlos con una campaña de marketing llevada a cabo por el *BreastScreen Australia*. Puede que por esta razón hayan sido analizados tanto los anuncios publicitarios cuanto los textos con contenido editorial. En los seis meses de análisis, la autora ha encontrado un total de 31 anuncios publicitarios, pertenecientes a cinco campañas distintas (del *Breast Screen Australia*, de las “*fashion targets*”, de la “*Wesley Breast Cancer Hotline*”, de Avon y del *Breast Cancer Institute of Australia*), y 42 textos de contenido editorial (textos informativos y historias personales, principalmente).

Sandra Jones explica que los dos mensajes principales del anuncio de *BreastScreen Australia* eran que el cáncer de mama está relacionado con la edad (la mayoría de las mujeres desarrollan la enfermedad después de los 50 años) y que se debe hacer una mamografía a cada dos años (puesto que la detección precoz favorece el tratamiento y la recuperación). Además, el anuncio también llamaba la atención para el alto nivel de incidencia de esta enfermedad (una de cada 12 mujeres australianas desarrollará el cáncer de mama) y para que la mayoría de los casos (9 de cada 10) no son hereditarios. La autora ha utilizado este anuncio como base para su análisis porque este mensaje ha sido aprobado por expertos y autoridades de salud del gobierno. Sandra Jones, por lo

tanto, ha decidido analizar todo el material seleccionado a partir del destaque dado a estos cuatro mensajes: edad, mamografía, riesgo y herencia genética.

En relación a la cuestión de la edad, la autora destaca que ninguno de los anuncios de publicidad menciona la relación del cáncer de mama y la edad, y que en los textos de contenido editorial, la edad de las mujeres representadas con cáncer de mama suele estar por debajo de los 50 años, las fotografías son mayoritariamente de mujeres jóvenes y ninguno de los textos indicaba que la mayoría de los cánceres de mama ocurren en mujeres mayores de 50 años.

Cuanto a la mamografía, tan sólo un anuncio (el de Avon) las mencionaba, y en este caso, haciendo referencia a una mujer de 45 años de edad (es decir, más joven que la edad de cribado recomendada). Pasando al contenido editorial, de las siete historias reales que informaban como un cáncer de mama había sido detectado, en tan solo una de ellas la detección había sido realizada tras una mamografía. Y en tan solo 2 de los 16 textos informativos analizados se ha mencionado la mamografía, siendo que en uno se recomendaba la revisión anual (en lugar de bienal) y el otro discutía qué hacer cuando se descubre un tumor después de una mamografía clara (lo que podría ser interpretado como que una mamografía también puede ser ineficaz).

En relación al riesgo de desarrollar un cáncer a lo largo de la vida, el único anuncio publicitario que lo mencionó afirmó que era de 1 mujer de cada 11 (que es bastante cercano a la estimación de incidencia *BreastScreen* de uno en 12). Ninguna de las historias personales han tratado el tema, mientras en los artículos informativos rara vez se mencionaba el riesgo (en tres de los 16 textos) y en sólo uno de ellos se citaba el número correcto de 1 de cada 12, con otro texto diciendo tan solo que el cáncer de mama era el asesino número uno, y otro que la mortalidad estaba disminuyendo.

Finalmente, cuanto al tema del cáncer hereditario, tan solo un texto de contenido editorial – una historia personal – declaró que el cáncer de mama era hereditario. Por otra parte, ningún texto, excepto el anuncio de *BreastScreen*, tampoco aconsejó a los lectores que la mayoría de los casos de cáncer de mama no son hereditarios.

Para la autora, el principal problema revelado por el estudio se refiere al tema de la edad de las mujeres diagnosticadas con cáncer de mama. Es un hecho que tanto la incidencia cuanto la mortalidad por cáncer de mama son poco frecuentes en mujeres con menos de 40 años, pero el 44% de los artículos analizados retrataban claramente a mujeres por debajo de esta edad, lo que puede llevar a que las mujeres se equivoquen en relación a la edad de riesgo de desarrollar la enfermedad.

En el octavo y noveno estudios sobre aspectos particulares de la cobertura informativa del cáncer de mama, los investigadores Lorie Donelle, Laurie Hoffman-Goetz y Juane Clarke publicaron dos estudios sobre la cobertura informativa del riesgo de desarrollar un cáncer de mama por herencia genética. Los autores destacan que el riesgo genético no es la principal causa de cáncer de mama - alrededor del 5% al 10% de las mujeres tienen un caso de cáncer de mama en la familia, y de estas mujeres, 50% puede haber heredado uno de los genes específicos de susceptibilidad al cáncer de mama (el BRCA1 o el BRCA2).

Los autores destacan que la mayoría de los análisis de la información de los medios sobre el cáncer se ha llevado sobre medios impresos en general, y que poco se sabe sobre si los medios de comunicación especializados para grupos específicos informan de una manera diferente. Por esta razón, han decidido realizar un análisis de periódicos dirigidos a una minoría étnica con alto riesgo de desarrollar el cáncer de mama, y compararla con la presentación del riesgo en los diarios leídos por la población en general. Dada la mayor incidencia de mutaciones de los genes BRCA1 y BRCA2 en las mujeres judías de etnia Ashkenazi, los autores han decidido analizar periódicos destinados a la población judía.

En los dos estudios, se han analizado las noticias publicadas en seis periódicos dirigidos a la población judía de Canadá ("*Canadian Jewish News*", "*Jewish Post and News*", "*Edmonton Jewish Life*", "*Ottawa Jewish News*", "*Jewish Free Press*", "*Orah Magazine*") y seis periódicos de elevada circulación en el país ("*Toronto Star*", "*Calgary Herald*", "*Winnipeg Free Press*", "*Montreal Gazette*", "*Vancouver Sun*" y el "*Chronicle Herald*"). Los autores explican que han buscado artículos sobre el cáncer publicados en los periódicos judíos en los años 1996-2000, ambos inclusive, y han dado con 92 textos. Debido a la gran cantidad de temas de los diarios de información general

en un determinado año (fueron encontrados 721 textos en el año 2000), su búsqueda se restringió a este período más corto. A partir de esta búsqueda, los autores han aislado los textos sobre el cáncer de mama, 34 en los periódicos judíos y 145 en los periódicos de información general, y, posteriormente, los textos sobre cáncer de mama que también hablan sobre genética: 16 textos de los periódicos judíos y 25 textos de los periódicos de información general. Esta ha sido la muestra analizada en ambos estudios.

En el primer de los artículos, publicado en *Women & Health* en abril de 2005, los investigadores pretendían describir y analizar como los periódicos seleccionados trataban la cuestión del riesgo genético para el cáncer de mama. En la parte cuantitativa del análisis, los autores descubrieron que en los periódicos destinados a la comunidad judía hay más artículos que señalan la genética como el principal factor de riesgo de cáncer de mama, bien como más terminología genética en los textos.

Ya la información estadística/epidemiológica aparece regularmente tanto en los periódicos de información general como en los periódicos escritos para la comunidad judía. De hecho, los autores destacan que la información fue presentada en términos de estadísticas en el 80% (20/25) de las noticias de los periódicos de información general y en el 100% (16/16) de los periódicos especializados en la comunidad judía. Pero aquí también se nota una diferenciación en cuanto a la presentación del riesgo genético: mientras la información estadística/epidemiológica de los medios de información general trataba de una variedad de temas, en 12 de los 16 textos de los periódicos judíos, este tipo de información hace referencia específicamente al riesgo genético.

Desde el punto de vista del análisis cualitativo, los autores destacan que la información estadística sobre el riesgo de cáncer de mama fue presentada con un elevado nivel de complejidad, dificultando al "lector medio" interpretar correctamente el mensaje deseado, tanto en los periódicos escritos para la comunidad judía cuanto en los periódicos canadienses de interés general. Para los autores, ambos medios de comunicación divulgan un tipo de información que requiere habilidades numéricas de interpretación. Y destacan que una amenaza real de la presentación de información estadística de manera tan compleja y turbia es que los lectores intenten utilizar estas estimaciones de probabilidad con base poblacional para interpretar su riesgo personal.

Además, los autores destacan que la noción de riesgo es a menudo presentada de manera exagerada con el fin de atraer la atención de los lectores. Los investigadores también han podido identificar que tanto los periódicos de información general cuanto los judíos han publicado información contradictoria sobre el cáncer de mama.

Finalmente, los autores recomiendan que la información genética sobre el riesgo de cáncer de mama sea presentada de manera sencilla y equilibrada de manera a incluir tanto aspectos positivos (como la probabilidad de supervivencia) cuanto negativos (como la mortalidad), y tanto un marco de pérdida (pérdidas potenciales de no tener una mamografía) cuanto un marco de ganancia (ganancias potenciales de la mamografía), con un sentido de escala que sea común, tal como 1 en 100 o 1 en 1000.

El objetivo del segundo estudio, publicado en *Ethnicity & Health* en agosto de 2005, era evaluar si había una diferencia en la cobertura sobre los riesgos del cáncer de mama en periódicos impresos dirigidos a un público específico, con mayor riesgo de desarrollar el cáncer de mama de origen hereditaria, en comparación a los periódicos de información general.

En relación a los resultados cuantitativos, los autores destacan que 12 de los 16 artículos publicados en los periódicos judíos señalaban la predisposición genética como la principal causa del cáncer de mama. Por otro lado, tan solo 3 de los 25 artículos de los periódicos de información general escribían sobre la genética de la misma manera. Y los autores destacan que esto ocurre a pesar de que el cáncer de mama hereditario responde por una minoría de los casos de esta enfermedad entre las mujeres judías.

Cuanto a los datos cualitativos, los autores destacan dos aspectos de la cobertura informativa. En primer lugar, la cobertura de los periódicos judíos afirma, directa o indirectamente que ser una mujer judía “significa ser diferente a otras mujeres y ser diferente de una manera patológica. El material de impresión insinúa que la identidad de las mujeres judías, en parte, implica un riesgo genético de cáncer de mama” (Donelle *et al* 2005b, P.191). Y en segundo lugar, los autores destacan que el riesgo genético tiene un peso distinto como causa del cáncer de mama, dependiendo del medio informativo: mientras los periódicos de información general lo consideran tan solo uno de los

muchos factores que pueden causar la enfermedad, en los periódicos judíos es considerado prácticamente la causa única y exclusiva del cáncer de mama.

Los investigadores destacan que los mensajes sobre el riesgo de cáncer tienen el potencial de influir en el comportamiento de los individuos en relación a su salud, y que la lectura de los textos informativos publicados en los periódicos escritos para la comunidad judía canadiense pueden llevar las mujeres judías a adoptar una visión fatalista en relación al desarrollo de un cáncer de mama, y que tal comportamiento puede reducir la atención a maneras de prevenir o evitar la enfermedad.

En uno de los estudios más recientes sobre la cobertura periodística del cáncer de mama, un equipo de investigadores liderados por Charles K. Atkin, profesor de la *Michigan State University*, ha examinado como los medios de comunicación retratan el cáncer de mama, con especial atención en la cobertura sobre los riesgos de las exposiciones ambientales controlables y el comportamiento preventivo. Este es el decimo estudio sobre aspectos particulares de la cobertura informativa del cáncer de mama.

Los autores han analizado las noticias divulgadas en tres revistas semanales de información general ("*Time*", "*Newsweek*" y "*US News & World Report*"), tres redes de televisión ("*NBC*", "*ABC*" y "*CBS*"), y tres de los principales periódicos de EE.UU. ("*The New York Times*", "*Los Angeles Times*" y "*USA Today*"). El período analizado fue de junio de 2003 a diciembre de 2004. La muestra analizada fue de 231 piezas informativas, siendo 123 noticias de televisión, 84 noticias de periódicos y 22 noticias de revistas. Este análisis de contenido fue elaborado en el marco de un programa de investigación federal estadounidense que pretendía estudiar como los factores ambientales pueden alterar el riesgo de una mujer venir a desarrollar un cáncer de mama.

Según los autores del estudio, aunque se haya encontrado un número significativo de historias reunidas en la categoría de riesgos ambientales, casi dos tercios de estas noticias trataban del uso de medicamentos como la terapia de reposición hormonal. Los riesgos relacionados a prácticas de estilo de vida y contaminantes ambientales no aparecieron con frecuencia en las historias.

Los autores destacan que las noticias que trataban sobre acciones preventivas se centraban principalmente en lo que las mujeres podrían hacer en un nivel individual en lugar de tratar también de las acciones en nivel familiar o de toda la sociedad. Tres cuartos de las noticias sobre prevención enfocaban casi exclusivamente el uso de medicamentos, principalmente la aspirina. Por otro lado, los medios casi no presentaron información sobre como los padres podrían proteger a sus hijas de los riesgos ambientales o sobre las amenazas de contaminantes a nivel local o nacional.

El equipo liderado por Charles K. Atkin destaca que el padrón de noticias sobre prevención con énfasis en la responsabilidad individual reduce el potencial de reformas en un nivel de toda la sociedad. Los autores también destacan un hecho curioso: aunque exista una amplia cobertura informativa relacionada con la dieta y la obesidad, las noticias sobre la prevención del cáncer de mama raramente identifican la enfermedad como un buen motivo para comer sano y hacer ejercicio.

Aparte de las noticia sobre la aspirina, los autores resaltan que las noticias sobre la prevención del cáncer de mama son eclipsadas por la cobertura pesada de los últimos tratamientos propuestos por la investigación médica. Aquí, los autores se preguntan si el énfasis optimista de las noticias sobre el tratamiento del cáncer de mama puede tener el efecto contraproducente de reducir el interés de las mujeres en la prevención de la enfermedad.

Finalmente, el décimo primero estudio sobre aspectos particulares de la cobertura informativa del cáncer de mama, la autora del actual estudio ha presentado un *paper* en el Congreso Internacional Fundacional de la Asociación Española de Investigación de Comunicación (AE-IC). El objetivo de esta investigación era identificar las fuentes de información en las noticias sobre cáncer de mama publicadas en “El País”, un periódico de referencia en España.

“El País” dispone de un archivo digital dónde se pueden buscar todos los textos publicados en el diario desde su primera edición del 4 de mayo de 1976. Fue realizada una búsqueda en este archivo utilizando las claves “cáncer de mama”, “cáncer de pecho” y “cáncer de senos”. La herramienta ha buscado estas expresiones en todos los textos de la edición impresa del periódico entre 4 de mayo de 1976 y 31 de diciembre de

2005. Como resultado, ha retornado 948 titulares. Sobre esta muestra fue establecido un criterio de selección con la finalidad de garantizar que los textos analizados trataran concretamente del cáncer de mama y no fueran textos más generales que solamente citaran la enfermedad. Después de aplicar estos criterios nos ha dado como resultado una muestra de 266 textos considerados para este análisis.

Se han formulado cuatro hipótesis sobre el tipo de fuentes informativas que se esperaba encontrar. La primera hipótesis era que las revistas especializadas serían una fuente importante en las noticias sobre cáncer de mama y que entre estas las principales serían probablemente “*The Lancet*”, “*Nature*”, “*JAMA*”, “*The New England Journal of Medicine*” y “*Science*”. La segunda hipótesis sobre las fuentes de las noticias sobre cáncer de mama publicadas en “El País” era que habría una participación muy pequeña de pacientes o de asociaciones de pacientes. Incluso antes de consultar los textos que serían analizados, teníamos la sensación de que las noticias sobre salud, eran, por excelencia, territorio de los expertos. La tercera hipótesis era que habría un predominio de noticias con una única fuente de información. Esta hipótesis se basaba principalmente en un estudio realizado por la Asociación Colombiana de Periodismo Científico (citado en Fog, 2002) según el cual, en general, los periodistas a nivel mundial se conforman con consultar una sola fuente en sus noticias. Finalmente, la cuarta hipótesis era de qué habría un predominio de fuentes extranjeras en las noticias sobre cáncer de mama, especialmente en los últimos diez años, bajo la influencia de las facilidades de comunicación ofrecidas por Internet.

En relación a la primera hipótesis, se ha podido constatar que las revistas especializadas fueron las fuentes de 84 noticias en un total de 266 analizadas (31.6%). En los primeros diez años esta proporción fue de 7.1% (1 noticia por cada 14 publicadas), en los diez años siguientes fue de 28.9% (24 por cada 83) y de 34.9% en los últimos diez años analizados (59 noticias de 169). Vale la pena destacar que de entre las 23 cabeceras citadas, solamente una es española (“*Gaceta Sanitaria*”), mientras que las demás son estadounidenses o británicas. También merece la pena destacar que dos de ellas aparecen con una frecuencia considerablemente superior a las demás: “*The New England Journal of Medicine*” y “*The Lancet*”.

Cuanto a la segunda hipótesis, de que habría poca participación de pacientes o asociaciones de pacientes entre las fuentes de las noticias sobre cáncer de mama, en efecto, se ha constatado que las pacientes rara vez aparecen como fuente de una noticia. En un total de 266 textos publicados a lo largo de 30 años, se pueden encontrar tan solo 26 referencias a pacientes o asociaciones de pacientes. Y solamente 14 mujeres son fuente de una noticia bajo la condición de pacientes de cáncer de mama, sin ninguna otra especificación jerárquica (como, por ejemplo, presidente de una Asociación).

Sobre la tercera hipótesis, infelizmente, de acuerdo con el estudio, la cantidad de noticias sobre cáncer de mama publicadas basadas en solamente una fuente de información es todavía significativo en “El País”: 126 textos, o 47.4% del total de la muestra analizada. La buena noticia del análisis cualitativo es que la presencia de noticias con una única fuente se redujo en las dos últimas décadas en comparación a los primeros años de “El País”, en beneficio de las noticias con tres fuentes o más.

Finalmente, la última hipótesis, era que Internet podría estar contribuyendo para la internacionalización de las fuentes del periodismo científico y, consecuentemente, de las noticias sobre cáncer de mama. El análisis cuantitativo no ha permitido confirmarla, pues si por un lado es verdad que las fuentes extranjeras predominan sobre las españolas en los textos estudiados, por otro, tal margen se ha reducido en los últimos años. En el período comprendido entre 1976 y 1985, en el 42.9% de las noticias había por lo menos una fuente española, mientras que en el 57.1% se podía encontrar una fuente extranjera. En el período siguiente, de 1986 hasta 1995, en el 37.3% de las noticias había una fuente española, mientras que en el 69.9% de las noticias había una fuente extranjera (la suma de los porcentajes supera el 100% porque había noticias con fuentes españolas y extranjeras). De 1996 hasta 2005, es posible percibir un aumento en la proporción de noticias con fuente española: un 49.7% de las 169 publicadas, pero la proporción de fuentes extranjeras permaneció por encima de esta marca, con un 55.4%. Es cierto que un análisis cuantitativo sobre la nacionalidad de las fuentes informativas es insuficiente para evaluar el impacto de Internet sobre la cobertura del cáncer de mama en los últimos años. Pero lo que el análisis permite afirmar es que a pesar de todas las facilidades de acceso a fuentes internacionales a través de Internet, no se puede notar un aumento en la proporción de fuentes extranjeras en las noticias sobre cáncer de mama publicadas por “El País” en los últimos diez años.

4.1.3. Efectos de la cobertura informativa del cáncer de mama

En el primer estudio sobre los efectos de la cobertura informativa del cáncer de mama en la audiencia, Itzhak Yanovitzky y Cynthia L. Blitz, profesores de la *University of Pennsylvania*, formularon y pusieron a prueba cinco modelos teóricos sobre la relación entre los medios de comunicación, la comunicación interpersonal (interacción médico-paciente) y la búsqueda de atención sanitaria.

El objetivo de este estudio era investigar la importancia de la cobertura informativa de los medios y de la recomendación médica en la decisión de una mujer de hacerse una mamografía. Los cinco modelos teóricos eran: (a) *the competition model*: la asociación entre el consejo médico y la decisión de hacerse una mamografía es positiva y considerable, mientras la asociación entre la cobertura informativa y hacerse una mamografía es insignificante; (b) *the substitution model*: tanto la cobertura informativa cuanto el consejo médico tienen una asociación positiva y fuerte sobre la decisión de hacerse una mamografía, pero no hay un efecto de suma de fuerzas; (c) *the complementary model*: la asociación entre el consejo médico y la decisión de hacerse una mamografía es más fuerte entre mujeres con acceso regular a los médicos y la asociación entre la cobertura informativa y la decisión de hacerse una mamografía es más importante para mujeres que no tienen acceso regular a los médicos; (d) *the reinforcement model*: el efecto combinado de la cobertura informativa sobre las mamografías y el consejo médico sobre la decisión de hacerse una mamografía será más fuerte que el efecto de cada uno de estos canales separadamente; (e) *the mediation model*: tanto el efecto de la cobertura informativa cuanto el efecto del consejo médico son mediados por el otro canal de comunicación.

Estos cinco modelos teóricos fueron puestos a prueba con base en los datos del nivel nacional de utilización de mamografías y de consejo médico del *Behavioral Risk Factor Surveillance System (BRFSS)*¹⁹ y el análisis de contenidos de la cobertura informativa relacionada con la mamografía (en 7 diarios: “*The New York Times*”, “*The Washington Post*”, “*The Los Angeles Times*”, “*The Chicago Tribune*”, “*The Boston Globe*”, “*The St. Petersburg Times*” y “*The USA Today*”, de enero de 1989 a diciembre de 1991). El

¹⁹ El Behavioral Risk Factor Surveillance System (BRFSS) es una encuesta sanitaria estadounidense sobre conducta de riesgo, realizada vía teléfono.

análisis se restringió al periodo de 1989 a 1991 porque entre estos años el cuestionario del BRFSS incluía la siguiente pregunta: “¿De quién fue la idea de que usted se hiciera el ultimo mamograma: fue idea suya, fue idea de su medico o fue una idea de otra persona?”, esta cuestión proporciona una medida directa de la influencia del médico en la decisión de una mujer de hacerse una mamografía. Y puesto que la recomendación de hacerse una mamografía se hace inicialmente a mujeres de 40 años o más, tan solo mujeres de este grupo de edad han sido consideradas en el análisis.

Itzhak Yanovitzky y Cynthia L. Blitz destacan que la cobertura mediática sobre las mamografías aumentó entre enero de 1989 y diciembre de 1991 en casi un 50%. Ellos explican que la cobertura relacionada con mamografías incluye historias sobre iniciativas legislativas (por ejemplo, mamografías gratuitas, cobertura de mamografías por los seguros de salud), los avances en la investigación relacionada al cáncer de mama, recomendaciones de la *American Cancer Society*, información sobre las causas de la enfermedad, historias de mujeres que sobrevivieron al cáncer, así como historias sobre celebridades y personalidades públicas diagnosticadas con cáncer de mama. Los autores también destacan que 93% de las noticias eran favorables y animaban a las mujeres mayores de 40 años a hacerse una mamografía una vez al año.

El estudio no ha encontrado correlaciones estadísticamente significativas entre la cobertura periodística relacionada a mamografías y los consejos médicos de hacerse una mamografía. Por otro lado, sí ha encontrado correlaciones estadísticamente significativas entre la cobertura periodística y la realización de mamografías, bien como entre el consejo médico y la realización de mamografías. Por lo tanto, los resultados de esta investigación apoyan el “*complementary model*”. Este modelo propone una división de trabajo entre la cobertura periodística y los consejos médicos, siendo que los consejos son especialmente importantes entre las mujeres que tienen acceso regular a un médico, mientras los medios de comunicación son particularmente importantes para las mujeres que no lo tienen.

Itzhak Yanovitzky y Cynthia L. Blitz concluyen que los resultados del estudio respaldan la idea de combinar tanto la comunicación mediática cuanto la interpersonal para promocionar la realización de mamografías y otros comportamientos y estilos de vida

más saludables. Para los autores, los beneficios de combinar estos dos canales es llegar a diferentes grupos de la población que compartan los mismos problemas de salud.

En el segundo estudio sobre los efectos de la cobertura del cáncer de mama sobre la audiencia, un grupo de investigadores de la *University of Sydney* y del *Cancer Council Victoria* ha publicado un estudio en el *MJA (The Medical Journal of Australia)* en que analizaban la cobertura informativa sobre el diagnóstico del cáncer de mama de Kylie Minogue por parte de los programas de televisión australianos con la finalidad de evaluar el impacto de esta cobertura sobre las solicitudes de mamografías en cuatro estados australianos.

Los autores, liderados por Simon Chapman, realizaron una grabación y posterior análisis de telediarios y programas de actualidad de cinco canales abiertos de Sydney entre los días 3 y 23 de mayo de 2005²⁰. El diagnóstico de Kylie fue anunciado el 17 de mayo. Por lo tanto, la muestra se refiere a 13 días antes (3 a 16 de mayo) y 7 días después (17 a 23 de mayo). Se ha analizado todo el material que hiciera referencia a Kylie Minogue o al cáncer de mama en este período.

En los 13 días anteriores al anuncio de que Kylie Minogue tenía cáncer de mama, fueron emitidas seis noticias sobre el cáncer de mama, totalizado 13min27seg. En los 7 días posteriores al anuncio (17 a 23 de mayo) fueron emitidas 74 noticias/comentarios sobre el cáncer de mama, totalizado 147min40seg.

Los autores han analizado la cobertura de la televisión australiana en los siete días posteriores al anuncio del diagnóstico de cáncer de mama de Kylie Minogue y han identificado los temas más recurrentes. En relación a la cantante, los temas más citados eran los detalles sobre su pronóstico, tratamiento y recuperación, y cuanto a las perspectivas generales del cáncer de mama, se habló principalmente de la importancia del soporte de la familia y amigos en el pronóstico de cáncer y también de la importancia del soporte público a los pacientes.

²⁰ Los autores explican que han tenido acceso al material anterior al anuncio de la cantante gracias a otro estudio, sobre la cobertura de los temas de salud en general por los medios de comunicación, y que empezó precisamente el 3 de mayo.

Los autores han dividido las solicitudes de mamografías en tres bloques: (a) solicitudes en las 19 semanas anteriores al anuncio del diagnóstico de cáncer de mama de Kylie Minogue; (b) solicitudes durante las dos semanas en que más se habló sobre el diagnóstico de cáncer de Kylie Minogue; y (c) solicitudes en las seis semanas posteriores a la intensa cobertura informativa sobre el diagnóstico de Minogue. La idea era comprobar un aumento durante las 2 semanas de intensa cobertura informativa en comparación a las semanas anteriores, y comprobar también si este aumento no significaría un simple anticipo de solicitudes (caso en que las solicitudes del periodo posterior deberían decrecer). La media semanal de solicitudes durante las 19 semanas previas al anuncio fue utilizada como índice de comparación. Hubo un aumento de 40% en las solicitudes en las dos semanas posteriores al anuncio en los cuatro estados considerados. El aumento fue más significativo (100,7%) en las mujeres que solicitaban una mamografía por primera vez (en las que ya se habían hecho mamografías el aumento fue de 31,8%). En las seis semanas posteriores, hubo un aumento de 39,3% entre las mujeres que querían hacerse la primera mamografía, mientras las solicitudes de mujeres que ya se habían hecho mamografías anteriormente permaneció estable (0,1%) (la suma de los 2 grupos representó un aumento de 6%). En el caso del estado de Queensland, los datos estaban separados por edad, y los autores han podido observar que en las dos semanas posteriores al anuncio el aumento de solicitudes entre las mujeres de 40 a 49 años fue de 69%, más que el doble del aumento de 25% entre las mujeres de 50 a 69 años. Este dato sugiere que la cobertura informativa ha estimulado a que las mujeres más jóvenes quisieran hacerse una mamografía.

Los autores afirman que los temas de salud pueden recibir una publicidad importante cuando una celebridad muere, queda enferma, sufre una intervención o anuncia un cambio de estilo de vida relacionado con su salud. Y destacan que la capitalización de este interés generado por las enfermedades de las celebridades permite aumentar la cobertura periodística de determinados temas de salud a niveles que normalmente requieren grandes presupuestos de campaña.

4.1.4. Diferencias entre la comunicación primaria y secundaria sobre el cáncer de mama

En 1995, cuatro investigadores de la *Yale University* decidieron analizar la precisión de la información que periódicos y revistas vehiculaban sobre cáncer de mama y mamografía. Para alcanzar este objetivo, el equipo liderado por Anne Moyer comparó las piezas informativas publicadas en los medios de comunicación con los textos científicos originales citados como fuentes en estas noticias.

Los autores analizaron las noticias publicadas en diversas revistas femeninas, de divulgación científica y sobre salud, y en cuatro periódicos de referencia en Estados Unidos (“*The Chicago Tribune*”, “*The Los Angeles Times*”, “*The New York Times*” y “*The Washington Post*”). El período analizado, entre 1 de junio de 1990 y 31 de mayo de 1992, se explica porque en esta época fueron divulgados algunos estudios que ponían en duda la importancia de la mamografía en la detección precoz del cáncer de mama.

Las noticias fueron evaluadas según dos aspectos: (a) la adecuación de la información proporcionada para la localización de la fuente científica original y (b) la exactitud de la información transmitida sobre la investigación original. En relación a este segundo aspecto, los autores han observado y clasificado 10 tipos de desviaciones: (1) titular engañoso, (2) énfasis muy diferente al informe original, (3) tratamiento de una especulación como un hecho, (4) información errónea, (5) omisión de resultados importantes – como citar los beneficios de un medicamento, pero no sus riesgos, (6) omisión de las calificaciones en las conclusiones – como generalizar un resultado limitado a una población específica, (7) omisión de aspectos importantes de los métodos de investigación, (8) sobre generalización de los resultados, (9) imprecisión debido a la obtención de información en entrevista – atribuir a un estudio algo que no ha sido publicado, sino que ha sido declarado por uno de los autores en otro comunicado o en una entrevista, (10) otras inexactitudes diversas.

En relación al primer aspecto de evaluación de las noticias, que era la adecuación de la información proporcionada para la localización de la investigación citada, los investigadores verificaron que de las 116 piezas informativas seleccionadas para análisis, 41 no citaban el estudio científico original. En las demás 75 piezas se

contabilizaron 113 citaciones de investigaciones científicas. De estas, 60 referencias pudieron ser seguidas hasta llegar al texto de investigación original.

Los autores han identificado todos los 10 tipos de desviaciones en la muestra analizada. En total, fueron identificadas 42 desviaciones en 24 piezas informativas. El problema más común fue la divulgación de información errónea, ocurrida en 10 casos, seguida de la sobre generalización de los datos, ocurrida en 6 casos. El error menos común fue el cambio de énfasis en relación al informe original, ocurrido en tan solo un caso.

A partir de esta investigación, los autores proponen tres recomendaciones para mejorar la exactitud de las noticias sobre salud. En su opinión, a pesar de la presión del espacio, los periodistas deberían (a) dar información suficiente para que el lector pudiera localizar el estudio original (como por ejemplo el nombre del investigador principal, el nombre de la publicación científica y la fecha de publicación del estudio original); (b) intentar evitar la información errónea chequeándola antes de publicarla (volviendo a hablar con la fuente, por ejemplo, especialmente si no se está habituado a hablar sobre el tema) y (c) tener especial atención en las entrevistas, evitando atribuir la información obtenida de uno de los investigadores al estudio original.

El segundo estudio sobre las diferencias entre la comunicación primaria y secundaria sobre el cáncer de mama, es la tesis doctoral "*Divergências e Convergências entre a Comunicação Primária e a Comunicação Secundária na Divulgação do Câncer de Mama*", presentada por Sônia Regina Schena Bertol en 2007 en la *Universidade Metodista de São Paulo*. En este trabajo de investigación, la autora analiza y evalúa las diferencias y coincidencias entre los estudios sobre cáncer de mama divulgados en publicaciones especializadas y los textos informativos divulgados a la población en general.

Para esto, ha formado "parejas" de textos para análisis, compuestos por una noticia publicada en un medio de información general y un artículo científico, ambos tratando de un mismo tema relativo al cáncer de mama. Merece la pena destacar que la autora no se ha limitado a seleccionar una determinada investigación científica y un texto de divulgación/repercusión de la misma en los medios de comunicación. Lo que hizo fue seleccionar un tema de discusión sobre el cáncer de mama y analizar como científicos y

periodistas lo han tratado. Hay, incluso, tres casos (entre diez) en que el texto informativo ha sido publicado antes del estudio científico que trata del mismo tema.

Sobre los textos analizados, seis fueron retirados de publicaciones estadounidenses (2 de “*JAMA*”, 1 de “*The New England Journal of Medicine*”, 1 de “*Epidemiology*”, 1 del “*Journal of the American Dietetic Association*” y 1 de la revista “*Breast Cancer Research*”) y cuatro fueron de publicaciones europeas (2 del “*Journal of the National Cancer Institute*”, 1 del “*British Journal of Cancer*” y 1 del “*European Journal of Cancer*”). Cuanto a los textos informativos, cinco de ellos eran de Estados Unidos (4 del “*The New York Times*” y 1 del “*The Baltimore Sun*”) y 6 de ellos eran de Brasil (3 del periódico “*Folha de S. Paulo*”, 1 de la revista semanal “*Veja*”, 1 de la revista femenina mensual “*Claudia*” y 1 de la agencia de noticias “*Agencia Brasil*”, reproducido en la web “*Saúde Informações*”).

Los textos informativos han sido seleccionados en un período de dos años, entre 2003 y 2005. Ya los textos de las revistas científicas, abarcan, además de estos años, también una edición del 2002 y otra del 1999. En apenas uno de los casos de análisis, la autora ha decidido coger, en lugar de dos textos, tres. En este caso especial, los tres textos han sido publicados en el mismo día – 27 de octubre de 2005, siendo la comunicación primaria divulgada en el “*The New England Journal of Medicine*”, y los dos textos de comunicación secundaria publicados en el “*The New York Times*” y en el “*The Baltimore Sun*”.

A partir del análisis de cada uno de los casos concretos, la autora pudo encontrar convergencias y divergencias en la manera como científicos y periodistas divulgan la ciencia, confirmando su hipótesis de que la cultura científica y la cultura periodística son diferentes especialmente en términos de objetivos, entendimiento del concepto de “novedad” y de su lenguaje. La autora destaca que aunque haya encontrado algunos marcos similares en los textos científicos y periodísticos, estos son presentados de manera distinta, según los intereses de sus respectivos públicos. Y destaca, sobretodo, que su objetivo no ha sido criticar la cobertura de los medios sobre el cáncer de mama y tampoco la manera como los científicos divulgan las novedades médicas en las revistas especializadas. Sônia Regina Schena Bertol destaca que simplemente se proponía a

caracterizar las diferentes maneras como estas novedades son divulgadas, en el intento de llegar a sus públicos específicos.

4.1.5. Una publicación especializada en cáncer de mama

En 2005, Cynthia Ryan publicó un artículo en el “Journal of Business and Technical Communication” en que analizaba la estrategia editorial de la revista “MAMM”, una publicación especializada en el cáncer de mama y otros tipos de cáncer femeninos.

La revista “MAMM” fue lanzada en octubre de 1997 en Estados Unidos. Según Ryan, esta publicación ha ganado su reputación como fuente de confianza en la información sobre el cáncer de mama por su capacidad de filtrar los diversos aspectos del conocimiento médico y ofrecerlos en un lenguaje sofisticado pero comprensible a sus lectores. La autora del estudio, ella misma una sobreviviente del cáncer de mama, afirma haber sido una lectora regular de “MAMM” mucho antes de plantearse el presente estudio.

El objetivo del estudio era analizar el contenido editorial que diferencia “MAMM” de otras revistas al tratar el cáncer femenino. Y para esto la autora ha realizado entrevistas con miembros del equipo de la revista y un análisis de contenido de la publicación.

La autora afirma que a partir de las entrevistas con el personal de la revista, pudo constatar que la información sobre la investigación médica en la revista esta basada en dos pilares: la reducción del riesgo y el reconocimiento de la existencia de múltiples factores de diagnóstico.

En relación al primer punto, según la autora, considerando la realidad médica actual de que el cáncer de mama no es curable ni tampoco 100% evitable, el equipo editorial de MAMM centra la cobertura informativa en la reducción del riesgo. Tal estrategia consiste en dos prácticas específicas: por un lado, la búsqueda meticulosa de nuevos desarrollos en la investigación médica y, por otro, la elaboración de textos que consideren adecuadamente tanto la información nueva cuanto la existente.

Y cuanto al segundo punto, Cynthia Ryan explica que al contrario de otras revistas, que intentan capturar la atención del lector en una fracción de segundo, ofreciendo una especie de “presentación en PowerPoint” sobre el cáncer de mama, y que intentan llegar al mayor número posible de lectores, escribiendo a un lector padrón, la revista “*MAMM*” se esfuerza por presentar una imagen más amplia de la enfermedad, considerando las diferencias de clase, raza, entre otras, a la vez de tratar del diagnóstico.

Cynthia Ryan destaca que en lugar de destaques optimistas como “¿El té verde previene el cáncer de mama?” o “Una dieta de prevención del cáncer de mama fácil de seguir”, la visión editorial de “*MAMM*” exige artículos veraces, que revelen tanto el conocimiento cuanto las lagunas de conocimientos en la investigación médica, y que discutan las preocupaciones diarias de los supervivientes.

La autora destaca el hecho de que la revista “*MAMM*” retrate el cáncer de mama como una enfermedad compleja y los diferentes tratamientos como un rompecabezas con varias respuestas posibles. Pero también cuestiona si este enfoque es más bien potenciador o desalentador. Según Cynthia Ryan, algunos miembros del equipo de la revista han admitido que este abordaje tan veraz y directo no cae bien a todos supervivientes y que algunas mujeres optan por no leer “*MAMM*” una vez completado su tratamiento o sobrevivido el tiempo suficiente para considerarse curadas.

Cynthia Ryan destaca que la principal consecuencia de la filosofía y línea editorial de “*MAMM*” es su dificultad en atraer anunciantes de publicidad que estén de acuerdo con su perfil. La autora ha escuchado de miembros del equipo que grandes anunciantes ya han afirmado estar dispuestos a donar fondos a “*MAMM*”, pero no a publicar un anuncio con su nombre escrito en la revista. Según uno de los miembros del equipo de la revista, hay muchas compañías que afirman apoyar las causas relacionadas al cáncer de mama, pero que no quieren estar asociadas a él más de 1 mes por año. Aún según la autora, otro miembro del equipo ha afirmado que a los anunciantes no les gusta la idea de que su barra de labios pueda ser usada para hacer una mujer sometida a quimioterapia más bonita.

La autora destaca que desde el punto de vista organizacional, los entrevistados de “*MAMM*” siempre han destacado la importancia de la integridad editorial de la revista,

en el sentido de que la confianza de los supervivientes en la precisión y honestidad de la publicación es fundamental para su reputación. Desde el punto de vista cultural, la autora considera que “*MAMM*” atiende tanto a los discursos dominantes cuanto a los discursos marginales sobre el cáncer. Y desde el punto de vista ideológico, Cynthia Ryan destaca que “*MAMM*” posibilita a sus lectores recoger información sobre su enfermedad y tomar decisiones racionales e informadas. La cuestión que la autora deja en abierto es saber si una revista con estas características sobrevivirá a largo plazo, o si tendrá que cambiar su orientación editorial para atender a los intereses comerciales de los anunciantes.

4.2. El perfil del tratamiento informativo del cáncer de mama

En primer lugar, hay que resaltar que todos estos estudios sobre la cobertura informativa del cáncer de mama no son comparables, puesto que sus objetivos y metodologías son muy diversos. Pero su lectura permite tener una idea general sobre como los medios de comunicación hablan de esta enfermedad, especialmente en Estados Unidos (puesto que 16 de los 26 estudios analizados han sido producidos allí).

Es posible afirmar que, en líneas generales, la cobertura sobre el cáncer de mama es, por un lado, favorable a la comunidad médica, defendiendo su imagen y su conocimiento, y, por otro, bastante dura con las mujeres – en la medida en que les responsabiliza por la enfermedad, promueve una preocupación exagerada sobre la edad de diagnóstico y la importancia de la herencia genética, además de no informar correctamente sobre el riesgo epidemiológico.

En su estudio, Clarke (1999) explica que las mujeres son culpabilizadas de muchas maneras, especialmente porque sus propios cuerpos serían patológicos, principalmente las partes esenciales a su naturaleza femenina. Lantz y Booth (1998) también explican que el aumento en la incidencia del cáncer de mama en Estados Unidos ha llegado a ser asociado a las tendencias cambiantes de la mujer en relación a la maternidad (uso de anticonceptivo, no haber tenido hijos), hecho que no se basa en ningún conocimiento científico.

En relación a la edad de diagnóstico de la enfermedad, es preciso destacar que una cobertura informativa basada en historias personales de mujeres jóvenes, puede llevar a que las mujeres se equivoquen en relación a la edad de riesgo de desarrollar la enfermedad. Infelizmente, hay pelo menos seis estudios que registran este fenómeno (Lantz y Booth 1998, Marino y Gerlach 1999, Burke *et al* 2001, Wilkes *et al* 2001, Walsh-Childers *et al* 2011, Jones 2004).

De entre los problemas decurrentes de la divulgación de percepciones exageradas e inexactas sobre el riesgo de cáncer de mama, Burke *et al* (2001) destaca que las preocupaciones sobre el riesgo precoz pueden llevar a mujeres jóvenes a sobreestimar el beneficio de mamografías antes de los 50 años de edad. También resalta que por otra parte, no entender la edad como un factor de riesgo también puede reducir la motivación de las mujeres de más edad a someterse a mamografías.

Algunos autores también han identificado una preocupación exagerada asociada al riesgo genético del cáncer de mama. Marino y Gerlach (1999) destacan que a pesar de que tan solo un pequeño porcentaje de los cánceres de mama sean de origen familiar, 61% del material informativo que han analizado hablaba del riesgo hereditario. En Australia, Wilkes *et al* (2001) también han identificado una preocupación exagerada con relación al riesgo genético del cáncer de mama.

Los autores de los estudios sobre la cobertura informativa del cáncer de mama son unánimes en indicar que todos estos problemas deberían ser solucionados pronto, especialmente por el hecho de la cobertura informativa del cáncer de mama tener una influencia real sobre el comportamiento de las mujeres en relación a su salud y a acciones que puedan mejorarla.

Capítulo 5: Metodología

El objetivo de este estudio es verificar cómo los periódicos de mayor influencia en el estado español tratan el tema cáncer de mama, y para esto se ha decidido realizar un análisis de contenido. Hay muchas definiciones famosas para esta técnica de investigación. Klaus Krippendorff afirmaba que “El análisis de contenido es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto.” (1990, p.28)

Walizer y Wienir lo definen como “un procedimiento sistemático ideado para examinar el contenido de la información registrada”, mientras Fred Nichols Kerlinger define esta técnica como “un método que estudia y analiza la comunicación de una manera sistemática, objetiva y cuantitativa con el propósito de encontrar variables de medición” (citados en Wimmer y Dominick, 2001, p. 135).

En su libro “Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación”, Roger Wimmer y Joseph Dominick explican los tres conceptos implicados en la definición de Kerlinger. Ellos comentan que decir que el análisis de contenido es sistemático significa “que el contenido que se va a analizar se selecciona de acuerdo con reglas explícitas y consistentemente aplicadas: la selección de la muestra debe seguir procedimientos apropiados y cada punto debe tener la misma probabilidad de ser incluido en el análisis”, que afirmar que el análisis es objetivo significa que “las idiosincrasias y las inclinaciones personales del investigador no deberán interferir con los resultados. Si el análisis es repetido por otro investigador, los resultados deberán ser los mismos”. Y, finalmente, que afirmar que el análisis de contenido es cuantitativo es importante porque “el objetivo del análisis de contenido la representación exacta de un cuerpo de mensajes. La cuantificación es importante al ejecutar el objetivo, pues ayuda a los investigadores en la búsqueda de la precisión”. (p.135 y 136)

Se ha optado por esta técnica, porque a partir de ella será posible realizar un análisis descriptivo de las pautas informativas de la divulgación del cáncer de mama en los principales periódicos del estado español.

A continuación, se describirá la metodología de investigación: (a) la definición del universo, (b) la selección de la muestra, (c) la selección y definición de las unidades de análisis y (d) la construcción de las categorías de contenido.

Para definir el universo de análisis, la primera decisión consistió en la elección de los medios a analizar. En primer lugar, se ha optado por la prensa en lugar de los telediarios o programas de radio por entender que la información de los periódicos puede ser más fácilmente guardada y compartida por la audiencia durante un período indefinido desde su publicación. Y en el ámbito de los medios impresos, se han seleccionado los periódicos de información general en lugar de revistas especializadas en función del interés de evaluar la cobertura dirigida a la población en general y no a un grupo específico. Finalmente, se ha decidido seleccionar los periódicos de pago en lugar de los periódicos gratuitos por dos razones principales: (a) el alcance de la difusión, puesto que los periódicos gratuitos tienen elevada difusión pero muy concentrada en determinadas áreas y en un determinado horario; y (b) el tamaño de la publicación: dado el límite de espacio de los periódicos gratuitos, las noticias publicadas son bastante resumidas y suelen estar relacionadas estrictamente a los acontecimientos del día, hecho que limita bastante la cobertura de los temas de salud.

Una vez decidido el universo del estudio – periódicos de pago y de información general – se ha seleccionado una muestra. En primer lugar, se ha decidido restringir el universo a una muestra de los cinco diarios de mayor difusión en España: “El País” (con 370.080 ejemplares diarios), “El Mundo” (con 284.901 ejemplares diarios), “ABC” (con 249.539 ejemplares diarios), “La Vanguardia” (con 200.370 ejemplares diarios) y “El Periódico de Catalunya” (con 124.648 ejemplares diarios)²¹.

En relación al ámbito geográfico, puesto que tres de las cabeceras (“El País”, “El Mundo” y “ABC”) publican ediciones regionales²², mientras otras dos (“La

²¹ Todas las cifras de difusión se refieren a la mediana del período de enero a diciembre de 2010. Fuente: OJD.

²² “El País” tiene una edición nacional y páginas regionales según su zona de distribución: Andalucía, Cataluña, Galicia, Madrid, País Vasco y Valencia. “El Mundo” también tiene una edición nacional, y páginas regionales en las siguientes comunidades autónomas: Alicante, Andalucía, Castilla y León, Cataluña, Madrid, País Vasco y Valencia. Ya el diario “ABC” tiene ediciones regionales en Canarias, Castilla y León, Cataluña, Córdoba, Galicia, Madrid, Sevilla, Toledo y Valencia.

Vanguardia” y “El Periódico de Catalunya”) publican una única edición²³, con el fin de homogeneizar la muestra y garantizar el acceso a todas las piezas informativas, se ha decidido analizar, en el caso de los diarios con distintas ediciones regionales, tan solo las ediciones publicadas en Cataluña.

Para este trabajo de investigación, se ha seleccionado un período de cinco años, de 2006 a 2010, por tratarse de un período en que ocurrieron diversos hechos relevantes relacionados al cáncer de mama, de entre los cuales se podría destacar la inauguración y posterior ampliación del centro integral de cáncer de mama del Hospital Vall D’Hebron (una iniciativa sin precedentes en España) y los sucesivos avances anunciados por Joan Massagué en la investigación de la metástasis del cáncer de mama.

A partir de esta muestra de los cinco periódicos de mayor difusión en España, publicados entre 2006 y 2010, se ha decidido seleccionar la unidad de análisis, a saber: las piezas informativas sobre cáncer de mama publicadas en estos medios durante este período de tiempo. Para la búsqueda de estas piezas, se ha utilizado el servicio “*My News On Line*”, una base de datos de periódicos impresos y digitales.

Esta primera búsqueda resultó en un total de 2045 piezas, siendo 616 de “ABC”, 447 de “El País”, 382 de “El Mundo”, 357 de “La Vanguardia” y 243 “El Periódico de Catalunya”.

En primer lugar, se ha decidido seleccionar las piezas que presentan determinadas palabras en el titular, con el objetivo de seleccionar aquellas que trataran exactamente del cáncer de mama. Las expresiones que debían formar parte del título de la pieza eran: (a) “cáncer” o “tumor” más “mama”, “seno” o “pecho”; (b) “mastectomía”; (c) “mamografía”; (d) “biopsia” más “ganglios” o “mama” (y sinónimos); (e) “quitar” o “extirpar” o “mutilar” o “reconstruir” o “conservar” o “cirugía” más “mama” (y sinónimos); (f) “prótesis” o “implante” más “mama” (y sinónimos); (g) “autoexploración” o “auto examen”

²³ La Vanguardia tiene una misma edición para toda España, con un cuaderno central para Barcelona (Vivir) – su distribución concentrarse en Cataluña, mientras “El Periódico de Catalunya” tiene edición y distribución en Cataluña.

Con esto, se ha llegado a un grupo de textos con mayor probabilidad de tratar específicamente del cáncer de mama y de aspectos relevantes relacionados a esta enfermedad. Al final del proceso, había un total de 426 piezas informativas, siendo 158 de “ABC”, 86 de “El País”, 97 de “El Mundo”, 38 de “La Vanguardia” y 47 de “El Periódico de Catalunya”.

En este momento, se procedió excluir todas las piezas informativas regionales que no fueron de Cataluña, es decir, se han mantenido solamente aquellas piezas publicadas en las ediciones nacionales de cada uno de los periódicos, más las piezas publicadas en las ediciones regionales de Cataluña. A partir de la aplicación de este criterio, se pasó a un total de 223 piezas, siendo 55 de “ABC”, 48 de “El País”, 35 de “El Mundo”, 38 de “La Vanguardia” y 47 de “El Periódico de Catalunya”.

Pero en el grupo de piezas informativas resultante quedaban todavía alguna muy cortas y de opinión. Para solucionar este problema, se ha establecido algunos criterios de selección según el género informativo. Así, se ha decidido analizar tres tipos de textos: noticias, reportajes y entrevistas. Han quedado fuera algunos géneros considerados informativos (como la crónica, el análisis o la crítica), bien como los breves, las fotonoticias y los textos de opinión.

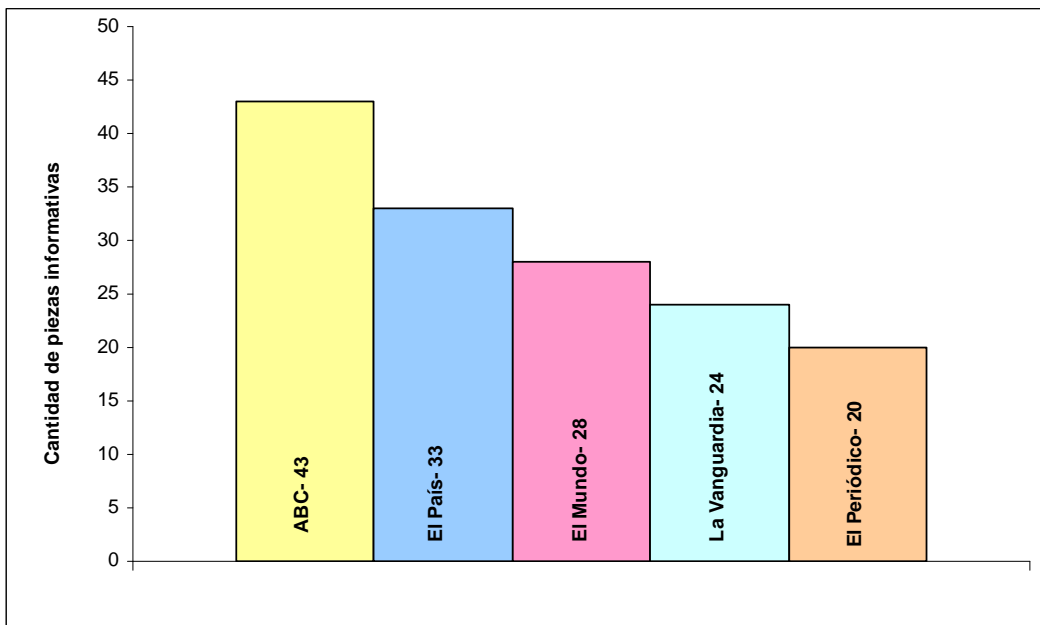
En el caso de los reportajes y entrevistas la selección era sencilla. La dificultad surgió en el momento de separar las noticias de los “breves”. En este momento se plantearon diversas dudas sobre los criterios para separar unos de otros. Un primero criterio, mas sencillo, seria el de considerar breves a todos los textos de un párrafo y que aparecieran agrupados bajo una misma epígrafe. Pero una vez aplicado este criterio, seguían apareciendo piezas informativas cortas, de un párrafo, pero que no estaban claramente encasilladas. La solución encontrada ha sido adoptar la definición de algunos manuales de redacción. Es decir, se ha recurrido a los “manuales de redacción” de los medios analizados para verificar las características de los “breves” con la finalidad de poder separarlos mejor de las noticias. Al final, se ha decidido analizar todas las noticias que presentaran localización y firma, considerando, especialmente, que la localización parece ser lo que diferencia una noticia de un “breve” (además del hecho de ser una noticia de solo un párrafo, o de ser parte de un bloque de noticias cortas).

Con base en esta lectura, se ha determinado que serian analizadas aquellas piezas informativas que presentaran una firma y localización o por lo menos localización antes del inicio del texto y que serían excluidos los textos sin firma ni localización y textos con firma al final.

Un último criterio adoptado ha sido el de no considerar las piezas informativas que constituyeron el que el “Libro de Redacción de La Vanguardia” define como “piezas de apoyo”, es decir aquellas piezas que no tienen un sentido individual, es decir, aparecen para explicar un aspecto de la noticia principal.

Aplicados todos estos criterios, a recordar: (a) selección por títulos, (b) selección por ediciones regionales y (c) selección por género periodístico, se ha llegado a 148 piezas informativas, siendo 43 de “ABC”, 33 de “El País”, 28 de “El Mundo”, 24 de “La Vanguardia” y 20 de “El Periódico de Catalunya”, publicados entre 1º de enero de 2006 y 31 de diciembre de 2010 (ver figura 6).

Figura 6: Cantidad de piezas analizadas, según el diario de publicación (período 2006-2010)



El diseño de la investigación se ha realizado teniendo en cuenta las siguientes variables: (a) la autoría de la información, (b) las rutinas periodísticas (cuándo se publica y dónde), (c) el género informativo, (d) sus principales fuentes y (e) los temas elegidos.

En primer lugar, para analizar la autoría de la información, se han utilizado tres variables cuantitativas: (a) periódico, (b) firma y (c) localización. Estas variables se han desglosado en las siguientes categorías: (a) nombre del diario en que se publica la información (“ABC”, “El País”, “El Mundo”, “La Vanguardia” o “El Periódico de Catalunya”); (b) quienes firman los textos: (1) periodista (cuando el autor firma con su nombre o sus iniciales), (2) periódico (cuando la firma corresponde al nombre del diario, de un suplemento, o al genérico “Redacción”), (3) agencia (cuando aparece el nombre de una agencia de noticias, sus iniciales o simplemente el genérico “Agencias”) y (4) no aparece; y (c) la ciudad desde donde se transmite la información (Barcelona, Madrid y Otras).

En segundo lugar, para analizar las rutinas periodísticas, se han considerado dos aspectos, la cantidad y el espacio. Para analizar la cantidad de información, se han utilizado tres variables: (a) año de publicación (de 2006 a 2010), (b) día de la semana de publicación (lunes a domingo) y (c) mes de publicación (enero a diciembre). Para analizar el espacio y la localización de la información sobre el cáncer de mama, se han utilizado cinco variables: (a) sección, (b) subsección, (c) tamaño, (d) ubicación en la página y (e) complemento. Tales variables se han desglosado en las siguientes categorías: (a) tipo de sección del periódico en que son publicadas²⁴: (1) Cataluña, (2) Ciencia, (3) Gente, (4) Sociedad u (5) Otra; (b) existencia o no de una subsección; (c) extensión de la pieza informativa²⁵: (1) entre 1% y 24% de la página; (2) entre 25% y 49% de la página; (3) entre 50% y 74% de la página; (4) entre 75% y 99% de la página; (5) 100% de la página y (6) más de 1 página; (d) cuadrante de publicación²⁶: (1) superior izquierdo, (2) superior derecho, (3) inferior izquierdo, (4) inferior derecho, (5) superior central, (6) inferior central; (e) la pieza informativa aparece acompañada de algún complemento (como fotos, infografías u otras piezas de apoyo) o no.

En tercer lugar, para analizar el género informativo se clasifican las piezas informativas según tres categorías: (1) noticia – una narración exclusivamente informativa, (2)

²⁴ Vale destacar que será el “tipo” y no el “nombre” exacto, puesto que diferentes periódicos nombran de diferentes maneras sus secciones. La sección “Sociedad”, por ejemplo, se llama “Tendencias” en “La Vanguardia” y “Cosas de la vida” en “El Periódico de Catalunya”.

²⁵ En este cálculo se considera el tamaño total de la noticia (con sus fotos, infografías, textos de apoyo, etc.) en relación al tamaño total de la página (incluidos los anuncios de publicidad).

²⁶ En el caso de piezas informativas que ocupen un espacio intermedio entre cuadrantes, la ubicación del título determina su clasificación. Y cuando una pieza ocupe más de una página, se considera su posición en la primera de ellas.

reportaje – una narración que mezcle elementos informativos y literarios o (3) entrevista – texto presentado normalmente en el formato de preguntas y respuestas, pero que también puede aparecer como una narración en que se van incluyendo, entrecomilladas, las respuestas del entrevistado.

En cuarto lugar, para analizar las fuentes de la información sobre el cáncer de mama, se han utilizado dos variables: las fuentes propiamente dichas y la localización de la noticia. En el primer caso, las piezas informativas son clasificadas según cinco categorías: (1) comunicado de prensa, (2) directa, (3) informe, (5) otra y (6) no aparece. Cuando se trate de una noticia sobre un estudio publicado en una revista científica, la fuente esta clasificada como “informe”. Siempre que la pieza explicita que se ha entrevistado a alguien la fuente esta clasificada como “directa”. La categoría “no aparece” es utilizada en aquellas piezas en que el periodista no explicita su fuente de información. En el segundo caso, para analizar la localización de la noticia, se clasifican las piezas según el sitio donde se ha producido el hecho noticioso, que puede coincidir o no con el sitio desde donde se escribe la noticia. Un ejemplo: un periodista puede escribir desde Barcelona sobre un estudio realizado por un equipo del *Memorial Sloan-Kettering* de Nueva York y publicado en la revista *Nature*. En este caso, la localización de la noticia es “Estados Unidos”, es decir, el hecho noticioso está allí. Ya en el caso de que un estudio noruego haya sido presentado en un congreso internacional realizado en Barcelona, aunque el equipo sea europeo, se considera que la noticia se ha producido en Barcelona, porque deriva de la realización de este evento. La clasificación de esta variable será realizada teniendo como base seis categorías: (1) Cataluña, (2) resto de España, (3) Europa, (4) Estados Unidos, (5) otros y (6) no indica.

Finalmente, en quinto lugar, para analizar los temas de cobertura se clasifican las piezas informativas según el tema principal, seleccionado a partir de nueve categorías predeterminadas: (1) diagnóstico, (2) epidemiología, (3) metástasis, (4) paciente, (5) prevención, (6) tratamiento, (7) reconstrucción, (8) riesgo u (9) otro. La clasificación del tema principal esta determinada por el énfasis del título de cada pieza. En los casos de duda en relación a la clasificación con base en el título, se recurre a la información del primer párrafo. Por ejemplo, el 23 de enero de 2007, “El País publicaba una noticia titulada “Nuevas armas contra el cáncer de mama”. Por el carácter muy genérico del titular, no quedaba claro al cien por cien que el texto hablara de tratamiento o de

prevención del cáncer de mama. Pero en el primer párrafo, la afirmación “En la última década han aparecido más terapias contra el cáncer de mama que en todos los años precedentes” soluciona la duda y lleva el texto a la clasificación temática de “Tratamiento”.

Una vez definida la metodología y explicado el proceso de definición de la muestra, se ha realizado un estudio piloto y posteriormente se ha codificado todo el contenido de Las piezas seleccionadas de acuerdo con las definiciones establecidas. En el próximo capítulo se analizará la información recopilada.

Capítulo 6: La información sobre cáncer de mama en España

A continuación se presentan los resultados del análisis de contenido de la cobertura informativa sobre el cáncer de mama publicada en los principales periódicos españoles a lo largo de cinco años. Como se ha explicado en el capítulo anterior, se organizarán los resultados en tres ejes: el de la autoría de la información, el de las rutinas del trabajo periodístico (cuándo se publica y dónde) y el del modo como se habla de la enfermedad (analizando el género informativo, las fuentes y los temas de las piezas informativas).

6.1. La autoría de la información

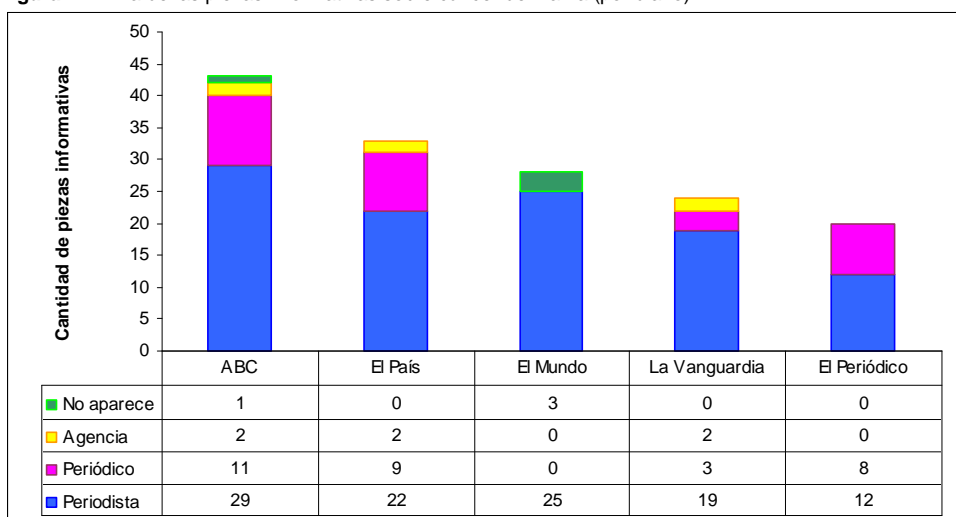
En el período de estudio (1 de enero de 2006 a 31 de diciembre de 2010), “ABC” ha sido el periódico con el mayor número de piezas publicadas sobre cáncer de mama²⁷, 43 en total, seguido de “El País” con 33 unidades, “El Mundo” con 28 piezas, “La Vanguardia” con 24 piezas y “El Periódico de Catalunya” con 20 unidades.

Para tener una idea más clara sobre la autoría de la información sobre el cáncer de mama, se decidió analizar las firmas de las piezas informativas. Tras el análisis, se observa que la gran mayoría de las piezas lleva la firma de un periodista (72%), algunos tienen la firma del periódico (21%) y muy pocos son firmados por agencia de noticias (4%) o no presentan ninguna firma (3%).

Una mirada sobre el comportamiento individual de cada periódico revela que “ABC”, “El País” y “La Vanguardia” presentan una tendencia en línea con los resultados agregados, mientras “El Mundo” y “El Periódico de Catalunya” tienen una división de firmas un poco distinta (figura 7). En el caso de “El Mundo”, la gran mayoría de las piezas son firmadas por periodistas (89%) y una minoría no tiene ninguna firma (11%), mientras no hay piezas firmadas por el periódico ni por agencias. Y en el caso de “El Periódico de Catalunya”, 60% de las piezas son firmadas por periodistas y 40% son firmadas por el periódico (no se han encontrado firmas de agencias de noticias ni textos sin firma).

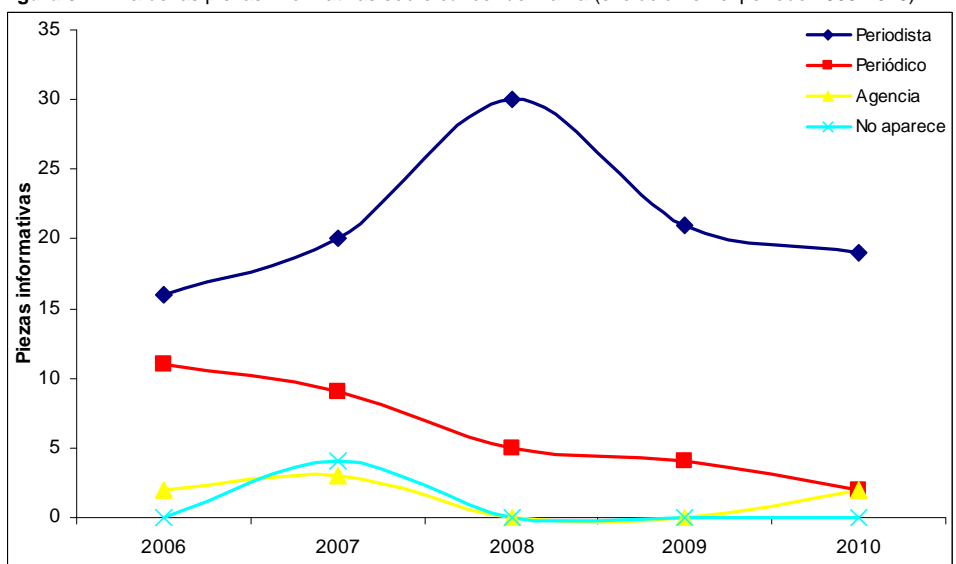
²⁷ Según los criterios aplicados para la selección de la muestra, explicados en el capítulo anterior, sobre la metodología de este estudio.

Figura 7: Firma de las piezas informativas sobre cáncer de mama (por diario)



Si se observa la evolución a lo largo del tiempo, llama la atención la reducción en las piezas informativas firmadas por el periódico. También se observa que las 4 piezas informativas que no presentan ninguna firma fueran todas publicadas en el mismo año, en 2007 (figura 8).

Figura 8: Firma de las piezas informativas sobre cáncer de mama (evolución en el período 2006-2010)



El elevado número de piezas firmadas por periodistas observado en todos los periódicos generó la curiosidad por saber si los nombres se repetían, lo que indicaría una especialización de algunos profesionales en el campo de la salud. En un esfuerzo por

identificar el autor exacto de las piezas, siempre que las firmas correspondieron a iniciales (hubo al menos 14 casos en que la firma estaba compuesta exclusivamente de iniciales – ej: N.R.C. - y 16 casos en que se firmaba con una inicial, seguida del apellido completo – ej. E. Armora), se buscó identificar el nombre completo del autor, sea por otras firmas de la muestra, sea por medio de consulta a la hemeroteca del periódico correspondiente.

A partir de la identificación de los autores de las piezas informativas, se ha organizado un ranking en que se han descartado los periodistas que firmaron solamente 1 o 2 piezas. El resultado (figura 9) es un grupo de doce profesionales, cinco de los cuales parecen ser especializados en el tema sanitario, considerando el elevado número de piezas producidas.²⁸ Un aspecto positivo a destacar es que todos los periódicos analizados presentan por lo menos dos periodistas especializados en el tema de salud.

Figura 9: Periodistas que firmaron piezas informativas sobre cáncer de mama (periodo 2006-2010)

Nuria Ramirez de Castro (<i>ABC</i>)	13
María Valerio (<i>El Mundo</i>)	10
Josep Corbella (<i>La Vanguardia</i>)	9
Esther Armora (<i>ABC</i>)	6
Marta Ricart (<i>La Vanguardia</i>)	5
Àngels Gallardo (<i>El Periódico de Catalunya</i>)	4
Emilio de Benito (<i>El País</i>)	4
Ana MacPherson (<i>La Vanguardia</i>)	3
Ana Pantaleoni (<i>El País</i>)	3
Mónica López Ferrado (<i>El País</i>)	3
Rosa M. Tristán (<i>El Mundo</i>)	3
Antonio Madrdejos (<i>El Periódico de Catalunya</i>)	3

En el análisis sobre la autoría de las piezas informativas sobre cáncer de mama, también se decidió analizar la ciudad de origen de las mismas, es decir, la ciudad desde dónde se ha redactado la noticia. En el total de piezas publicadas en los cinco periódicos de referencia, las firmas se distribuyen casi equitativamente entre Barcelona y Madrid (figura 10).

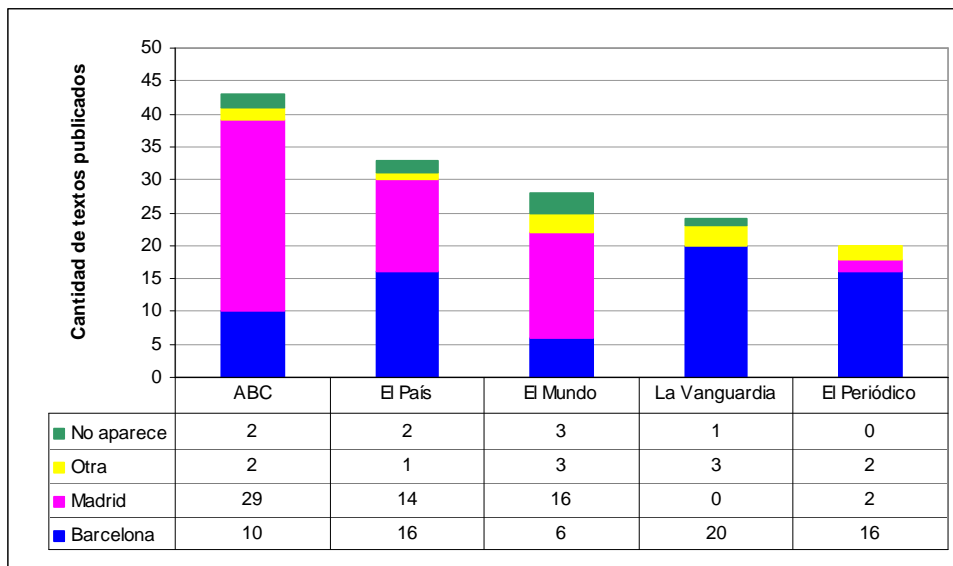
²⁸ De hecho, el Informe Quiral confirma esta especialización, puesto que estos periodistas también aparecen entre los que más han firmado textos sobre medicina y salud en los Informes Quiral de 2007, 2008 y 2009 (a excepción de Antonio Madrdejos y Ana MacPherson). Merece la pena destacar que la periodista Nuria Ramirez de Castro ha sido la periodista que más ha escrito sobre temas de salud y medicina según el ranking del Informe Quiral en estos tres años.

Figura 10: Ciudades desde dónde se firman los textos sobre cáncer de mama (período 2006-2010)

Barcelona	68
Madrid	61
Otra	11
No aparece	8
Total	148

La observación del comportamiento individual de los diarios esta en línea con su origen geográfica: los periodistas de “La Vanguardia” y “El Periódico de Catalunya” firman casi exclusivamente desde Barcelona, mientras los periodistas de “ABC” y “El Mundo” firman principalmente desde Madrid. En el caso de “El País”, las firmas se distribuyen casi equitativamente entre las dos ciudades (figura 11). Tal distribución es explicada por el propio periódico, que afirma tener su sede social en Madrid, “donde están situadas la redacción, las oficinas centrales y una de sus plantas de impresión” pero que “cuenta con una estructura similar en Barcelona, donde se edita e imprime la Edición Cataluña del diario.”²⁹

Figura 11: Distribución de las ciudades desde dónde se firman las piezas de la muestra (por diario).

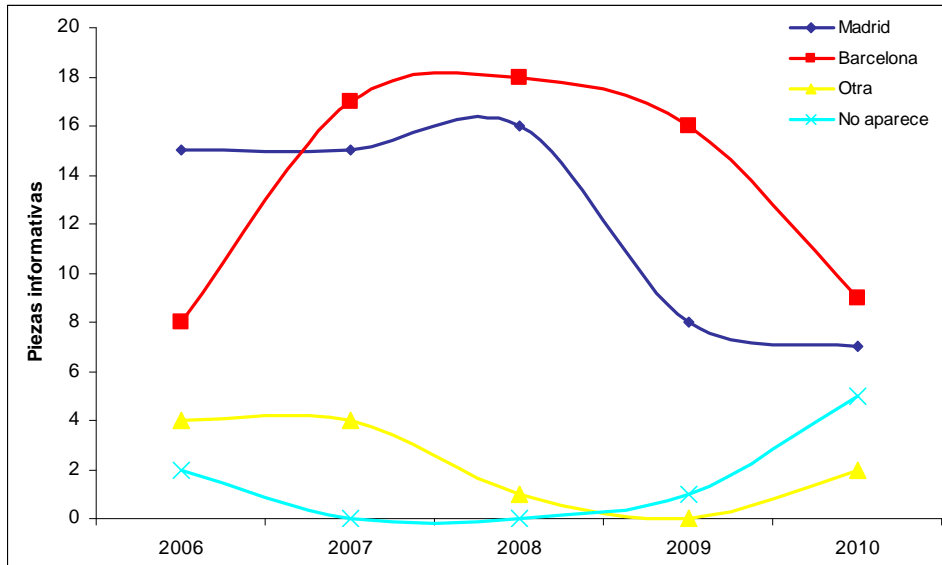


Si se observa la evolución de las ciudades de origen a lo largo de los años, hay dos movimientos muy marcados. Por un lado, la reducción en los textos firmados desde Madrid y Barcelona, especialmente en los dos últimos años. Este resultado en sí no es raro, puesto que se verá a continuación que el número de piezas informativas en general

²⁹ Información de la web del diario El País: <http://www.elpais.com/corporativos/elpais/elpais.html> (Consulta realizada el 05 de junio de 2012).

se reduce en los dos últimos años de análisis. El movimiento que sí sorprende es el de las piezas firmadas desde otras ciudades y las que no se refieren a ninguna ciudad – hay un claro aumento de ambas en el 2010. (figura 12).

Figura 12: Distribución de las ciudades desde dónde se firman las piezas de la muestra (evolución en el período 2006-2010).



Las observaciones de un estudio anterior (García *et al*, 2000), según el cual la cobertura informativa sobre el cáncer esta basada principalmente en material de agencia de noticias, ha motivado verificar si esto también ocurría en la muestra de piezas analizadas en el presente trabajo de investigación. Para saber si la cobertura informativa fue elaborada a partir de material producido por agencias de noticias, en un primero momento se ha mirado la variable “firma”, puesto que hay una categoría denominada “agencia”. De las 148 piezas analizadas, 7 fueron firmadas por una “agencia de noticias” (siendo 2 del “ABC”, 2 de “La Vanguardia” y 3 de “El País”). Pero además de la firma, una pieza informativa también puede ser considerada elaborada a partir de material producido por agencias de noticias cuando una “agencia” aparece como fuente de la misma. En este análisis de contenido, las agencias de noticias no han sido nombradas como una fuente, sino que han entrado en la categoría “otras”, juntamente con páginas web, canales de televisión u otros periódicos. Pero aunque no aparezcan como una categoría individual en el análisis de contenido, si que han sido clasificadas y se trata de una información que se ha podido rescatar. Con esta información, se llega a que otras 7 piezas han tenido material de agencia de noticias como fuente única o como

una de las fuentes de la información: (siendo 3 de “ABC”, 2 de “El Mundo”, 1 de “El País” y 1 de “El Periódico de Catalunya”). Hasta aquí no se puede afirmar que la cobertura informativa del cáncer de mama por parte de los cinco principales diarios del estado español se realice con base en material de agencia, puesto que solo hay referencias a las mismas en 14 de las 148 piezas analizadas.

Pero el estudio de García *et al* (2000) hacía referencia a textos prácticamente idénticos, en que solo se cambiaba un título y se suprimía algún párrafo. En un último esfuerzo para intentar descubrir si las piezas informativas de la muestra tenían esta característica, se ha decidido analizar, además de las piezas firmadas por agencias o que tuvieron una agencia como fuente de noticia, aquellas que hubieron sido publicadas en diferentes periódicos, pero en el mismo día y que trataran del mismo tema.

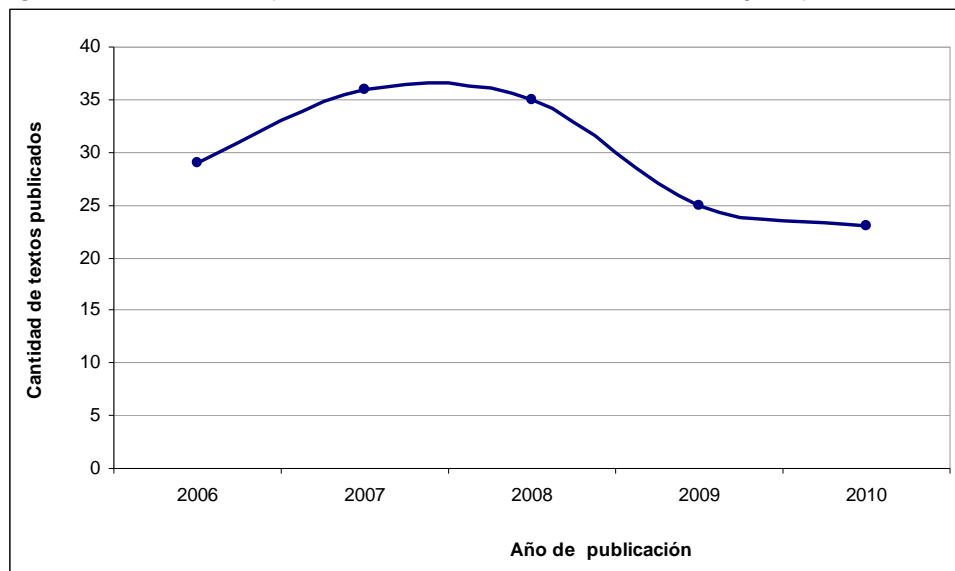
En la muestra de este estudio, se han encontrado 24 grupos de textos con estas características: piezas informativas publicadas en diferentes periódicos, pero en el mismo día o en fechas próximas, y que trataran de un mismo tema (Apéndice 4). De las 14 piezas informativas que hacían referencia a una agencia de noticias, cinco de ellas se incluyen en uno de estos 24 grupos de temas comunes. Para facilitar la explicación, las piezas informativas serán identificadas por su correspondiente numeración. Así, en la muestra había siete piezas informativas firmadas por agencias (4, 39, 58, 60, 65, 106, 127) y siete que tenían como una de sus fuentes una agencia de noticias (36, 37, 43, 66, 84, 87, 136). De estas piezas, cinco fueron publicadas en el mismo día que otros textos similares publicados en otros periódicos (el 4 ha sido publicado en el mismo día que el 50, el 60 y el 84 en el mismo día que el 109, el 66 en el mismo día que el 85, y el 136 en el mismo día que el 17 y el 89). Se han analizado estos grupos y tan solo se han encontrado coincidencias importantes en un caso. Las piezas 60 y 84 son muy parecidas. La primera, “Los científicos descubren cuatro nuevos genes del cáncer de mama”, ha sido publicada el 28 de mayo de 2007 en “El País” y esta firmada por la agencia “Efe”, mientras la segunda, “Hallan cuatro genes que aumentan el riesgo del cáncer de mama”, ha sido publicada el 28 de mayo de 2007 en “El Mundo” y no tiene firma. Los siete primeros párrafos de la pieza 84 empiezan exactamente de la misma manera que los párrafos de la 60 y la información es idéntica. Se trata de un claro ejemplo de piezas informativas elaboradas totalmente a partir de material de agencia, pero, felizmente, en la muestra de este estudio, constituyen un caso aislado.

Por lo tanto, se puede afirmar que la cobertura informativa sobre el cáncer de mama de los cinco principales periódicos del estado español no esta basada en material de agencia de noticias. En primer lugar porque tan solo 14 de las 148 piezas informativas de la muestra hacen referencia explícita a una agencia de noticias (sea como firma, sea como fuente de la información); y en segundo lugar, porque de entre estas 14 piezas, al buscar sus pares publicados en el mismo día y sobre el mismo tema pero en diferentes periódicos tan solo se ha verificado un caso de piezas informativas idénticas, en una clara indicación de material producido a partir de un texto de agencia de noticias.

6.2. Las rutinas del trabajo periodístico

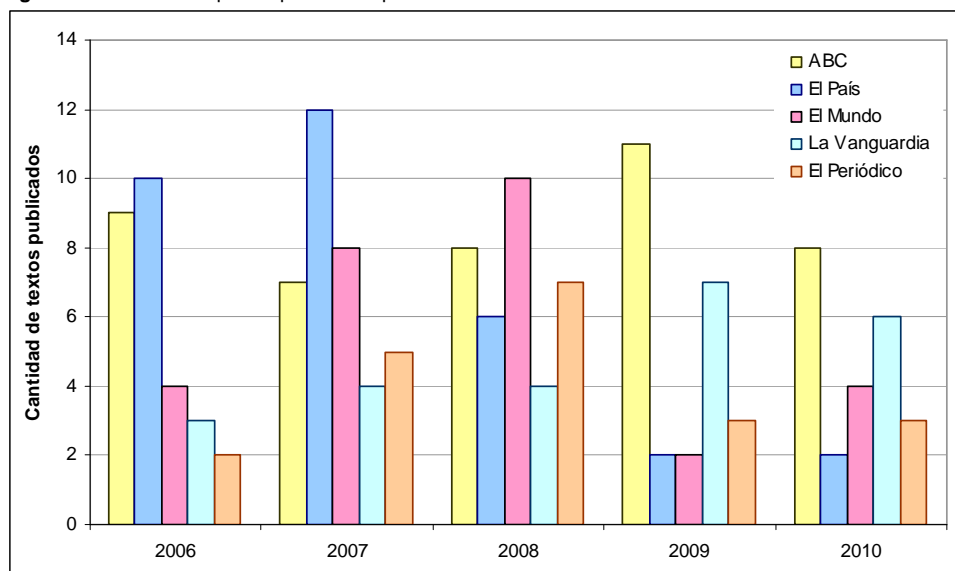
Si se analiza la cobertura informativa sobre el cáncer de mama según el año de publicación, 2007 y 2008 han sido los dos años en que más se ha escrito sobre el tema, mientras 2009 y 2010 han sido los dos años en que menos (figura 13).

Figura 13: Distribución de las piezas informativas sobre el cáncer de mama a lo largo del período 2006-2010



Es importante matizar que esta tendencia decreciente no es uniforme entre los periódicos: “La Vanguardia” ha presentado un aumento en la cobertura del cáncer de mama en 2009 y 2010, mientras “ABC” registró su mayor cobertura en el 2009 (figura 14).

Figura 14: Cantidad de piezas publicadas por cada diario en cada uno de los años analizados



Si se sigue en esta observación del comportamiento individual de cada periódico a lo largo del período de estudio, se verifica que algunos diarios presentan una cobertura más regular que otros, es decir, sin variaciones muy significativas entre la cantidad de piezas informativas publicada a cada año. Los diarios “ABC” y “La Vanguardia” son los que presentan más regularidad (de 78% y 68%, respectivamente³⁰), aunque todos registran un índice por encima del 50%. Posiblemente el caso que más llame la atención es el de “El País”. El periódico empieza con la cobertura más elevada en 2006 y 2007 (con 10 y 12 piezas, respectivamente, para pasar a la última posición en 2009 y 2010 (con tan solo 2 piezas publicadas en cada uno de estos dos años).

Una posible explicación para la caída acentuada en la cobertura informativa del cáncer de mama de “El País” es el cambio de estrategia del diario en la divulgación de las noticias sobre salud y medicina. A partir de 2009, “El País” empieza a publicar “llamadas” para su página web (figura 15). Es decir, en lugar de publicar todas las noticias de salud de interés en la edición impresa, el periódico decide publicar textos cortos, avisando a los lectores de que la noticia completa puede ser leída en su página

³⁰ La regularidad en estadística, también llamada “media porcentual”, indica la variación de los valores de una serie en relación a su media aritmética. Para una serie compuesta por los valores $x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$, se calcula la regularidad a través de la siguiente operación:

$$R = \frac{x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_n}{k \cdot n} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{k \cdot n}$$

siendo “n” el número de valores que se suman y “k” el valor más alto entre los que se suman.

web. En 2009 se han observado dos llamadas de este tipo para noticias sobre cáncer de mama y en 2010, cuatro. Esto significa que si el diario hubiera optado por publicar los textos completos en la edición impresa, en lugar de 2, tendríamos 4 textos en la muestra de 2009 y 6 textos en 2010. Seguiría siendo una reducción en relación a años anteriores, pero no tan acentuada.

Figura 15: Ejemplo de llamadas que “El País” pasa a publicar en su edición impresa para llevar sus lectores a su página web.³¹

estén preparados. La gripe aviar hizo que se elevara el nivel de percepción de los gobiernos. Además, la industria de las vacunas ha hecho un gran esfuerzo para tenerlas, y existen programas de colaboración para hacer llegar la inmunización a los países en desarrollo, pero aún no nos ha llegado la prueba decisiva.

P. Habla de colaboración, una palabra que está muy presente ahora en la salud. ¿Cómo historiador de la ciencia, qué opina de los consorcios público-privados para llevar las medicinas—fruto de la investigación de empresas privadas—a los países pobres?

R. Desde luego es algo nuevo e interesante. Lo que pasó es que, sobre todo después de la II Guerra Mundial, hubo interés en desarrollar organizaciones intergubernamentales, como la Organización Mundial de la Salud en los años cuarenta del pasado siglo. Pero era un diálogo entre gobiernos, los de los países ricos ayudaban a los de los países pobres. En los últimos 20 años la escala de los problemas a que nos enfrentamos en salud pública en el mundo es superior a las posibilidades de los gobiernos para encontrar soluciones. Y por eso surge la innovación, en for-

P. ¿Y están funcionando?

R. Si, hay muchos ejemplos. En mi antigua empresa surgió el programa de donación de Mectizan (un fármaco para la ceguera de río), porque vimos que solos no podíamos hacer llegar la medicina a la gente que la necesitaba, y ahora es una alianza que la suministra a 100 millones de personas al año en más de 30 países. Es un mecanismo muy poderoso para resolver problemas de salud pública y por eso creo que cada vez va a haber más de estas iniciativas. Según un estudio de hace dos años, había entonces ya

empresas privadas pueden hacer por sí solos. La combinación de sus recursos y conocimientos permite nuevas soluciones.

P. ¿Cómo encontrar el equilibrio entre lo que pueden aportar el sector público y el privado?

R. Siempre hay quien dice que las empresas tienen muchos beneficios y por eso deben pagar todo. Pero la realidad es que una empresa no puede pagar para desarrollar nuevos medicamentos y además hacerlos llegar a todo el mundo que lo necesite. Lo que hace falta es un equilibrio entre desarrollo y acceso. Aunque con

do la preocupación por el comportamiento de algunas empresas en algunos casos. Lo importante es la transparencia, crear un ambiente en el que se puedan discutir las cuestiones. Soy optimista. Desde hace 15 años, que fue cuando yo empecé con estos temas, en el sida y también en la malaria, que tiene mucho que ver con otros problemas de salud, ha habido un progreso muy grande y es fruto de la colaboración entre todos. No se trata sólo de medicinas sino también de políticas sanitarias de prevención, información y educación.

sonas de mayor edad, los que viven solos y aquellos que han realizado intentos de suicidio previos. “La mitad de los pacientes con depresión tienen ideas suicidas”, dice Agüera. “Es un síntoma, una complicación grave. Por eso es tan importante identificar a las personas con depresión”.

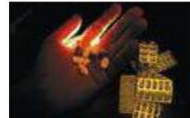
Según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS), aproximadamente un millón de personas fallece por suicidio en el mundo, y el número de tentativas suicidas es unas 10 a 20 veces mayor.

Y además en elpais.com/sociedad/

investigación

España pierde atractivo para ensayar fármacos

El mercado farmacéutico español es el séptimo del mundo, pero en cambio el país sólo ocupa el puesto 10 o 12 entre los favoritos por la industria para hacer ensayos de medicamentos. “Y cayendo”, dice Javier Revuelta, vicepresidente de la Asociación Es-



pañola de Compañías de Investigación Clínica. La burocracia es clave para este retraso. Mientras el permiso para hacer un ensayo tarda en la UE 131 días de media, en España son 214.

oncología

Medicación contra células madre del cáncer de mama

Las células madre son responsables de las recaídas tardías de los tumores mamarios. Por eso los fármacos que actúan sobre sus mecanismos de reproducción son uno de los objetivos de los oncólogos, como ha explicado la experta Jenny C. Chang.



pediatría

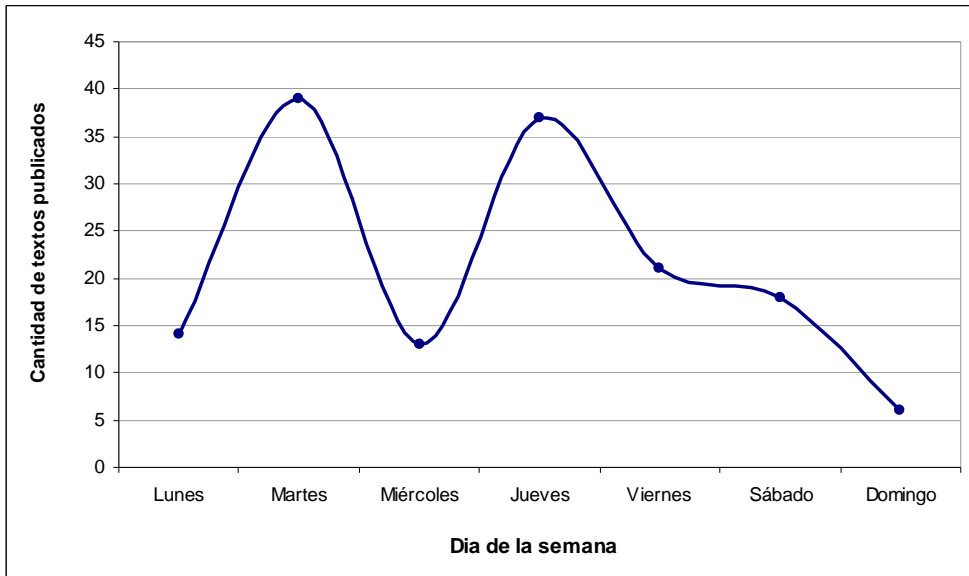
Neumonía, primera causa de muerte

La neumonía es la primera causa de mortalidad en menores de cinco años. Cada 15 minutos muere un niño por esta enfermedad, que se puede prevenir con vacunas.

Además de verificar la cantidad de piezas periodísticas publicadas a lo largo de los años, había una curiosidad en relación a la existencia o no de un día de la semana específico para la publicación de las noticias sobre el cáncer de mama. El análisis de contenido indica que los martes y jueves son los días en que más se ha publicado sobre esta enfermedad, con bastante diferencia en relación a los demás (figura 16). Cuando se observa un poco más detenidamente el tipo de noticia publicada en estos dos días, se verifica un caso interesante. El jueves es el día de la semana en que más aparecen noticias cuya fuente es la revista *Nature*, no por coincidencia, este es exactamente el día en que la revista es publicada. En efecto, de las 37 noticias publicadas en los jueves, 13 hacían alguna referencia a esta revista especializada. También llama la atención que el domingo sea el día en que menos se haya publicado sobre el cáncer de mama.

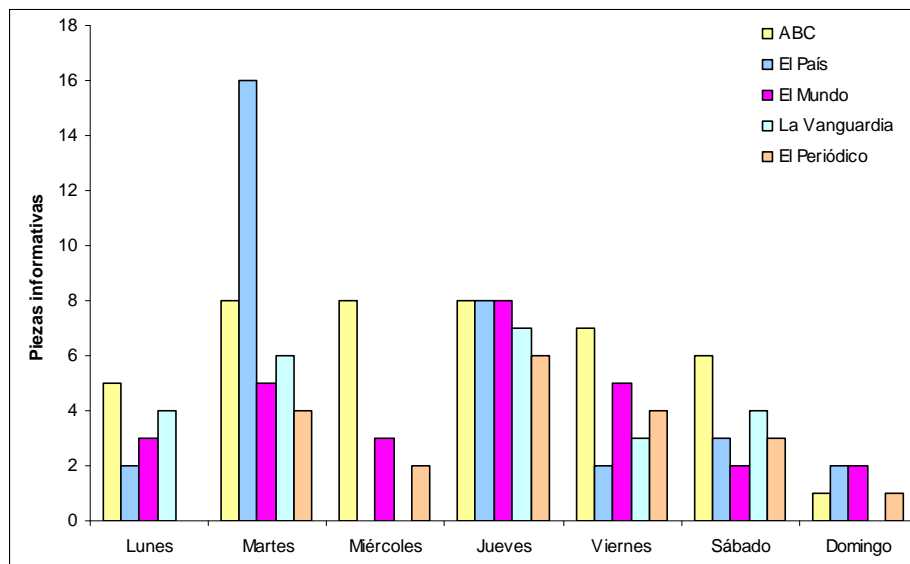
³¹ Reproducción del cuadrante inferior de la página 36 de la edición impresa de “El País” de 3 de noviembre de 2009.

Figura 16: Cantidad de piezas informativas publicadas sobre cáncer de mama según el día de la semana (período 2006-2010).



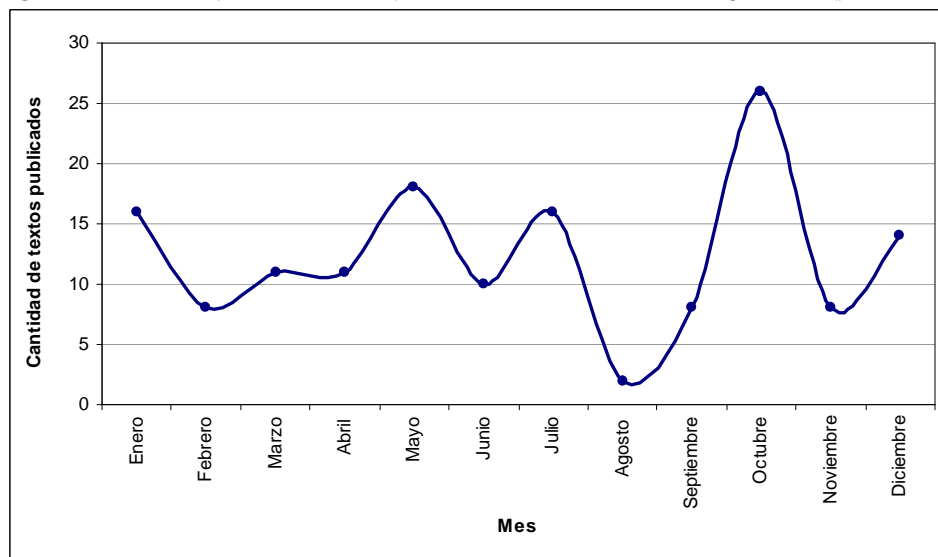
Cuando se observa la distribución de la publicación de las piezas informativas a lo largo de la semana de esta vez considerando cada periódico se observan dos fenómenos interesantes, relacionados con los días en que más se publican noticias sobre el cáncer de mama. Por un lado, se constata claramente que el principal responsable por que se publiquen tantos textos los martes es el diario “El País”. Y en segundo lugar, es interesante observar que en los jueves se publican más noticias y en un equilibrio de fuerzas entre todos los diarios, especialmente entre “ABC”, “El País” y “El Mundo” (figura 17).

Figura 17: Cantidad de piezas informativas publicadas sobre cáncer de mama según el día de la semana y el diario.



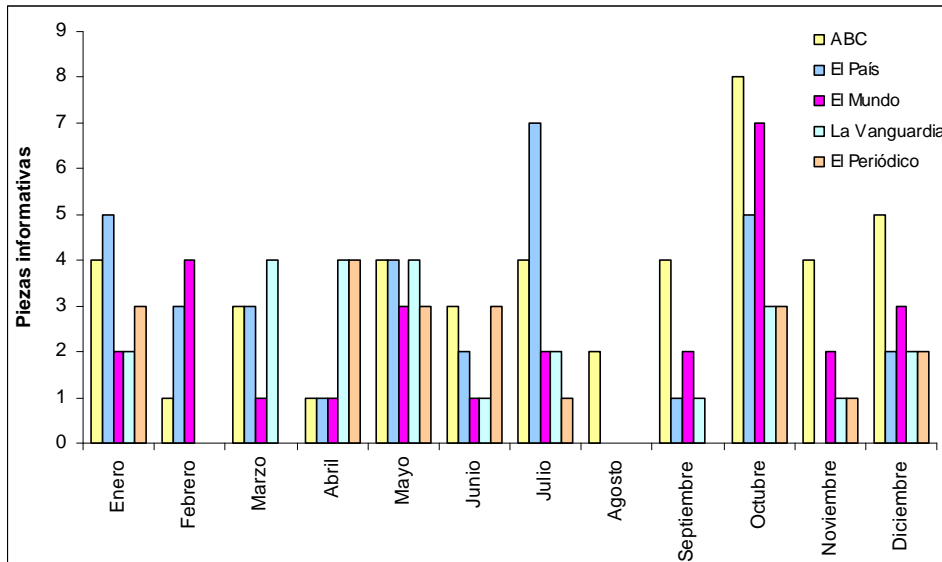
También se han contabilizado las piezas informativas publicadas en cada mes. En este punto, no ha habido sorpresa: octubre, el mes en que se celebra el Día Mundial del Cáncer de Mama, también es aquel en que más se escribe sobre la enfermedad (figura 18). Digno de mención es observar que el mes con menos cobertura es agosto, hecho que, en conjunto con la información anterior, da margen a que se plantee la pregunta si los periódicos no consideran una buena idea hablar de enfermedades crónicas como el cáncer de mama en el mes de vacaciones para la mayoría de la población o en el día tradicionalmente consagrado al descanso como es el domingo.

Figura 18: Cantidad de piezas informativas publicadas sobre cáncer de mama según el mes (período 2006-2010)



Cuando se observa la distribución de las piezas informativas por periódicos a lo largo de los meses, se observa que el principal responsable por la subida en el número de noticias publicadas en julio ha sido el diario “El País”. También se observa que los dos principales responsables por que octubre sea el mes en que más se publica sobre cáncer de mama son los diarios “ABC” Y “El Mundo”. Finalmente, también llama la atención la distribución de trabajo en agosto. El único diario a publicar algo sobre cáncer de mama en aquel mes ha sido “ABC” (figura 19)

Figura 19: Cantidad de piezas informativas publicadas sobre cáncer de mama según el mes (por diario)



Otra de las inquietudes de este trabajo de investigación relacionada a las rutinas del trabajo periodístico era analizar el espacio ocupado por las noticias de cáncer de mama en la prensa española de referencia. Para lograr este objetivo, se han utilizado siete variables cuantitativas.

Los resultados del análisis de contenido indican, por ejemplo, que la gran mayoría de las piezas informativas sobre cáncer de mama son publicadas en la sección “Sociedad” de los diarios, aunque también puede salir en las secciones “Ciencia”, “Cataluña” y “Gente” (en este último caso, especialmente cuando la enfermedad aparece asociada a una personalidad). De acuerdo con el análisis de contenido, ha sido posible comprobar que 80 de las 148 piezas informativas han sido publicadas en la sección “Sociedad”, en cuatro de los cinco periódicos de la muestra (25 en “El País”, 20 en “ABC”, 19 en “La Vanguardia” y 16 en “El Periódico de Catalunya”). La excepción es el diario “El

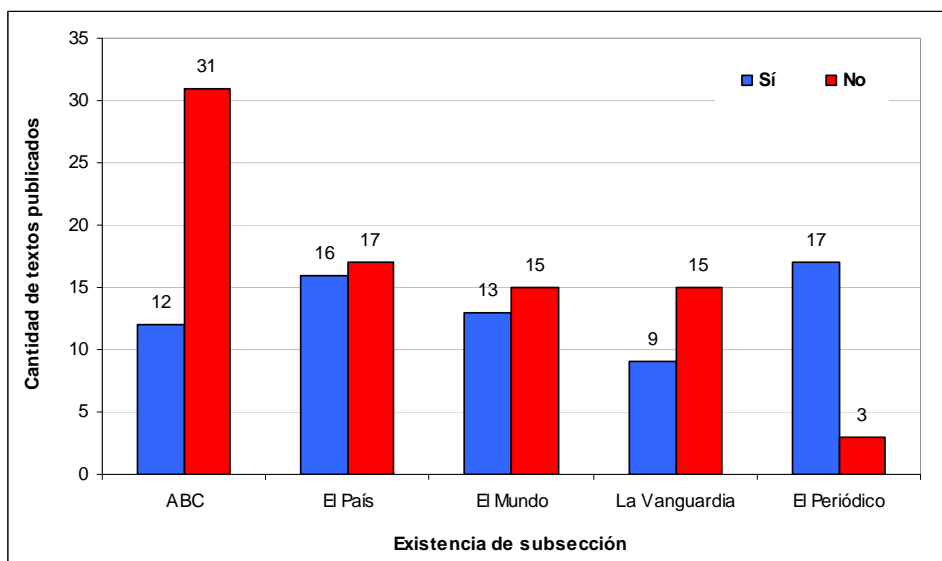
Mundo”, que no publica noticias sobre cáncer de mama en su sección de “Sociedad”, puesto que al tener una sección diaria de “Ciencia”, las noticias sobre cáncer de mama suelen ser publicadas ahí (figura 20).

Figura 20: Cantidad de piezas informativas publicadas sobre cáncer de mama según la sección (período 2006-2010)

Sección	ABC	El País	El Mundo	La Vanguardia	El Periódico	Total
Sociedad	20	25	0	19	16	80
Ciencia	10	0	16	0	0	26
Cataluña	10	4	3	0	0	17
Otra	2	3	9	2	1	17
Gente	1	1	0	3	3	8
Total	43	33	28	24	20	148

Además de la sección de publicación de la noticia, también se han buscado subsecciones en la cobertura informativa del cáncer de mama (por medio del análisis de la existencia o no de epígrafes y cintillos que precedieran y clasificaran las piezas informativas de la muestra). En el cómputo general, se puede afirmar que hay subsecciones en casi la mitad de los casos (figura 21). También es verdad que aquí, una vez más, el comportamiento no es uniforme entre todos los periódicos. Mientras “El País” y “El Mundo” presentan divisiones bastante equilibradas entre la existencia o no de subsecciones, “ABC” y “La Vanguardia” se inclinan a no publicar en este formato, mientras “El Periódico de Catalunya” no puede prescindir de ello. Cuanto a la preferencia por cintillos o epígrafes, mientras “El Periódico de Catalunya” siempre utiliza epígrafes para clasificar las piezas informativas en cada página, “El País” prefiere recurrir a los cintillos. Entre unos y otros, la palabra más utilizada para clasificar las piezas sobre cáncer de mama ha sido “Salud”.

Figura 21: Cantidad de piezas de la muestra publicadas con o sin el acompañamiento de una epígrafe o cintillo, según el periódico (período 2006-2010)



En relación al tamaño de las piezas informativas, se ha clasificado la extensión en 6 categorías: (1) piezas que ocupan de 1% a 24% de la página, (2) piezas que ocupan de 25% a 49% de la página, (3) piezas que ocupan de 50% a 74% de la página, (4) piezas que ocupan de 75% a 99% de la página, (5) piezas que ocupan el 100% de la página y (6) piezas que ocupan más de 1 página. Como se puede observar en la figura 22, en la cobertura informativa del cáncer de mama, prevalecen las piezas cortas.

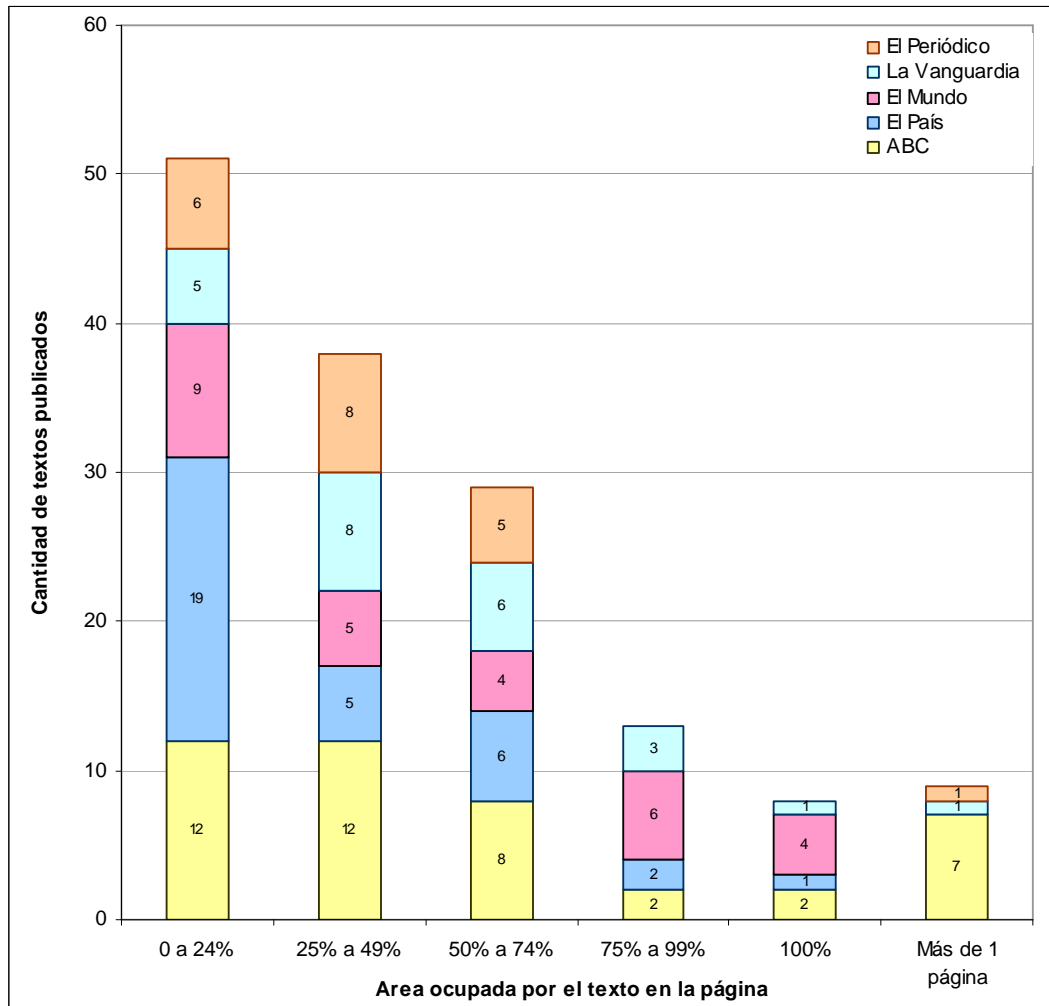
Figura 22: Cantidad de piezas informativas de la muestra, según su tamaño

0 a 24% de la página	51
25% a 49% de la página	38
50% a 74% de la página	29
75% a 99% de la página	13
100% de la página	8
Más de 1 página	9
Cantidad total de piezas analizadas	148

Cuando se observa el comportamiento de los periódicos individualmente (figura 23), se repite la tendencia general, con algunos matices. En todos los casos, por lo menos la mitad de las piezas informativas son cortas, pero la distribución varía. Mientras “El País” y “El Periódico de Catalunya” tienen 73% y 70% de sus piezas ocupando como máximo media página, “ABC” tiene 56% de las piezas en estas condiciones, mientras “La Vanguardia” tiene 54% y “El Mundo”, 50%. Y cuando se mira el otro extremo, de las piezas que ocupan 75% de la página o incluso más de una página, mientras “El País”

y “El Periódico de Catalunya” tienen menos de 10% de sus piezas con este tamaño, “El Mundo” tiene un 35% de sus piezas con este magnitud y “ABC” y “La Vanguardia” tienen un 21% de sus piezas así. Es decir, podemos afirmar que en la cobertura informativa de “El País” y “El Periódico de Catalunya” dominan las piezas cortas, mientras en la cobertura de “El Mundo”, “ABC” y “La Vanguardia” prevalecen las piezas cortas, pero también se encuentran algunas más extensas.

Figura 23: Cantidad de piezas informativas publicadas por diario, según su tamaño (período 2006-2010)



Otra manera posible de evaluar la importancia de la pieza informativa en la página, además de su tamaño, es comprobando la utilización de complementos, como fotos, infografías, textos de apoyo, etc. En el cómputo general, más de la mitad de las piezas ha presentado por lo menos un complemento. Claro que esto no ha sido una constante entre todos los periódicos. En el caso de “El País”: menos de la mitad de sus piezas

informativas sobre cáncer de mama aparece acompañada de algún tipo de complemento (figura 24).

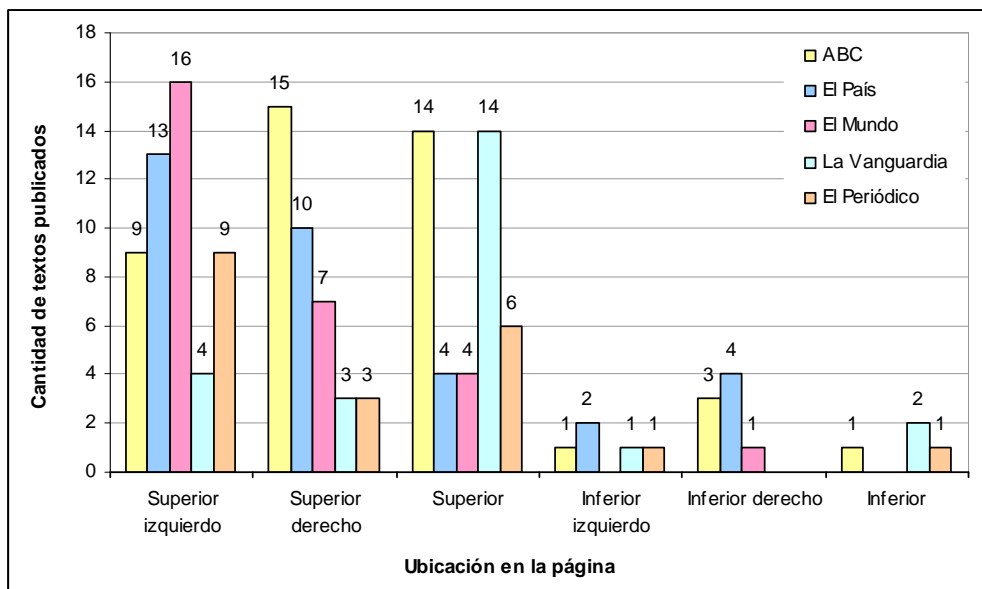
Figura 24: Porcentaje de piezas publicadas con o sin complementos, según el periódico

	ABC	El País	El Mundo	La Vanguardia	El Periódico	Total
Sí	63%	39%	64%	79%	70%	61%
No	37%	61%	36%	21%	30%	39%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

En términos generales, prevalecen las piezas informativas con apenas un complemento. De las 91 piezas que han presentado complementos, 51 tenían 1 complemento, 26 tenían 2 complementos, 12 tenían 3 complementos y apenas 1 tenía 4 complementos y otra, 6 complementos (estos dos últimos casos se dieron en “La Vanguardia”). De entre los complementos utilizados, en el computo general prevalecen las fotos, seguidas de las piezas de apoyo (pequeños textos relacionados a la noticia principal), e infografías, aunque también aparezcan en algunos casos noticias relacionadas (por lo general, textos con título y firma, pero sin fecha), textos de opinión, foto noticias y dibujos.

Probablemente uno de los principales indicadores de la importancia de una pieza informativa es su ubicación en la página del periódico. Simplemente no es lo mismo una noticia que ocupe un cuarto de página en la parte superior izquierda del diario que una noticia del mismo tamaño, pero ubicada en el cuadrante inferior derecho. Actualmente existen dos teorías sobre el recorrido visual del lector de un periódico: la primera defiende una lectura circular, en el sentido de las agujas del reloj (primero el ojo se fijaría en el cuadrante superior izquierdo, después en el superior derecho, seguidamente en el cuadrante inferior derecho y por último en el cuadrante inferior izquierdo), mientras la segunda afirma que la lectura sigue el trazado de una zeta (el lector se fijaría primero en el cuadrante superior izquierdo, después en el superior derecho, a continuación en el cuadrante inferior izquierdo y, por último, en el inferior derecho). La diferencia entre las dos está en el orden de importancia de los cuadrantes inferiores. Sin pretender elegir una teoría u otra, en este análisis se pretendía saber si las noticias sobre cáncer de mama suelen ocupar el cuadrante superior o inferior de la página. Y el resultado del análisis de contenido no deja lugar a duda (figura 25): prevalecen las noticias ubicadas en los cuadrantes superiores.

Figura 25: Cantidad de piezas informativas publicadas según su ubicación en la página, por periódico



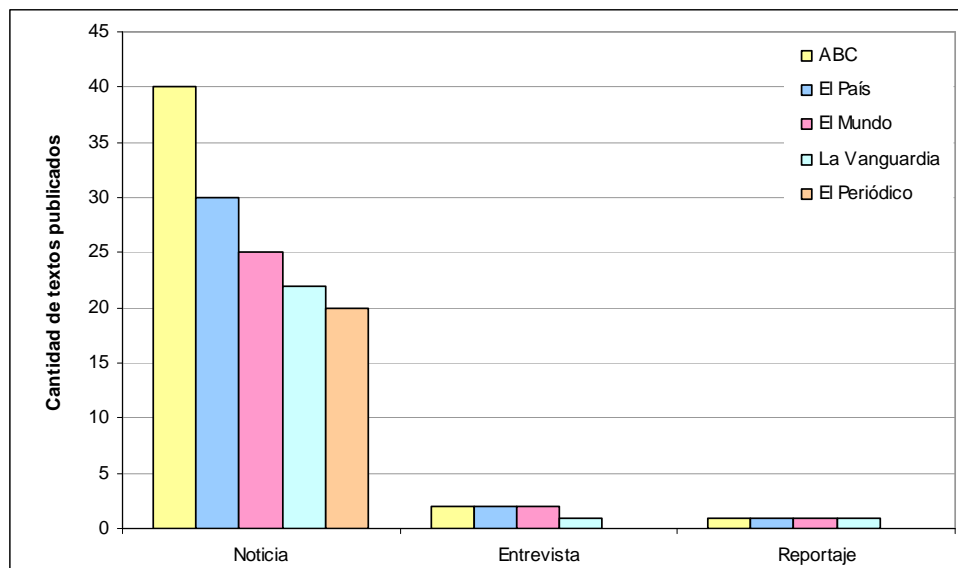
Este resultado parece confirmar una percepción por parte de los editores de que las noticias sobre cáncer de mama son importantes para los lectores de los cinco periódicos analizados.

6.3 Cómo se habla sobre el cáncer de mama: género, fuentes y temas

Finalizado el análisis relacionado a la autoría de las piezas informativas y a la rutina periodística, quedan las inquietudes relacionadas a la fórmula utilizada para divulgar las noticias. Con “fórmula” se quiere referir a cuál es el género informativo elegido por los periodistas, cuáles son sus fuentes, cuáles son los temas que llegan a ser publicados y donde están ubicados estos hechos que se convierten en noticia.

En relación al género informativo, según el análisis de contenido, la inmensa mayoría de las piezas son noticias, apareciendo aquí y allí algunas pocas entrevistas y reportajes. Observando el comportamiento de los periódicos individualmente (figura 26), se verifica que “El Periódico de Catalunya” ha sido el único diario a publicar 100% de noticias, sin ninguna entrevista o reportaje.

Figura 26: Cantidad de piezas informativas publicadas según su género informativo.



Otro aspecto importante relacionado a la forma como cada periódico presenta la cobertura informativa sobre el cáncer de mama está relacionado a las fuentes utilizadas. Para el análisis de contenido, se han dividido las fuentes en cinco grupos: (a) directa, (b) informe, (c) comunicado de prensa, (d) otra y (e) no aparece. La gran mayoría de las piezas presenta por lo menos una fuente directa, mientras una cantidad no despreciable presenta por lo menos una fuente del tipo informe (figura 27).

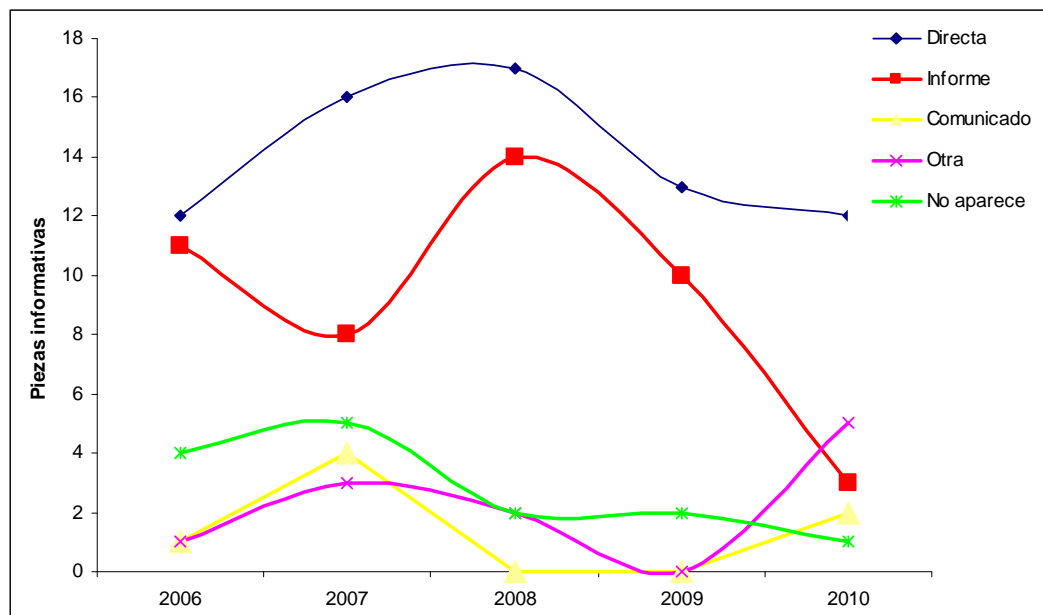
Figura 27: Frecuencia con que aparece cada uno de los tipos de fuente analizados.

Fuente	ABC	El País	El Mundo	La Vanguardia	El Periódico	Total
Directa	20	20	18	18	11	87
Informe	16	13	8	4	6	47
Otra	4	3	3	5	4	19
No aparece	8	3	1	0	2	14
Comunicado de prensa	3	1	2	2	1	9
Total	51	40	32	29	24	176

Observación: El total de frecuencia de las fuentes supera el número de textos de la muestra porque hay textos en que se registra más de un tipo de fuente.

Cuando se observa la evolución de las fuentes utilizadas en la cobertura del cáncer de mama, dos movimientos llaman la atención. Si por un lado la evolución en el comportamiento de las fuentes directas es esperada por estar en línea con la reducción del número de piezas informativas en general, la reducción de la fuente “Informe” es un poco exagerada. Otro movimiento que llama la atención es el aumento de la frecuencia de la fuente “Comunicado” y de “otras” fuentes (figura 28).

Figura 28: Frecuencia con que aparece cada uno de los tipos de fuente analizados.



En un intento de concretar un poco más quien habla sobre cáncer de mama, se han clasificado las fuentes directas, informando, en un siguiente nivel, si se trataban de expertos, pacientes, miembros de gobierno, etc., y también se ha concretado un poco más los informes, registrando cuando se tratan de revistas científicas. A partir de esta clasificación, se verifica que un 37% de las fuentes son expertos (médicos, científicos), mientras un 24% de las fuentes son revistas científicas. Con esto se llega a que un 61% de las fuentes reproduce el discurso experto y científico. Las pacientes de cáncer de mama aparecen como fuentes en un 6% de las piezas informativas, mientras las asociaciones de pacientes y sus representantes aparecen en un 5%. Representantes del gobierno aparecen como fuente en un 5% de las noticias y las agencias de noticias son fuente de información en un 4% de los casos.

También se ha contabilizado el número de fuentes citadas en cada una de las piezas informativas. En 72 de las 148 piezas analizadas solo se ha verificado una fuente de información. En todos los periódicos se verifica como hay más textos con una única fuente de información, y como la cantidad de piezas informativas se va reduciendo a la medida en que aumenta el número de fuentes. Un factor negativo es verificar que en el 9,46% de las piezas no haya ninguna fuente explícita.

Estos resultados confirman que las piezas informativas presentan una única fuente de información, y que, además, esta fuente es prioritariamente científica – médicos, investigadores o revistas científicas.

Figura 29: Cantidad de fuentes citadas en cada pieza informativa publicada.

Número de fuentes	ABC	El País	El Mundo	La Vanguardia	El Periódico	Total
Una	21	15	17	11	8	72
Dos	12	11	5	7	5	40
Tres	2	2	4	4	4	16
Cuatro	0	2	0	0	1	3
Cinco	0	0	0	2	0	2
Seis	0	0	1	0	0	1
Ninguna	8	3	1	0	2	14
Total	43	33	28	24	20	148

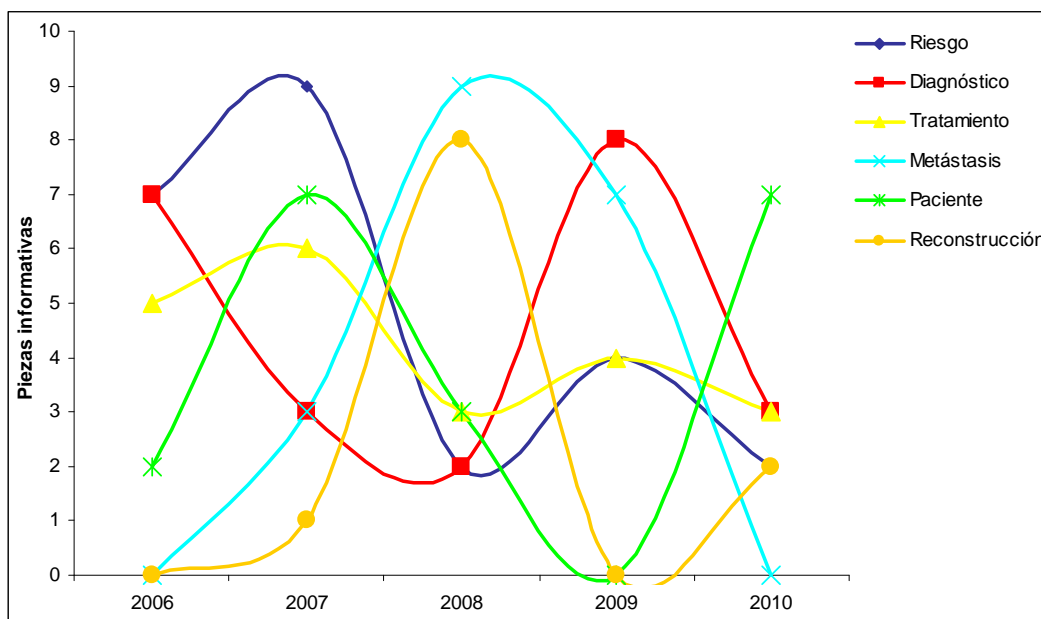
Es posible que la información fundamental para caracterizar el tipo de información sobre cáncer de mama que publican los principales periódicos españoles sea la información sobre el tema de esta cobertura. A partir del análisis de contenido es posible dividir los temas observados en tres grandes bloques: de interés alto, de interés mediano y de poco interés para los periódicos (figura 30). Entre los temas de interés elevado están el Riesgo, el Diagnóstico y el Tratamiento, presentes en 46% de las piezas. Vale destacar que a pesar de estar entre los principales temas de cobertura sobre el cáncer de mama, el diario “El Periódico de Catalunya” no presenta ninguna noticia sobre el Diagnóstico de esta enfermedad. Entre los temas de interés mediano estarían la Metástasis del cáncer de mama, las Pacientes y la Reconstrucción de las mamas. Finalmente, merece la pena decir que de entre los temas de poco interés para los periódicos, el “ABC” no publica ninguna noticia sobre Epidemiología, mientras ni “La Vanguardia”, ni “El Periódico de Catalunya” publican sobre Prevención.

Figura 30: Temas de la cobertura informativas sobre el cáncer de mama en los periódicos de referencia españoles (por diario)

Tema	ABC	El País	El Mundo	La Vanguardia	El Periódico	Total
Riesgo	10	6	3	4	1	24
Diagnóstico	13	8	1	1	0	23
Tratamiento	4	7	5	3	2	21
Metástasis	4	2	3	4	6	19
Paciente	1	1	7	5	4	18
Reconstrucción	3	2	4	1	2	12
Epidemiología	0	3	1	2	3	9
Prevención	5	2	2	0	0	9
Otro	3	2	2	4	2	13
Total	43	33	28	24	20	148

Quando se observa la evolución de los temas a lo largo del período de estudio, se pueden identificar los momentos en que se ha divulgado alguna información importante a respecto, por ejemplo, de la metástasis (figura 31).

Figura 31: Principales temas de la cobertura informativa sobre el cáncer de mama en los periódicos de referencia españoles (evolución en el período 2006-2010)



Como se puede verificar en el análisis de contenido, si por un lado es verdad que Riesgo, Diagnóstico y Tratamiento están entre los principales temas de las piezas informativas, por otro lado, la Prevención figura entre los temas de poco interés, al contrario de la expectativa inicial.

Otra curiosidad de esta investigación se refería a ubicar el lugar exacto donde se produce la noticia. Es decir, se pretendía evaluar no simplemente si el periodista escribe desde Barcelona, Madrid o Nueva York, pero sí donde se ha producido el hecho noticioso. El análisis de contenido revela que la mayoría de los hechos han ocurrido en Cataluña, región que es seguida en orden de importancia por Estados Unidos y el resto de España³² (figura 32).

Este resultado no sorprende, puesto que dos de los cinco diarios analizados son catalanes y en relación a los otros tres, de ámbito nacional, al seleccionar la muestra se ha decidido analizar las ediciones publicadas en Cataluña. El hecho de que Estados Unidos ocupe el segundo puesto en este *ranking* de ubicación de las noticias tampoco sorprende, especialmente si se considera que muchas noticias sobre cáncer de mama hablan sobre estudios científicos y EE.UU. sigue siendo el principal productor de investigación científica en el mundo.

Figura 32: Cantidad de noticias publicadas según la ubicación del hecho noticioso (2006-2010)

Localización del hecho noticioso	ABC	El País	El Mundo	La Vanguardia	El Periódico	Total
Cataluña	10	8	7	14	7	46
Estados Unidos	14	10	6	5	6	41
Resto de España	9	7	12	2	6	36
Europa	6	2	1	2	1	12
Otros	4	4	2	1	0	11
No indica	0	2	0	0	0	2
Total	43	33	28	24	20	148

En la revisión de los estudios publicados sobre la cobertura periodística del cáncer de mama, se han podido identificar algunos temas que se repetían en diferentes trabajos, como (a) el énfasis en la divulgación del riesgo genético y (b) la cuestión de la edad de las pacientes. Ninguno de estos aspectos ha sido analizado en una variable específica del análisis de contenido, pero si se puede hablar de ellos a partir del análisis de las piezas informativas.

En relación al primer punto, pese a que el cáncer de mama hereditario represente tan solo un 5% a 10% de todos los casos de esta enfermedad (Fernández Bayo *et al*, 2005,

³² En dos ocasiones no ha sido posible identificar la localización del hecho noticioso. Se tratan de dos noticias de "El País" sobre estudios científicos publicados en revistas internacionales en que no se ha mencionado siquiera la nacionalidad del equipo investigador.

p. 153), los estudios de Marino y Gerlach (1999), en revistas femeninas estadounidenses, y de Wilkes *et al* (2001), en revistas femeninas australianas, indicaban que el historial familiar era el riesgo más mencionado en las noticias sobre cáncer de mama. Con el propósito de verificar si esto también pasaba en la cobertura de esta enfermedad en los periódicos españoles, en primer lugar se decidió valorar la variable “Tema” del análisis de contenido. En esta variable, había una categoría denominada “Riesgo”. El análisis de contenido indica que esta categoría ha sido precisamente la más frecuente en la muestra, con 24 de las 148 piezas informativas registrando el “Riesgo” como tema principal. Para saber de que tipo de riesgo hablan las piezas, se han analizado y clasificado según su tipo. Así, se ha verificado que en 13 de los 24 piezas, el riesgo sobre el que se informaba esta relacionado a la genética (figura 33), que en 8 de los 24 piezas, el riesgo esta relacionado a comportamientos personales (figura 34), y que en 3 de los 24 piezas, el riesgo aparece relacionado a otros factores (figura 35).

Figura 33: Piezas informativas cuyo tema es “Riesgo”, con énfasis en los factores hereditarios.

ABC	08/09/2006	Completado el primer mapa genético del cáncer de mama y colon
ABC	09/10/2006	Una nueva mutación genética duplica el riesgo de cáncer de mama
ABC	14/10/2008	Identifican alteraciones genéticas que comparten el cáncer de mama y el de colon
ABC	10/01/2009	Nace en Londres una niña sin el gen del cáncer de mama
ABC	30/03/2009	Hallan dos nuevos genes que predisponen al cáncer de mama
El País	02/01/2007	Descubierta una mutación genética que duplica la tendencia a tener cáncer de mama
El País	12/02/2007	Identificado un gen que reduce el riesgo de tener cáncer de mama
El País	28/05/2007	Los científicos descubren cuatro nuevos genes del cáncer de mama
El Mundo	28/05/2007	Hallan cuatro genes que aumentan el riesgo del cáncer de mama
La Vanguardia	28/05/2007	Identificadas las alteraciones genéticas más comunes relacionadas con el cáncer de mama
La Vanguardia	30/06/2008	Un bebé británico nacerá libre del riesgo del cáncer de mama
La Vanguardia	23/04/2009	Selección de embriones para una joven con seis cánceres de mama en la familia
El Periódico de Catalunya	21/06/2007	La mitad de los cánceres de mama se heredan del padre

Figura 34: Piezas informativas cuyo tema es “Riesgo”, con énfasis en comportamientos personales.

ABC	23/05/2006	La obesidad, relacionada con todos los tipos de cáncer de mama
ABC	14/11/2006	El consumo excesivo de carne roja eleva el riesgo de cáncer de mama
ABC	11/12/2009	Tomar tres copas a la semana eleva el riesgo de cáncer de mama
ABC	27/03/2010	Prolongar la lactancia eleva el riesgo de cáncer de mama
El País	23/05/2006	Engordar en la edad adulta eleva el riesgo de cáncer de mama
El Mundo	15/11/2006	El consumo excesivo de carne roja duplica el riesgo de cáncer de mama
El Mundo	21/02/2010	El estilo de vida influye en el cáncer de mama
La Vanguardia	28/09/2007	Tres copas de alcohol al día elevan un 30% el riesgo de cáncer de mama

Figura 35: Piezas informativas cuyo tema es "Riesgo", con énfasis en otros factores.

ABC	25/09/2007	Las células cancerosas en la sangre, predictoras del riesgo de recaída en el cáncer de mama
El País	17/10/2006	La densidad mamaria ayuda a predecir un posible cáncer
El País	25/09/2007	Investigan un 'test' para predecir el riesgo de recaída en el cáncer de mama

En línea con lo que se ha verificado en estudios anteriores, el factor hereditario domina la cobertura informativa sobre los riesgos asociados al cáncer de mama, y en el caso de la muestra de este estudio, aparecía en 54% de las piezas informativas que trataban de los factores de riesgo.

Cuanto al segundo aspecto, la edad de las pacientes, es sabido que el cáncer de mama suele afectar a mujeres entre 35 y 80 años, con su máximo entre los 45 y los 65 años³³. Pero, a pesar de eso, varios estudios sobre la cobertura informativa del cáncer de mama (Lantz y Booth 1998, Marino y Gerlach 1999, Burke *et al* 2001, Jones 2004 y Walsh-Childers *et al* 2011) señalaban que los medios de comunicación insisten en publicar historias de mujeres jóvenes que se han enfrentado a la enfermedad, y se olvidan de retratar a las mujeres del principal grupo de riesgo.

En este estudio, se han identificado 19 referencias a la edad de pacientes con cáncer de mama, siendo 14 referencias directas y 5 indirectas. Por referencias directas se entiende la información de la edad concreta de la paciente ("La que habla es María Jesús Cano, 46 años y un cáncer de mama superado..") o de una franja de edad ("La paciente, una mujer cercana a la cuarentena, fue operada..."). Por referencia indirecta se entiende aquellos casos en que se puede deducir la edad de la paciente (por ejemplo, cuando la noticia se refiere a una paciente famosa, como Luz Casal, y no publica su edad, pero si el año en que ha nacido).

La media de edad de las pacientes ha sido de 46 años, con una edad mínima de 27 años y una edad máxima de 60 años. Hay tan solo una referencia a una paciente en la franja de edad de los 60 años, 7 referencias a pacientes en la franja de los 50 años, 6 referencias a pacientes en la franja de los 40 años, 2 referencias a pacientes en la franja de los 30 años y 3 referencias a pacientes en la franja de los 20 años. Aunque pese a que haya 5 referencias a mujeres bastante jóvenes, la mayoría de las referencias (14) son de

³³ Informaciones disponibles en la página web de la Asociación (<https://www.aecc.es/SOBREELCANCER/CANCERPORLOCALIZACION/CANCERMAMA/Paginas/incidencia.a.spx>) Última consulta realizada el 10 de marzo de 2013.

mujeres con más de 40 años. Esto es un aspecto muy importante porque la edad es uno de los principales factores de riesgo del cáncer de mama, puesto que la probabilidad de desarrollar la enfermedad aumenta a la medida en que las mujeres se hacen mayores. Es positivo saber que los periódicos españoles hablan de y con mujeres con más de 40 años.

Los médicos son unánimes al hablar de la importancia de la realización de mamografías para la detección precoz y consecuente reducción de la mortalidad del cáncer de mama. Según los expertos, “está aceptado por la comunidad científica que la realización de esta prueba de manera periódica (anual) a partir de los 45-50 años aumenta el número de casos diagnosticados en estadios precoces y disminuye la mortalidad. Existen dudas sobre si iniciar las campañas a edades más precoces o si aumentarlas por encima de los 70 años.” (Fernández Bayo *et al*, 2005, p. 19 y 20). En el estado español hay un programa de cribado contra el cáncer de mama basado en la realización sistemática de mamografías a mujeres de entre 50 y 69 años, con periodicidad bianual.³⁴ Dada la importancia de esta prueba diagnóstica, surgió la inquietud de saber como se trata este tema en la cobertura informativa del cáncer de mama.

En el análisis de contenido se ha visto que en la variable “Tema” había una categoría nombrada “Diagnóstico”, con 23 piezas informativas. De entre ellas, 16 hablaban específicamente sobre la mamografía tradicional, mientras las 7 demás trataban de otras herramientas de diagnósticos como testes genéticos, análisis de sangre, resonancia magnética o mamografías digitales (y en 6 de estos también se hablaba de mamografías). Pero además de estas piezas, la mamografía también apareció en otras cuyo “Tema” era Epidemiología, Tratamiento, Paciente y Otros. A partir de la lectura atenta de las piezas informativas de la muestra, se ha podido encontrar referencias a la mamografía en 40 de ellas.

Las principales ventajas citadas en las piezas informativas son la posibilidad de un diagnóstico antes del apareamiento de los síntomas y la reducción de la mortalidad del cáncer de mama en función de esta detección precoz. Los piezas más críticas citan dos

³⁴ La edad puede variar según la comunidad autónoma. En 12 comunidades autónomas el cribado empieza a los 50 años, pero en Navarra, La Rioja, Comunidad Valenciana, Ceuta, Castilla y León y en Castilla-La Mancha, el cribado empieza a los 45 años. También hay algunas comunidades autónomas en que el cribado llega hasta los 64, 66 o 67 años.

problemas principales asociados a las mamografías: la baja eficacia en los diagnósticos de mujeres jóvenes (porque en estos casos las mamas son más densas y la sensibilidad de la radiografía se reduce) y los falsos positivos. También, en menor medida, se critica el sobrediagnóstico, que sería el diagnóstico y posterior tratamiento de algunos tipos de cáncer de mama no dañinos.

Una discusión muy recurrente en las piezas informativas de este análisis fue precisamente la edad en que se debe empezar a realizar las mamografías, especialmente en el marco de los programas de prevención del gobierno, no solo en el estado español, pero también en Estados Unidos o Inglaterra, por ejemplo. El 17 de agosto de 2009, “ABC” publicaba la noticia “La Generalitat estudia ahora reducir a los 45 años la edad de la primera mamografía” y el 19 de octubre de 2009, “ABC” publicaba una entrevista con la médica responsable de la Unidad de Mama del Instituto Oncológico Baselga, y el titular era: “La Generalitat se verá obligada a rebajar la edad de la primera mamografía”. A pesar de esto, no se ha registrado ningún cambio, y en Cataluña, el programa de cribado sigue empezando a los 50 años. Otra información interesante en esta cuestión de la edad ha pasado el 19 de abril de 2007. En la noticia de “El Mundo” “María San Gil abandona temporalmente la política a causa de un cáncer de mama”, en determinado momento la política afirma: “Tenemos que hacer las revisiones pertinentes, porque permiten, como en mi caso, que haya un diagnóstico magnífico y que dentro de unos meses pueda volver.” Curiosamente, debido a su edad, María San Gil, entonces con 42 años, no entraría en el programa de cribado del País Vasco, que como en Cataluña, empieza a los 50 años.

La pieza informativa más crítica en relación a la realización de mamografías fue publicada el día 13 de octubre de 2009 en “El País”. El reportaje “Mamografías mitificadas” contenía afirmaciones como “La mayoría de las mujeres y muchos médicos sobrevaloran el beneficio del cribado del cáncer de mama”, y “En España, según el estudio del JNCI, la mitad de las mujeres no tiene ni idea de cuántas vidas salvan las mamografías, pero el 16% piensa que evitan la muerte de 200 de cada 1.000 y el 11% cree que salva a 100 de cada 1.000. El dato objetivo resultante de numerosos estudios de calidad es que se salva una en 10 años, y probablemente ni eso.” Curiosamente, en el mismo periódico, cuando se vuelve a hablar sobre mamografía, se hace de manera positiva. El 28 de enero de 2010, en el suplemento “Ciberp@is”, se publicaba la noticia

“Un español crea un sistema de citas para mamografías en Massachussets”, que empieza precisamente con la afirmación: “El 50% de las muertes por cáncer de mama se podrían evitar si las mujeres no faltaran a su citas periódicas de mamografía, según un estudio del Hospital General de Massachussets (EE.UU).”. En resumen, las piezas informativas sobre mamografías suelen hablar de las ventajas en la realización de estas pruebas, y el principal debate está relacionado con la edad en que deben empezar a realizarse en el marco de los programas de cribado financiados por la sanidad pública.

Como ya se ha comentado anteriormente, las publicaciones especializadas son una fuente importante de información sobre el cáncer. El estudio sobre la cobertura informativa del cáncer coordinado por Kepa Aulestia (tratado en el capítulo 3) ya observaba que hay medios de comunicación españoles que basan su cobertura sobre el cáncer en hallazgos científicos. En la cobertura informativa del cáncer de mama en los periódicos españoles se ha podido observar que la investigación tiene un papel muy importante. En el análisis de contenido ya se había registrado que un 24% de las fuentes son revistas científicas. Pero al leer las informaciones sobre la enfermedad, crecía la percepción de que el espacio ocupado por la divulgación de estudios científicos era muy superior a esta cifra. Es cierto que la manera más directa de identificar las piezas informativas sobre investigaciones científicas es a través de la referencia a la publicación de un determinado estudio en una revista científica, pero también hay piezas sobre investigaciones científicas que no citan ninguna publicación: algunos han sido divulgados en congresos, otros estudios aparecen asociados a la institución a que pertenecen, y también están las referencias a investigaciones que acaban de empezar y todavía no han sido publicadas. Además, también se da el caso de piezas que no tratan especialmente de una investigación científica, pero si presentan datos de algún estudio para reforzar su mensaje. Considerando todos estos casos, se llega a la conclusión de que, de las 148 piezas informativas analizadas, 84 hacen referencia a investigaciones científicas. Es digno de consideración que un 57% de las piezas sobre cáncer de mama hagan alguna referencia a una investigación científica. De hecho, la investigación científica es la motivación principal de 77 piezas informativas, un 52% de la muestra.

Sobre el tema investigación, en la lectura de las piezas informativas sobre el cáncer de mama, llama la atención las noticias sobre el trabajo del científico Joan Massagué, por diversos motivos. En primer lugar, por la frecuencia con que se publican noticias sobre

su investigación en el período de estudio. Joan Massagué es la persona que más veces aparece en la prensa en el período del estudio: su nombre está en 15 de las 148 piezas analizadas. En segundo lugar, él fue el único experto cuyo nombre apareció en los titulares de las noticias durante el período de estudio. Ocurrió ocho veces, como se puede ver en la Figura 36. Además, con este investigador han pasado dos otras situaciones inéditas. En la primera, se ha publicado una noticia al día siguiente al de la divulgación de los resultados de una investigación suya, solo con comentarios de otros científicos elogiando su descubierta. Y en la segunda, en una noticia sobre metástasis del cáncer de mama, se dedica todo un párrafo a explicar la importancia de los trabajos de Massagué en esta área de investigación, aun que se destaca que él no ha participado del estudio que es el tema principal de la noticia. Entre las posibles explicaciones para la visibilidad del trabajo de Joan Massagué durante el período de estudio, se podría destacar la publicación en revistas importantes como *Nature* y *Science* y también el hecho de que se trata de un científico catalán trabajando en un centro de investigación renombrado de Estados Unidos, liderando un equipo y logrando avanzar en su campo de estudio.

Figura 36: Titulares en que se hace referencia al investigador Joan Massagué

ABC	10/01/2008	Joan Massagué identifica moléculas que frenan la metástasis del cáncer de mama
El Mundo	10/01/2008	Massagué logra bloquear la metástasis del cáncer de mama en tejidos humanos
La Vanguardia	04/04/2008	Joan Massagué estrecha el cerco a las metástasis del cáncer de mama
La Vanguardia	18/07/2009	Massagué descubre un talón de Aquiles del cáncer de mama
La Vanguardia	22/12/2009	Massagué abre una vía para atajar las metástasis óseas del cáncer de mama
El Periódico	12/04/2007	Massagué descubre cómo el cáncer de mama se extiende al pulmón
El Periódico	13/04/2007	Los científicos loan el hallazgo de Massagué sobre el cáncer de mama
El Periódico	22/12/2009	Massagué halla una proteína ligada al cáncer de mama

Finalmente, la lectura de las piezas informativas de la muestra ha dado lugar a una última inquietud. ¿Qué es lo que hace que una noticia sobre cáncer de mama capture la atención de más de un periódico a la vez? Es decir ¿Qué tienen en común los hechos que son noticia en varios periódicos? En el caso de la presente investigación, se han identificado 24 ocasiones en que esto ha ocurrido, en un total de 64 piezas (ver Apéndice 4).

En nueve de estas ocasiones, se hablaba de una investigación científica (en cinco ocasiones sobre los avances de Joan Massagué en la metástasis del cáncer de mama y en

cuatro de ellas sobre factores de riesgo asociados a la enfermedad), en tres ocasiones se hablaba sobre nuevos tratamientos, en tres otras ocasiones se hablaba sobre técnicas de reconstrucción mamaria llevadas a cabo en hospitales españoles, además del anuncio de enfermedad de una famosa (en dos ocasiones se habló de Luz Casal y en una ocasión, de Martina Navratilova), datos epidemiológicos, noticias relacionadas a la realización de mamografías y la inauguración de un nuevo centro de investigación y tratamiento del cáncer de mama en el hospital Vall D'Hebron. A partir de estos datos se puede decir que en línea con la tendencia general de la cobertura, en más de la mitad de las veces en que los periódicos coinciden en la importancia de un tema relacionado al cáncer de mama, el mismo está vinculado a una investigación científica o al trabajo de expertos.

Capítulo 7. Conclusión

A partir de los resultados del análisis de contenido, es posible afirmar que la pieza informativa típica sobre cáncer de mama sería una noticia, publicada en la sección “Sociedad”, que ocuparía como máximo la mitad de la página y estaría ubicada en el cuadrante superior de la misma. Probablemente tendría algún complemento, como una foto o pieza de apoyo. Lo más probable es que fuera publicada un jueves, y en el mes de octubre. Estaría firmada por un periodista especializado en salud, que escribiría desde Madrid o Barcelona. Probablemente sólo tendría una fuente de información, que sería un experto o una revista científica, y el hecho noticioso se ubicaría en Cataluña o en EE.UU. Su tema principal podría ser Riesgo, Diagnóstico o Tratamiento.

En este resumen están las claves de la cobertura informativa del cáncer de mama en los principales periódicos del estado español. Para empezar, que la información esté publicada en la sección “Sociedad” indica que diariamente, una noticia sobre una enfermedad como el cáncer de mama debe disputar su espacio en el periódico con otras noticias de los más diversos temas: sucesos, tribunales, ciudadanía o turismo.

Cuanto a su ubicación en la página del diario, tanto el hecho de estar localizada en el cuadrante superior de la página, como que presente complementos como una foto o una pieza de apoyo son indicaciones de que la información sobre el cáncer de mama, en general, debe ser considerada importante por los diarios, un tema de especial interés para los lectores.

Que el hecho noticioso esté ubicado en Cataluña o Estados Unidos indica dos tendencias. En primer lugar, hay que recordar que en análisis de contenido, se ha decidido analizar las ediciones regionales de Cataluña de los diarios “ABC”, “El País”, “El Mundo”. Por lo tanto, la primera tendencia es que cuando el hecho noticioso está ubicado en Cataluña, la información sobre cáncer de mama aparece asociada a temas geográficamente próximos a los lectores. Por otro lado, también hay que recordar que Estados Unidos es el principal productor de investigación científica en el mundo. Siendo así, la segunda tendencia es que cuando el hecho noticioso está ubicado en

Estados Unidos, la información debe aparecer asociada a estudios científicos sobre la enfermedad.

Que la información sobre el cáncer de mama sea publicada principalmente los jueves y que se registre un aumento considerable de información en octubre indica dos tendencias. En primer lugar, hay que recordar que el jueves es el día en que se publica la revista *Nature*. Por lo tanto, que se publique más información sobre cáncer de mama en este día de la semana confirma el componente marcadamente científico de la cobertura de este tema. En segundo lugar, que la publicación de noticias sobre cáncer de mama aumente en octubre indica la importante influencia del Día de Combate al Cáncer de Mama, el 19 de octubre, sobre la información sobre la enfermedad.

En relación a la autoría, que la información sobre el cáncer de mama esté firmada por un periodista especializado en salud en lugar de una agencia de noticias o de un genérico “Redacción” indica una preocupación por parte de los periódicos de que la información sobre esta enfermedad sea más elaborada. Además, podría indicar también una información de más calidad y con menos errores, gracias a la especialización de los redactores.

Que las noticias sobre cáncer de mama registren tan solo una fuente, probablemente una experto o una revista científica indica dos tendencias. En primer lugar, el hecho de que se informe con base a una fuente indica que la noticia solo tendrá una opinión, perdiendo la pluralidad de puntos de vista. Y en segundo lugar, que la fuente única sea un experto o una revista especializada evidencia el carácter científico-técnico de la comunicación sobre cáncer de mama.

Finalmente, que el tema principal de la noticia sobre el cáncer de mama sea Riesgo, Diagnóstico o Tratamiento indica que esta información puede ser muy útil a los lectores. En primer lugar, porque al informar sobre los factores de riesgo del cáncer de mama los diarios están ayudando a que las mujeres eviten determinadas conductas que pueden ser perjudiciales, además de permitir que actúen conscientemente en el caso de ser portadoras de algún factor de riesgo (como el genético). En segundo lugar, porque al informar sobre el Diagnóstico, los periódicos pueden ser útiles en la concienciación de las mujeres sobre la importancia de realizar mamografías periódicas, que pueden

garantizar una detección precoz del cáncer de mama, aumentando así las posibilidades de cura. Finalmente, porque al informar sobre Tratamiento, los diarios ayudan a borrar la percepción de que el cáncer es una sentencia de muerte, al informar sobre posibilidades de combate a la enfermedad.

Hasta aquí se ha hablado sobre las principales características de la información sobre el cáncer de mama en los periódicos de referencia considerados en su conjunto. Ahora se tratará de algunas características específicas de cada uno de los diarios analizados.

“ABC” es el diario que da más importancia a la cobertura informativa del cáncer de mama entre los analizados. No sólo por ser el que más ha publicado sobre el tema, sino también porque ha sido el que más noticias exclusivas ha publicado. En relación a la autoría de la información, “ABC” es el diario que publica más información sobre el cáncer de mama y en su plantilla esta la periodista que más piezas informativas ha firmado sobre esta enfermedad en el período de estudio: Nuria Ramirez de Castro. “ABC” también es el único diario a publicar noticias sobre cáncer de mama en el mes de agosto. En las páginas de este diario prevalecen las noticias cortas, aunque también aparezcan algunas más extensas, el hecho noticioso está localizado principalmente en Estados Unidos. También cabe destacar que “ABC” dedica un espacio importante para noticias sobre mamografías (Diagnóstico) y factores de riesgo asociados al cáncer, además de ser el periódico que más ha dedicado espacio al tema de la Prevención.

“El País” también ha dado bastante importancia al cáncer de mama, especialmente en los primeros años del análisis. Como se ha visto, en 2006 y 2007 fue el periódico que más publicó información sobre la enfermedad. En el caso de “El País”, es interesante notar que, al contrario de los demás, en los que se verifica un predominio de textos firmados desde Madrid o de Barcelona, aquí la distribución es casi equitativa entre las dos ciudades. El motivo de esto, como se ha visto, es que este diario, pese a tener su sede en Madrid, tiene una redacción importante en Barcelona. Otro aspecto a destacar es la distribución de la cobertura informativa.

Aunque el diario “El País” comenzó con la cobertura más intensiva en 2006 y 2007, con 10 a 12 piezas, pasó más tarde en 2009 y 2010 a ser el diario con menos información sobre este tema. De hecho, sólo se publican 2 piezas en cada uno de estos años. En

general dominan las piezas cortas, y, así de la misma forma que sucede en “ABC”, el hecho noticioso está ubicado principalmente en Estados Unidos.

El diario parece tener un día especial para hablar sobre salud, los martes – la mitad de las noticias sobre cáncer de mama han sido publicadas en este día. Al principio, las noticias eran firmadas por el periódico y trataban casi exclusivamente de investigaciones científicas públicas en revistas especializadas. Más tarde pasaron a ser firmadas por periodistas y aparecieron también algunas noticias relacionadas al sistema sanitario.

En el caso de “El Mundo”, se puede decir que, en términos generales, el diario no da mucha importancia al cáncer de mama. A decir verdad, y en el período analizado, puesto que posee una página diaria dedicada a la publicación de noticias científicas, podría haber publicado más piezas informativas sobre esta enfermedad en el período analizado, aunque no le ha prestado una atención particular. En la cobertura informativa de “El Mundo”, la gran mayoría de las piezas son firmadas por periodistas (89%) y no hay piezas firmadas por el periódico o por agencias de noticias. Sus piezas informativas están firmadas principalmente desde Madrid. A diferencia de los demás diarios, las noticias sobre cáncer de mama no han sido publicadas en la sección “Sociedad”, puesto que el periódico tiene una sección diaria llamada “Ciencia”, y las noticias de cáncer de mama suelen ser publicadas en esta sección. Respecto a la ubicación del hecho noticioso, “El Mundo” presenta una división balanceada entre Cataluña y Estados Unidos.

Al igual que los dos diarios anteriores, “La Vanguardia” tampoco parece dar mucha importancia a la cobertura informativa del cáncer de mama. Casi la mitad de los textos publicados por el diario tratan de temas que también fueron divulgados en otros periódicos en el mismo día – como la inauguración del centro integral de cáncer de mama del Hospital Vall d’Hebron, el anuncio de que Luz Casal tiene cáncer de mama, un estudio publicado en la revista *Nature*. Con eso se quiere decir que el periódico no se preocupa en divulgar información sobre el cáncer de mama a no ser que se trata de un hecho noticioso extraordinario.

Las principales características de la información divulgada por “La Vanguardia” están en línea con su ubicación geográfica. Así, prácticamente todos sus textos son firmados desde Barcelona, y en el caso de la ubicación del hecho noticioso prevalecen las noticias de Cataluña sobre las de Estados Unidos. Mientras la tendencia general de los periódicos fue de reducir la cantidad de información a lo largo del período analizado, “La Vanguardia” ha registrado un aumento en el número de noticias publicadas en 2009 y 2010. Cuanto a los temas, llama la atención que el periódico no publique ninguna noticia sobre “Prevención”.

De entre todos los diarios analizados, “El Periódico de Catalunya”, parece ser el que da menos importancia al cáncer de mama. Un 60% de las noticias publicadas por “El Periódico de Catalunya” también han aparecido en otros diarios en el mismo día, sea por tratarse del anuncio de una personalidad afectada por la enfermedad, sea por tratarse de una investigación científica relevante, principalmente las coordinadas por el científico catalán Joan Massagué.

Al contrario de lo que pasó con los demás diarios, “El Periódico de Catalunya” tiene una distribución casi equitativa entre las firmas de periodistas y de periódico (hasta ahora se ha visto un predominio de las firmas de periodistas). En línea con lo ocurrido con “La Vanguardia” y por la misma razón, la plantilla del diario firma casi exclusivamente desde Barcelona. Una información interesante es que “El Periódico de Catalunya” ha sido el único diario a publicar solamente noticias, y ninguna entrevista o reportaje. En relación a los temas, “El Periódico de Catalunya” curiosamente no ha publicado ninguna noticia sobre “Diagnóstico” o “Prevención”. Curiosamente, no prevalece el hecho noticioso ubicado en Cataluña, sino que hay una división equilibrada entre las noticias de Cataluña o Estados Unidos.

El objetivo de esta investigación era trazar un mapa de la cobertura informativa sobre el cáncer de mama, con la finalidad de identificar sus puntos fuertes y sus puntos débiles, con la intención de generar un conocimiento que posibilitara una mejora en la calidad de esta información. Entre los puntos fuertes destacan la autoría de los textos y la elección de los temas. Y entre los puntos débiles destacan el fuerte componente estacional de la cobertura informativa y el predominio de una única fuente de noticia.

En relación a la autoría de la información sobre el cáncer de mama, es positivo observar que las piezas informativas suelen ser firmadas por periodistas de la plantilla de los diarios, que no se trata de simple reproducción de material de agencia de noticias. Esto indica una preocupación con la elaboración propia, que puede contribuir a la escritura de una información más cuidada e interesante para el lector. Además, el hecho de que las piezas informativas sean firmadas por profesionales especializados en el tema de la salud puede reducir errores y disfunciones asociados a la información.

Un segundo punto fuerte de la cobertura informativa del cáncer de mama por los diarios de referencia del estado español son los temas de las noticias. En el análisis de contenido se ha verificado que los principales temas discutidos en las piezas informativas durante el período de estudio fueron Riesgo, Diagnóstico y Tratamiento. Esto se podría considerar en términos muy positivos, porque estos tres temas, cuando aparecen bien tratados, pueden alertar a las mujeres a evitar conductas de riesgo y actuar para un diagnóstico precoz de la enfermedad (aumentando así las posibilidades de cura). Además de informar que el cáncer de mama no es una enfermedad fatal, también puede indicar que hay tratamientos y posibilidad de un buen pronóstico.

En relación a los puntos débiles de la cobertura, en primer lugar es importante destacar que no se trata de factores verificables exclusivamente en las piezas informativas sobre cáncer de mama, sino todo lo contrario. Tanto el fuerte componente estacional como el predominio de la fuente única y científica son problemas característicos del Periodismo Científico en general y del Periodismo Sanitario específicamente.

En relación al primer problema, el análisis de contenido indica que hay una cierta concentración en la divulgación del cáncer de mama en torno al mes de octubre y en torno al jueves, cuando se divulgan los estudios de la revista *Nature*. Los dos fenómenos están en línea con la rutina periodística de los diarios y no solo en España. Seguramente el primer caso, de una mayor divulgación en el mes en que se conmemora su Día de combate se repetirá con varias otras enfermedades. Y también se sabe que en el ámbito del Periodismo Científico y también del Sanitario, los artículos científicos de revistas de prestigio como *Nature*, *Science*, *JAMA*, *The New England*, etc. – suelen encontrar su espacio en los diarios. Sería deseable que la cobertura no estuviera tan concentrada en determinadas épocas del año y que la divulgación científica no estuviera

restringida a lo que se publica en un grupo reducido de revistas, pero este es el tipo de cambio que no puede darse solo en la cobertura de una determinada enfermedad, sino que tendría que ser estructural e involucrar muchos factores relacionados a la rutina de producción de un diario.

El segundo punto débil de cobertura informativa del cáncer de mama es el predominio de una única fuente de noticia, y de carácter científico. Como ya se ha hablado en capítulos anteriores, las noticias ganan con la pluralidad de fuentes, al tratar de mostrar diferentes puntos de vista y opiniones. Sobretudo en el caso de la cobertura de una enfermedad, podría ser interesante encontrar, además de la opinión de un médico o científico, también el punto de vista de las pacientes y de sus familiares, por ejemplo. Esto todavía no ocurre en la cobertura del cáncer de mama en los periódicos españoles. Las diferencias son muy significativas, de un total de 185 fuentes de noticias identificadas, si 121 son expertos o revistas científicas, tan solo 21 son pacientes o sus representantes. En este caso también se trata de una característica extensible a la cobertura del Periodismo Científico y del Sanitario, donde prevalece el discurso de la ciencia y del experto.

El presente estudio tiene algunas limitaciones, puesto que el análisis de contenido permite dibujar un panorama general de cómo es la cobertura, pero no se puede inferir la razón porque la cobertura es así. Un ejemplo: cuando se percibe que se habla más de riesgo que de prevención, no se considera que el enmarcamiento puede estar determinado por la fuente de la noticia. Es decir, si un estudio publicado en una revista científica afirma que la obesidad aumenta el riesgo del cáncer de mama, difícilmente el texto informativo del periódico destacará que el control de peso ayuda a prevenir la enfermedad. Es decir, es posible que en la cobertura de los diarios españoles se hable más sobre riesgo que sobre prevención porque los estudios científicos se centren más en el riesgo y en el tratamiento que en la prevención. De todas las maneras, no es posible saberlo a través del análisis de contenido que se ha realizado.

A partir de este análisis de contenido de la cobertura informativa del cáncer de mama por los periódicos de referencia en España se puede crear y avanzar mucho más. El análisis de contenido proporciona solo un punto de vista de la comunicación. Tenemos una idea de cómo es la cobertura informativa, pero sería interesante conocer también

otros aspectos. Un estudio de audiencia, por ejemplo, en que se analizara el uso y el nivel de comprensión de esta cobertura informativa entre los pacientes de cáncer de mama y sus familiares y amigos. O un estudio con las principales fuentes de esta información, los científicos y médicos, para saber cual es su evaluación sobre la información vehiculada por los periódicos españoles.

Bibliografía

ALARCÓ HERNÁNDEZ, Antonio. (1999) Periodismo científico en la prensa diaria. Aspectos Biomédicos, Tesis Doctoral, Universidad de La Laguna.

ANDSAGER, Julie L. y POWERS, Angela (1999) “Social or Economic Concerns: How News and Women’s Magazines Framed Breast Cancer in the 1990s”, en *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 76, Nº 3, Autumn, P. 531-550.

ANDSAGER, Julie L. y POWERS, Angela (2001) “Framing Women’s Health With a Sense-Making Approach: Magazine Coverage of Breast Cancer and Implants”, en *Health Communication*, Vol.13, Nº 2, P. 163-185.

ANIS: Asociación Nacional de Informadores de la Salud (2007) “Declaración de Sevilla: Principios para un ejercicio libre y responsable de la información en Salud” (Texto disponible en la web <http://www.anisalud.com/es/actualidad/noticias-anis/texto-definitivo-de-la-declaracion-de-sevilla-el-codigo-etico-sobre-informa>). Última consultada el 16 de junio de 2012.

ARMORA, Esther (2010) “Prolongar la lactancia eleva el riesgo de cáncer de mama”, en ABC, 27/03/2010. (Texto disponible en la web <http://www.uco.es/servicios/comunicacion/informacion/acuerdos/item/download/64203>). Última consulta realizada el 14 de septiembre de 2012.

ATKIN, Charles K.; SMITH, Sandi W.; McFETERS, Courtney; FERGUSON, Vanessa (2008) “A Comprehensive Analysis of Breast Cancer News Coverage in Leading Media Outlets Focusing on Environmental Risks and Prevention”, en *Journal of Health Communication*, Vol. 13, P. 3-19.

AULESTIA, Kepa (coord.) (2004) “El tratamiento informativo del cáncer 2001-2003”, Access Oncology.

AVOGRADO, Marisa (2002) “Periodismo Científico. Un puente entre las personas y el universo científico-cultural”, en *Razón y Palabra*, Número 30, Año 7, diciembre 2002-enero 2003 (Texto disponible en la web www.razonypalabra.org.mx/comunicarte/2002/diciembre.html). Última consulta realizada el 1 de junio de 2013.

BERTOL, Sônia Regina Schena (2007) Divergências e convergências entre a comunicação primária e a comunicação secundária na divulgação do câncer de mama, Tesis Doctoral, Universidade Metodista de São Paulo, 218 p.

BLANCO CASTILLA, Elena; PANIAGUA ROJANO, Francisco Javier (2007) “Periodismo, Salud y Calidad de Vida. Contenidos y Fuentes”, en *FISEC-Estrategias*, Año 3, Vol.2, Nº 8, P. 3-24, (Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación, Buenos Aires).

BRAVO ALONSO, Ignacio (2007) “Periodista especializado em ciencia y científico: um tándem necesario para comunicar la actualidad científica al ciudadano”, en ESTEVE RAMÍREZ, Francisco y ÁNGEL MONCHOLI, Miguel (editores), Teoría y Técnicas del Periodismo Especializado, Madrid: Editorial Fragua.

BROWN, Phil; ZAVESTOSKI, Stephen M.; McCORMICK, Sabrina; MANDELBAUM, Joshua; LUEBKE, Theo (2001) “Print media coverage of environmental causation of breast cancer”, en *Sociology of Health & Illness*, Vol. 23, Nº 6, P. 747-775.

BRUGUERA I CORTADA, Miquel (1999) “La información periodística sobre medicina y salud. Beneficios y riesgos”, en Informe Quiral 1998. Medicina, Comunicación y Sociedad, Fundación Privada Vila Casas y Observatorio de la Comunicación Científica, UPF., Ruben Editorial, Barcelona.

BURKE, Wylie; OLSEN, Amy H.; PINSKY, Linda E.; REYNOLDS, Susan E.; PRESS, Nancy A. (2001) “Misleading Presentation of Breast Cancer in Popular Magazines”, en *Effective Clinical Practice*, Vol. 4, Nº 2, March-April, P. 58-64.

BURKETT, Warren (1990) Jornalismo Científico. Como escrever sobre ciencia, medicina e alta tecnologia para os meios de comunicação, Rio de Janeiro: Forense Universitaria.

CALVO HERNANDO, Manuel. (1992) Periodismo Científico, Madrid: Editorial Paraninfo.

CALVO HERNANDO, Manuel. (1997) Manual de Periodismo Científico, Barcelona: Bosch Casa Editorial.

CALVO HERNANDO, Manuel. (2001) “El periodismo del tercer milenio”, en FAPE, Febrero. (Texto disponible en la web <http://www.manuelcalvohernando.es>). Última consulta realizada el 05 de junio de 2013.

CALVO HERNANDO, Manuel (2005) “José Reis: fines y ética del periodismo científico”. (Texto disponible en la web <http://www.manuelcalvohernando.es/articulo.php?id=22>). Última consulta realizada el 31 de agosto de 2012.

CAMBRA, Lali. (2008) “La OMS alerta del riesgo de una epidemia de tuberculosis sin cura”, en El País, 27/02/2008. (Texto disponible en la web http://www.elpais.com/articulo/sociedad/OMS/alerta/riesgo/epidemia/tuberculosis/cura/elpepisoc/20080227elpepisoc_3/Tes). Última consulta realizada el 16 de junio de 2012.

CASINO, Gonzalo (2003) “La información de la salud en los diarios de información general”, en CATALÁN, J. M. y LÓPEZ IGLESIAS, J. ¡Infórmate en salud!..., Ediciones Eneida, Madrid.

CHAPMAN, Simon; McLEOD, Kim; WAKEFIELD, Melanie; HOLDING, Simon (2005) “Impact of news of celebrity illness on breast cancer screening: Kylie Minogue’s breast cancer diagnosis”, en *The Medical Journal of Australia*, Vol. 183, Nº 5, P. 247-250.

CHIMENO RABANILLO, Serafín. (2004) “Información sobre Salud, Sanidad y Medicina”, en FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier. Periodismo Especializado, Ariel, Barcelona.

CHO, Sooyoung (2006) “Network News Coverage of Breast Cancer, 1974 to 2003” en *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 83, Nº1, Spring 2006, P.116-130.

CLARKE, Juane N. (1999) “Breast Cancer in Mass Circulating Magazines in the U.S.A. and Canada, 1974-1995”, en *Women & Health*, Vol. 28, Nº 4, P. 113-130.

COMITÈ DE BIOÈTICA DE CATALUNYA (2004) Consideracions ètiques entorn de la informació sanitària, Departament de Salut de la Generalitat de Catalunya, Barcelona.

CORBETT, Julia B.; MORI, Motomi (1999) “Medicine, Media, and Celebrities: News Coverage of Breast Cancer, 1960-1995”, en *J&MC Quarterly (Journalism & Mass Communication Quarterly)*, Vol. 7b, Nº 2, Summer, P. 229-249.

DA COSTA BUENO, Wilson (sin fecha) “O Jornalismo Científico e o compromisso das fontes”, texto publicado en el “Portal do Jornalismo Científico” (Texto disponible en la web http://www.jornalismocientifico.com.br/jornalismocientifico/artigos/jornalismo_cientifico/artigo1.php) Última consulta realizada el 11 de junio de 2012.

DA COSTA BUENO, Wilson (1996) Comunicação para a saúde, uma experiencia brasileira, São Paulo: Editora Plêiade.

DA COSTA BUENO, Wilson (2001) “A cobertura de saúde na mídia brasileira: sintomas de uma doença anunciada”, en MARQUES DE MELO, José; EPSTEIN, Isaac; SANCHEZ, Conceição; BARBOSA, Sérgio, Mídia e Saúde, Adamantina: UMESP/FAI. (Texto también disponible en la web http://www.jornalismocientifico.com.br/jornalismocientifico/artigos/jornalismo_saude/artigo3.php). Última consulta realizada el 05 de septiembre de 2012.

DA COSTA BUENO, Wilson (2005) “O Jornalismo Científico e o compromisso das fontes”, en *São Bern@rdo.com.br - Revista Acadêmica do Grupo Comunicacional de São Bernardo*, Ano 2, Nº 3, janeiro/junho. (Texto disponible en la web http://www.jornalismocientifico.com.br/jornalismocientifico/artigos/jornalismo_cientifico/artigo1.php). Última consulta realizada el 05 de septiembre de 2012.

DA COSTA BUENO, Wilson (2007) “Jornalismo Científico e democratização do conhecimento”, en la web *Portal do Jornalismo Científico*. (Texto disponible en la web http://www.jornalismocientifico.com.br/jornalismocientifico/artigos/jornalismo_cientifico/artigo27.php) Última consulta realizada el 12 de junio de 2012.

DE OLIVEIRA, Fabíola (2006) *Jornalismo Científico*, São Paulo: Editora Contexto.

DE SEMIR, Vladimir (1997) “¿Qué hechos merecen ser noticia?”, en FUNDACIÓN DR. ANTONIO ESTEVE, *Medicina y medios de comunicación. Traducción al español de una serie publicada en la revista The Lancet*, Colección Monografías Dr. Antonio Esteve, Nº 21, Barcelona: Ediciones Doyma.

DE SEMIR, Vladimir y REVUELTA, Gema (directores) (2000) *Informe Quiral 1999*, Observatorio de la Comunicación Científica, Universitat Pompeu Fabra; Barcelona: Rubes Editorial.

DE SEMIR, Vladimir y REVUELTA, Gema (directores) (2008) *Informe Quiral 2007 – Medicina, Comunicación y Sociedad*, Observatorio de la Comunicación Científica, UPF, Barcelona.

DE SEMIR, Vladimir y REVUELTA, Gema (directores) (2009) *Informe Quiral 2008 – Medicina, Comunicación y Sociedad*, Observatorio de la Comunicación Científica, UPF, Barcelona.

DE SEMIR, Vladimir y REVUELTA, Gema (directores) (2010) *Informe Quiral 2009 – Medicina, Comunicación y Sociedad*, Observatorio de la Comunicación Científica, UPF, Barcelona.

DE SEMIR, Vladimir; REVUELTA, Gema; ARMENGOU, Clara y SELGAS, Gianfranco (2012) Informe Quiral 2011. Medicina, comunicación y sociedad, Observatori de la Comunicació Científica, UPF, 2012; Barcelona.

DIAS DE MORAES, Luciana. (2008) “Las fuentes en las noticias sobre cáncer de mama. Estudio cuantitativo de las fuentes informativas en las noticias sobre cáncer de mama publicadas en El País a lo largo de los últimos 30 años”, trabajo presentado en el Congreso Internacional Fundacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, Santiago de Compostela.

DONELLE, L.; HOFFMAN-GOETZ, L.; CLARKE, J. N. (2005a) “Portrayal of Genetic Risk for Breast Cancer in Ethnic and Non-Ethnic Newspapers”, en *Women & Health*, Vol. 40, Nº 4, P. 93-111.

DONELLE, L.; HOFFMAN-GOETZ, L.; CLARKE, J. N. (2005b) “Ethnicity, Genetics and Breast Cancer: Media Portrayal of Disease Identities”, en *Ethnicity & Health*, Vol. 10, Nº 3, P.185-197.

ELÍAS PÉREZ, Carlos. (2000) Flujos de información entre científicos y prensa, Tesis doctoral, Universidad de La Laguna.

ELÍAS PÉREZ, Carlos. (2008) Fundamentos de periodismo científico y divulgación mediática, Madrid: Alianza Editorial.

ESTEVE RAMIREZ, Francisco y FERNÁNDEZ MORAL, Javier (2004) Áreas de Especialización Periodística, Fragua, Madrid.

EUROPA PRESS (2010) “Dar el pecho más de seis meses se asocia a cáncer de mama más agresivo”, 26/03/2010 (Texto disponible en la web <http://www.europapress.es/salud/noticia-dar-pecho-mas-seis-meses-asocia-cancer-mama-mas-agresivo-20100326104248.html>). Última consulta realizada el 14 de septiembre de 2012.

EUROPA PRESS (2010) “El embarazo en mujeres con cáncer de mama reduce el riesgo de muerte”, 26/03/2010 (Texto disponible en la web <http://www.europapress.es/salud/noticia-embarazo-mujeres-cancer-mama-reduce-riesgo-muerte-20100326160224.html>). Última consulta realizada el 14 de septiembre de 2012.

EUROPA PRESS (2010) “Las terapias selectivas doblan la supervivencia de mujeres con metástasis de cáncer de mama”, 26/03/2010 (Texto disponible en la web <http://www.europapress.es/salud/noticia-terapias-selectivas-doblan-supervivencia-mujeres-metastasis-cancer-mama-20100326182425.html>). Última consulta realizada el 14 de septiembre de 2012.

FECYT: Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (2003) Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología en España, Madrid: FECYT.

FECYT: Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (2005) Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología en España – 2004, Madrid: FECYT.

FECYT: Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (2007) Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología en España 2006, Madrid: FECYT.

FECYT: Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (2009) Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología en España - 2008, Madrid: FECYT.

FECYT: Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (2011) Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología 2010, Madrid: FECYT.

FERNÁNDEZ BAYO, Ignacio; TIMÓN, Almudena y MÉNDEZ, Teresa (2005) Breve manual de oncología para informadores de Salud, Centro de investigación del Cáncer (IBMCC) Fundación para la Investigación del Cáncer.

FERNÁNDEZ BAYO, Ignacio y ANGULO, Eugenia (2011) “El lenguaje y los formatos en la comunicación de la ciencia”, en MORENO CASTRO, Carolina (ed.) Periodismo y divulgación científica. tendencia en el ámbito iberoamericano, Madrid: Editorial Biblioteca Nueva.

FOX, R. (1991) “How and when should the public hear about important results in medical studies?”, en FUNDACIÓN DR. ANTONIO ESTEVE, Periodismo Científico – Un simposio internacional – Barcelona, 30 de mayo, 1990. Colección Monografías Dr. Antonio Esteve, Nº 12, Barcelona: Ediciones Doyma.

FREIMUTH, Vicki S.; GREEMBERG, Rachel H.; DE WITT, Jean; ROMANO, Rose Mary (1984) “Covering Cancer: Newspapers and the Public Interest”, en *Journal of Communication*, Vol. 34, Nº 1, Winter, P.62-73.

GARCÍA, A.; PERIS, M.; DE SEMIR, V.; BORRÀS, J. M.; REVUELTA, G.; MÉNDEZ, E.; RIBAS, C. (2000) “Las noticias sobre el cáncer en los medios de comunicación escrita”, en *Gaceta Sanitaria*, Vol. 14 Nº 2, P.139-145 (Sociedad Española de Salud Pública y Administración Sanitaria – SESPAS)

GERLACH, Karen K.; MARINO, Christina; HOFFMAN-GOETZ, Laurie (1997) “Cancer coverage in women’s magazines: What information are women receiving?”, en *Journal of Cancer Education*, Vol. 12, Nº 4, P.240-244.

GOIRIENA DE GANDARIAS, Juan José; GAREA LAFUENTE, Mª Gloria. (2002) “La salud de la información científica”, en *Mediatika: Cuadernos de Medios de Comunicación*, Vol.8, P.523-558, (Sociedad de Estudios Vascos, San Sebastián). –

GONZÁLEZ BORJAS, Antonia (2004) “Salud, información periodística especializada en alza”, en *Ámbitos*, Nº 11-12, 1º y 2º semestres, P.301-310, (Fundación Largo Caballeros, Madrid).

HOUN, Florence; BOBER, Mary A.; HUERTA, Elmer E.; HURSTING, Stephen D.; LEMON, Stephen; WEED, Douglas L. (1995) “The Association between Alcohol and Breast Cancer: Popular Press Coverage of Research”, en *American Journal of Public Health*, Vol. 85, Nº 8, P. 1082-1086.

KERLINGER, Fred Nichols (1986) Foundations of behavioral research, New York: Holt, Rinehart & Winston.

KOLATA, Gina (1998) “Hope in the Lab: A Special Report”, en *The New York Times*, 03/05/1998. (Texto disponible en la web <http://www.nytimes.com/1998/05/03/us/hope-lab-special-report-cautious-awe-greets-drugs-that-eradicate-tumors-mice.html?scp=2&sq=gina%20kolata&st=nyt&pagewanted=1>). Última consulta realizada el 16 de junio de 2012.

JONES, Sandra C. (2004) “Coverage of Breast Cancer in the Australian Print Media – Does Advertising and Editorial Coverage Reflect Correct Social Marketing Messages?”, en *Journal of Health Communication*, Vol. 9, P. 309-325.

JURBERG, Claudia; GOUVEIA, Maria Emmerick; BELISÁRIO, Camila (2006) “Na mira do câncer: o papel da mídia brasileira” en *Revista Brasileira de Cancerologia*, Vol. 52, Nº 2), P.139-146 (Instituto Nacional de Câncer).

JURBERG, Claudia y MACCHIUTE, Bruno (2006) “Um olhar sobre as revistas: o caso da divulgação em câncer”, en *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, Vol. 29, Nº 2, jul/dez, P. 103-118 (Sociedade Brasileira dos Estudos Interdisciplinares da Comunicação, São Paulo)

KITZINGER, Jenny; PHILO, Greg; HENDERSON, Lesley; SAYWELL, Cherise; BEATTIE, Liza (2000) “The Role of the Media in Public and Professional Understandings of Breast Cancer”, informe para el NHS National R & D Programme (se trata de un programa de becas del Sistema Nacional de Salud del Reino Unido)

KRIPPENDORFF, Klaus (1990) Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica, Colección Paidós Comunicación, Barcelona: Paidós.

LANTZ, Paula M.; BOOTH, Karen M. (1998) “The Social Construction of the Breast Cancer Epidemic”, en *Social Science & Medicine*, Vol. 46, Nº 7, P. 907-918.

LUPTON, Deborah (1994) “Feminity, Responsibility and the Technological Imperative: Discourses on Breast Cancer in the Australian Press”, en *International Journal of Health Services*, Vol. 24, Nº 1, P. 73-89.

MARINO, Christina; GERLACH, Karen K. (1999) “An Analysis of Breast Cancer Coverage in Selected Women’s Magazines, 1987-1995“, en *American Journal of Health Promotion*, Vol. 13, Nº 3, P. 163-170.

MARTÍ, Jaume y CASSANY, Daniel (1998) “Estrategias divulgativas del concepto prión”, en *Quark*, nº12, julio-septiembre, P. 58-66.

MARTÍNEZ RODRÍGUEZ, Lourdes y PARRA PUJANTE, Antonio (2010) Periodismo especializado: teoría y práctica de la especialización informativa, Colección Espacio europeo de educación superior, nº 19, Murcia: Diego Marín Librero-Edior.

MARTÍNEZ SEGURA, Pablo. (2002) “Medios de Comunicación y Salud”, en CABASÉS HITTA, Juan Manuel; AIBAR REMÓN, Carlos y VILLALBÍ HERETER, Joan Ramon (coord), *Informe SESPAS 2002 – Invertir para la salud: prioridades en salud pública*, Vol. 2, P.581-598, (Escuela Valenciana de Estudios para la Salud, Valencia).

MATEY, Patricia. (2005) “El reto de informar de Ciencia”, en *Investigación Clínica y Farmacéutica*, Pfizer (Madrid), Vol. 2(2), p. 87-88.

MOYER, Anne; GREENER, Susan; BEAUVAIS, Johen; SALOVEY, Peter (1995) “Accuracy of Health Research Reported in the Popular Press: Breast Cancer and Mammography”, en *Health Communication*, Vol. 7, Nº 2, P. 147-161.

NELKIN, Dorothy. (1990) La ciencia en el escaparate, Madrid: Fundesco.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD (sin fecha) “Breast cancer: prevention and control” (Texto disponible en la web <http://www.who.int/cancer/detection/breastcancer/en/index1.html>). Última consulta realizada el 14 de septiembre de 2012.

PÉREZ COBO, José Carlos. (2002) “Sonrisas muy serias o la importancia del Periodismo científico”, en *Revista Mediatika*, Sociedad de Estudios Vascos (San Sebastián), Vol. 8, p. 349-373

PÉREZ OLIVA, Milagros (1999) “La divulgació científica als mitjans d’informació general”, en *Annals de Medicina*, Vol. 82, Nº 4, Juny, P. 172-174, (Academia de Ciències Mèdiques de Catalunya i de Balears, Barcelona).

PÉREZ OLIVA, Milagros (2008) “Ètica i compromís en la comunicació científica”, en *Quaderns del CAC*, Nº 30, Gener-Juny, P.3-10 (Consell de l’Audiovisual de Catalunya, Barcelona).

RAMENTOL MASSANA, Santiago (1996) La Gàbia de vidre: anàlisi de la comunicació des de la ciència i proposta d’unes pautes de relació amb la societat, Tesis doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2001), Diccionario de la lengua española, 22ª edición. (Texto disponible en la web <http://www.rae.es/rae.html>). Última consulta realizada el 31 de agosto de 2012.

REVELLES, Olga Helena (2004) Câncer de mama: abordagem da mídia impressa no Rio de Janeiro, *Dissertação de Mestrado*. Universidade Federal do Rio de Janeiro

REVUELTA, Gemma (2006) “Fuentes de información. Controversias en periodismo biomédico”, en DE SEMIR, Vladimir y MORALES, Pol (coord.) Jornada sobre periodismo biomédico. Colección Cuadernos de la Fundación Dr. Antonio Esteve, Nº7, Barcelona: Fundación Dr. Antonio Esteve.

REVUELTA, Gemma y DE SEMIR, Vladimir de (directores) (2008) Medicina y Salud en la prensa diaria. Informe Quiral 1997-2006, Observatorio de la Comunicación Científica, Universitat Pompeu Fabra; Fundación Vila Casas; Instituto Novartis, Barcelona.

RUIZ, María Teresa; MARTÍN, Marta; LA PARRA, Daniel; VIVES, Carmen; ALBALADEJO, Manuel (2004) “El enfoque de género en las noticias de salud”, en *Gaceta Sanitaria*, Vol. 18, Supl. 2, P. 65-74.

RYAN, Cynthia (2005) “Struggling to Survive. A Study of Editorial Decision-Making Strategies at MAMM Magazine”, en *Journal of Business and Technical Communication*, Volume 19, Nº3, July, P. 353-376.

SÁEZ, C. (2008) “El cáncer será una enfermedad crónica, según Massagué”, en *La Vanguardia*, 21/05/2008. (Texto disponible en la web <http://hemeroteca.lavanguardia.es/preview/2008/05/21/pagina-29/70863064/pdf.html?search=massague>). Última consulta realizada el 16 de junio de 2012.

SALAVERRÍA, Ramón. (2002) “Técnicas redaccionales para la divulgación científica”, en *Revista Mediatika*, Sociedad de Estudios Vascos (San Sebastián), Vol. 8, p.13-25.

SÁNCHEZ, Mayka (2001) “Las niñas que nacen ahora no tendrán que preocuparse del cáncer de mama”, en *El País*, 19/06/2001. (Texto disponible en la web http://www.elpais.com/articulo/salud/ninas/nacen/ahora/tendran/preocuparse/cancer/mama/elpepusocal/20010619elpepical_5/Tes). Última consulta realizada el 16 de junio de 2012.

SCHWARTZ, Lisa M.; WOLOSHIN, Steven (2002) “News Media Coverage of Screening Mammography for Women in Their 40s and Tamoxifen for Primary Prevention of Breast Cancer”, en *JAMA (Journal of the American Medical Association)*, Vol. 287, Nº 23, P. 3136-3142.

SCHWITZER, Gary (2004) "A Statement of Principles for Health Care Journalists", en *The American Journal of Bioethics*, Vol.4, N°4, Fall, P.9-13, (Taylor & Francis, Philadelphia)

SLATER, Michael D.; LONG, Marilee; BETTINGHAUS, Erwin P.; REINEKE, Jason B. (2008) "News Coverage of Cancer in the United States: A National Simple of Newspapers, Television, and Magazines", en *Journal of Health Communication*, Vol. 13, N° 6, P.523-537.

SOCIEDADE ESPAÑOLA DE ONCOLOGÍA MÉDICA (2012), El cáncer en España 2012 (Texto disponible en la web <http://www.seom.org/es/prensa/el-cancer-en-espanyacom/103644-el-cancer-en-espana-2012>). Última consulta realizada el 07 de septiembre de 2012.

STRYKER, Jo Ellen; MORIARTY, Cortney; JENSEN, Jakob D. (2005) "Effects of newspaper coverage on public knowledge about cancer prevention: priming cancer prevention knowledge", trabajo presentado en la 55th *International Communication Association Conference*, New York, NY (realizada en 2005)

WALSH-CHILDERS, Kim; EDWARDS, Heather; GROBMYER, Stephen (2011) "Covering Women's Greatest Health Fear: Breast Cancer Information in Consumer Magazines" en *Health Communication*, Vol. 26, N° 3, P.209-220.

WHITEMAN, Maura K.; CUI, Yadong; FLAWS, Jodi A.; LANGENBERG, Patricia; BUSH, Trudy L. (2001) "Media Coverage of Women's Health Issues: Is There a Bias in the Reporting of an Association between Hormone Replacement Therapy and Breast Cancer?", en *Journal of Women's Health & Gender-Based Medicine*, Vol. 10, N° 6, P. 571-577.

WILKES, Lesley; WITHNALL, Janice; HARRIS, Rebecca; WHITE, Kate; BEALE, Barbara; HOBSON, Jane; DURHAM, Marsha; KRISTJANSON, Linda (2001) "Stories about breast cancer in Australian women's magazines: information sources for risk, early detection and treatment", en *European Journal of Oncology Nursing*, Vol. 5, N° 2, P. 80-88.

WILKIE, T. (1997) “Fuentes de información científica: ¿en quién podemos confiar?”, en FUNDACIÓN DR. ANTONIO ESTEVE, Medicina y medios de comunicación. Traducción al español de una serie publicada en la revista The Lancet, Colección Monografías Dr. Antonio Esteve, N° 21, Barcelona: Ediciones Doyma.

WIMMER, Roger; DOMINICK, Joseph (2001) Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación, México, D.F.: International Thomson Editores.

YANOVITZKY, Itzhak; BLITZ, Cynthia L. (2000) “Effect of Media Coverage and Physician Advice on Utilization of Breast Cancer Screening by Women 40 Years and Older”, en *Journal of Health Communication*, Volume 5, P. 117-134.

Apéndice 1: Titulares de la muestra analizada

2006

“El portal MyNDMA archiva mamografías para la consulta médica virtual”, El País (12/01/2006)

“La incidencia del cáncer de mama sigue creciendo en España”, El País (28/02/2006)

“Un programa permite detectar más de 500 casos de cáncer de mama en 10 años“, El País (12/03/2006)

“Salut potenciará el diagnóstico precoz de cáncer y mejorará la cirugía en el de mama“, La Vanguardia (13/04/2006)

“Un fármaco contra la osteoporosis previene el cáncer de mama sin apenas efectos secundarios“, ABC (19/04/2006)

“La obesidad, relacionada con todos los tipos de cáncer de mama“, ABC (23/05/2006)

“Engordar en la edad adulta eleva el riesgo de cáncer de mama“, El País (23/05/2006)

“Primer tratamiento personalizado contra un cáncer de mama primario“, ABC (14/07/2006)

“Una nueva terapia aumenta un 30% la supervivencia en el cáncer de mama“, El Mundo (14/07/2006)

“Aprobado un fármaco que reduce un 46% las recaídas en un tipo de cáncer de mama“, El País (14/07/2006)

“Nuevo fármaco contra los tumores de mama“, El Periódico (14/07/2006)

"Hay que mantener las mamografías toda la vida", El País (15/07/2006)

“Lleida estrena la primera unidad móvil para detectar el cáncer de mama“, ABC (23/07/2006)

“Lleida estrena una unidad móvil para detectar el cáncer de mama“, El País (23/07/2006)

“Completado el primer mapa genético del cáncer de mama y colon“, ABC (08/09/2006)

“Marianne Faithfull revela que padece cáncer de mama y suspende su gira“, El Mundo (15/09/2006)

“Una nueva mutación genética duplica el riesgo de cáncer de mama“, ABC (09/10/2006)

“La densidad mamaria ayuda a predecir un posible cáncer“, El País (17/10/2006)

“El 55% de las españolas no se hacen mamografías para detectar el cáncer de mama“, ABC (19/10/2006)

“Las presentadoras de Tele 5 llevan el lazo rosa en el Día Contra el Cáncer de Mama“, El País (19/10/2006)

“Marianne Faithfull está recuperada de su cáncer de pecho“, La Vanguardia (07/11/2006)

“El consumo excesivo de carne roja eleva el riesgo de cáncer de mama“, ABC (14/11/2006)

“El consumo excesivo de carne roja duplica el riesgo de cáncer de mama“, El Mundo (15/11/2006)

“Un ingrediente de la ‘píldora del día después’ previene el cáncer de mama“, El Mundo (01/12/2006)

“Las segundas opiniones cambian la mitad de los tratamientos del cáncer de mama“, El País (05/12/2006)

“Mamografías. Empezar, ¿antes o después de cumplir los 50?“, ABC (09/12/2006)

“EE UU logra reducir el cáncer de mama tras limitar la terapia hormonal“, El País (16/12/2006)

“Baja el cáncer de mama en EEUU“, El Periódico (16/12/2006)

“El cáncer de mama registra un importante descenso por primera vez en medio siglo“, La Vanguardia (16/12/2006)

2007

“Descubierta una mutación genética que duplica la tendencia a tener cáncer de mama“, El País (02/01/2007)

“Reducir la grasa de la dieta puede prevenir la reaparición del cáncer de mama“, El País (09/01/2007)

“Nuevas armas contra el cáncer de mama“, El País (23/01/2007)

“La cantante gallega Luz Casal operada de urgencia de un cáncer de mama“, ABC (27/01/2007)

“Luz contra el cáncer de mama“, El Mundo (27/01/2007)

“Luz Casal, operada de urgencia de un cáncer de mama en Madrid“, El Periódico (27/01/2007)

“Luz Casal se recupera de una operación de cáncer de pecho“, La Vanguardia (27/01/2007)

“Identificado un gen que reduce el riesgo de tener cáncer de mama“, El País (12/02/2007)

“Una cámara permite ver un tumor de mama no palpable“, El Mundo (16/02/2007)

“Una técnica de imagen pionera ayuda a extirpar tumores de mama invisibles al ojo“, El País (20/02/2007)

“Una resonancia anual, más fiable que una mamografía para detectar el cáncer de mama“, ABC (29/03/2007)

“Massagué descubre cómo el cáncer de mama se extiende al pulmón“, El Periódico (12/04/2007)

“Los científicos loan el hallazgo de Massagué sobre el cáncer de mama“, El Periódico (13/04/2007)

“María San Gil abandona temporalmente la política a causa de un cáncer de mama“, El Mundo (19/04/2007)

“Hallan cuatro genes que aumentan el riesgo del cáncer de mama“, El Mundo (28/05/2007)

“Los científicos descubren cuatro nuevos genes del cáncer de mama“, El País (28/05/2007)

“Identificadas las alteraciones genéticas más comunes relacionadas con el cáncer de mama“, La Vanguardia (28/05/2007)

“El ejercicio regular y una dieta equilibrada reducen a la mitad las recaídas en el cáncer de mama“, El País (12/06/2007)

“La mitad de los cánceres de mama se heredan del padre“, El Periódico (21/06/2007)

“Los ensayos clínicos confirman las ventajas de Herceptin en el cáncer de mama“, El País (10/07/2007)

“Más mastectomías de las necesarias“, El País (24/07/2007)

“Polémica en EE.UU. por la venta de un test para detectar cánceres de mama y ovario“, ABC (12/09/2007)

“Las células cancerosas en la sangre, predictoras del riesgo de recaída en el cáncer de mama“, ABC (25/09/2007)

“Investigan un 'test' para predecir el riesgo de recaída en el cáncer de mama“, El País (25/09/2007)

“Tres copas de alcohol al día elevan un 30% el riesgo de cáncer de mama“, La Vanguardia (28/09/2007)

“Un tipo de células madre extiende el cáncer de mama“, El País (04/10/2007)

“El Parlament dedica una jornada al cáncer de mama en Cataluña“, ABC (16/10/2007)

“El cáncer de mama crece un 2,2% entre las catalanas en 2006“, El Mundo (16/10/2007)

“Las muertes por cáncer de mama bajan el 1,5% anual desde 1985“, El País (16/10/2007)

“El cáncer de mama aumenta pero las muertes bajan un 1.5% al año“, La Vanguardia (16/10/2007)

“Cada 35 segundos se detecta un cáncer de mama en España“, El Mundo (19/10/2007)

“Detectats el 2006 4.000 càncers de mama a Catalunya“, El Periódico (19/10/2007)

“Terapia musical contra el cáncer de mama“, El Mundo (29/10/2007)

“Un test en sangre podría detectar el cáncer de mama cuando es invisible“, ABC (15/12/2007)

“Luz Casal abre en enero su primera gira tras superar un cáncer de mama“, El Mundo (19/12/2007)

“Un estudio europeo probará células madre de la grasa en la reconstrucción mamaria“, ABC (27/12/2007)

2008

“Joan Massagué identifica moléculas que frenan la metástasis del cáncer de mama“, ABC (10/01/2008)

“Massagué logra bloquear la metástasis del cáncer de mama en tejidos humanos“, El Mundo (10/01/2008)

“Halladas las moléculas que evitan la metástasis del cáncer de mama“, El Periódico (10/01/2008)

“El metro de Madrid veta a una taquillera que sufrió cáncer de mama“, El Periódico (12/01/2008)

“Una mujer recibe 55.000 euros tras un mal diagnóstico de cáncer de mama“, El Mundo (21/02/2008)

“Abogan por el seguimiento del cáncer de mama en los ambulatorios“, El Mundo (23/02/2008)

“La mamografía digital mejora la supervivencia en cáncer de mama“, El País (04/03/2008)

“Descubren un gen que desencadena la metástasis del cáncer de mama“, El Mundo (13/03/2008)

“Un gen 'mafioso' controla al menos otros 1.000 genes en el cáncer de mama“, El País (13/03/2008)

“Hallado un gen clave en el cáncer de mama“, La Vanguardia (13/03/2008)

“Hallado el proceso que causa las metástasis del cáncer de mama“, El Periódico (04/04/2008)

“Joan Massagué estrecha el cerco a las metástasis del cáncer de mama“, La Vanguardia (04/04/2008)

“La Reina inaugura el centro integral de cáncer de mama del Hospital Vall d'Hebron“, ABC (01/05/2008)

“Donan 5 millones de euros para crear un centro contra el cáncer de mama“, El Mundo (01/05/2008)

“Vall d'Hebron abre un centro de élite para combatir el cáncer de mama“, El País (01/05/2008)

“Vall d'Hebron estrena un centro de referencia en cáncer de mama“, La Vanguardia (01/05/2008)

“Creix la demanda de cirurgia per augmentar els glutis i les mames“, El Periódico (07/05/2008)

“El ejercicio baja el 25% el riesgo de cáncer de mama“, El País (16/05/2008)

“Excel, un tratamiento preventivo contra el cáncer de mama“, ABC (14/06/2008)

“Reconstruyen pechos afectados por cáncer con tejido graso de la paciente“, El Mundo (17/06/2008)

“Células para regenerar el pecho“, El País (17/06/2008)

“Una nova tècnica reomple pits extirpats amb greix del maluc“, El Periódico (17/06/2008)

“Un bebé británico nacerá libre del riesgo de cáncer de mama“, La Vanguardia (30/06/2008)

“Reconstruyen la mama de una enferma de cáncer con tejido de su propio muslo“, El Mundo (24/07/2008)

“Una mama reconstruida con tejido del muslo propio“, El País (24/07/2008)

“La metástasis del cáncer de mama se produce en una fase temprana“, ABC (29/08/2008)

“Una nueva técnica para buscar el cáncer de mama más oculto“, ABC (05/09/2008)

Identifican alteraciones genéticas que comparten el cáncer de mama y el de colon“, ABC (14/10/2008)

“El cáncer de mama une a las famosas“, El Periódico (19/10/2008)

“El cáncer de mama me obligó a cambiar, confiesa Anastacia“, El Mundo (21/10/2008)

“Un español revela las claves del principal fármaco para el tumor de mama“, El Periódico (13/11/2008)

“Reconstruyen las mamas de cinco mujeres con células madre de su grasa“, ABC (25/11/2008)

“Reconstruyen mamas de cinco enfermas de cáncer con células madre de la grasa“, El Mundo (25/11/2008)

“Curaciones espontáneas de cáncer de mama que no son un milagro“, ABC (28/11/2008)

“El aceite de oliva virgen extra puede frenar la expansión del cáncer de mama“, El Mundo (18/12/2008)

2009

“Nace en Londres una niña sin el gen del cáncer de mama“, ABC (10/01/2009)

“Un test predice las opciones de éxito en el cáncer de mama“, ABC (02/02/2009)

“El diagnóstico de cáncer de mama se reduce a menos de una semana“, La Vanguardia (23/03/2009)

“Hallan dos nuevos genes que predisponen al cáncer de mama“, ABC (30/03/2009)

“Selección de embriones para una joven con seis cánceres de mama en la familia“, La Vanguardia (23/04/2009)

“Hallan la ‘llave genética’ que facilita la extensión del cáncer de mama al cerebro“, ABC (07/05/2009)

“Metástasis del cáncer de mama: cómo se regula el paso al cerebro“, El Mundo (07/05/2009)

“El cáncer de mama emplea tres genes para extenderse al cerebro“, El Periódico (07/05/2009)

“Más de 50 nuevos fármacos se ensayan contra el cáncer de mama“, La Vanguardia (29/05/2009)

“Una de cada tres operaciones por cáncer de mama es innecesaria“, El País (11/07/2009)

“Descubren nuevas claves para desactivar la metástasis en el cáncer de mama“, ABC (15/07/2009)

“Massagué descubre un talón de Aquiles del cáncer de mama“, La Vanguardia (18/07/2009)

“La braquiterapia reduce el tratamiento de cáncer de mama a sólo una semana“, ABC (23/07/2009)

“Una nueva técnica reduce a cinco días la radioterapia del cáncer de mama“, La Vanguardia (23/07/2009)

“La Generalitat estudia ahora reducir a los 45 años la edad de la primera mamografía“, ABC (17/08/2009)

“Mamografías mitificadas“, El País (13/10/2009)

“Una de cada tres mujeres con riesgo de cáncer no se hace mamografías“, ABC (16/10/2009)

“La Generalitat se verá obligada a rebajar la edad de la primera mamografía“, ABC (19/10/2009)

“La mamografía debe ser una prueba rutinaria desde los 50 años“, El Mundo (19/10/2009)

“Los tumores de pecho se curan más, pero también se multiplican“, El Periódico (20/10/2009)

“Alianza contra el cáncer de mama“, La Vanguardia (20/10/2009)

“El dilema de las mamografías“, ABC (18/11/2009)

“Tomar tres copas a la semana eleva el riesgo de cáncer de mama“, ABC (11/12/2009)

“Massagué halla una proteína ligada al cáncer de mama“, El Periódico (22/12/2009)

“Massagué abre una vía para atajar las metástasis óseas del cáncer de mama“, La Vanguardia (22/12/2009)

2010

“Europa elige a Vall d'Hebron para estudiar el cáncer de mama“, La Vanguardia (04/01/2010)

“La UAB estudiará los efectos del aceite de oliva para prevenir el cáncer de mama“, ABC (12/01/2010)

“Un español crea un sistema de citas para mamografías en Massachussets“, El País (28/01/2010)

“El estilo de vida influye en el cáncer de mama“, El Mundo (21/02/2010)

“Cinco años para que me reconstruyan la mama“, La Vanguardia (06/03/2010)

“El cáncer de mama no es obstáculo para seguir un embarazo“, La Vanguardia (25/03/2010)

“Prolongar la lactancia eleva el riesgo de cáncer de mama“, ABC (27/03/2010)

“La ex tenista Martina Navratilova padece cáncer de mama“, El País (08/04/2010)

“Navratilova ‘juega’ a tope contra un cáncer de mama“, La Vanguardia (08/04/2010)

“Un cómic narra el trance de superar un cáncer de mama“, El Periódico (28/04/2010)

"Brócoli y coliflor inhiben el cáncer de próstata y de mama", ABC (06/05/2010)

“Luz Casal padece otra vez cáncer de mama“, El Periódico (18/05/2010)

“Luz Casal vuelve a sufrir cáncer de mama“, La Vanguardia (18/05/2010)

“Primeros pasos para conseguir una vacuna contra el cáncer de mama“, ABC (02/06/2010)

“Un test en sangre detecta el cáncer de mama mejor que la mamografía“, ABC (08/06/2010)

“El Vall d’Hebron abre el mayor centro contra el cáncer de mama“, El Periódico (24/06/2010)

“Amputar los pechos para prevenir tumores“, El Mundo (01/09/2010)

“Descubren una nueva vía frente al cáncer de mama“, El Mundo (05/10/2010)

“Reconstruir el pecho para ganar autoestima“, El Mundo (17/10/2010)

"No aplacé mi vida, viví mi cáncer de mama día a día", La Vanguardia (19/10/2010)

“El dilema de la mamografía“, ABC (20/10/2010)

“Primera reconstrucción total de mama con células madre“, ABC (20/10/2010)

“Científicos catalanes investigan cómo combatir el cáncer de mama más agresivo“, ABC (22/12/2010)

Apéndice 2: Libro de códigos del análisis de contenido

El libro de códigos está formado por 16 variables cuantitativas, descritas a continuación:

0. Identificación

A cada uno de los 148 textos seleccionados para el análisis será atribuido un número que pasará a identificarlo dentro de la muestra.

1. Periódico

Nombre del diario en que se ha publicado la pieza informativa: ABC, El País, El Mundo, La Vanguardia y El Periódico de Catalunya.

2. Año de publicación

Año en que la pieza ha sido publicada: 2006, 2007, 2008, 2009 o 2010.

3. Día de la semana

Día de la semana en que la pieza ha sido publicada.

4. Mes

Mes en que la pieza ha sido publicada.

5. Firma

Información sobre quien firma la pieza informativa. Esta variable esta dividida en cuatro categorías: Periodista (cuando el autor firma con su nombre o sus iniciales), Periódico (cuando la firma corresponde al nombre del diario, de un suplemento, o al genérico “Redacción”), Agencia (cuando aparece el nombre de una agencia de noticias, sus iniciales o simplemente el genérico “agencias”) y No Aparece.

6. Localización

Clasificación de la ciudad desde donde la información es transmitida: Barcelona, Madrid u otras.

7. Sección

El tipo de sección del periódico en que se publica la pieza informativa. Vale destacar que será el “tipo” y no el “nombre” exacto, puesto que diferentes periódicos nombran de diferentes formas sus secciones. La sección “Sociedad”, por ejemplo, se llama “Tendencias” en *La Vanguardia* y “Cosas de la vida” en *El Periódico de Catalunya*. La sección será clasificada según estas cinco categorías: Cataluña, Ciencia, Gente, Sociedad u Otra.

8. Subsección

Informar si la pieza informativa analizada está acompañada de una epígrafe (enunciado corto que precede el título y hace alusión al tema del texto) o cintillo (enunciado corto que agrupa varios textos de una misma página).

9. Tamaño

La extensión de la pieza analizada en la página del diario. La clasificación va del 1 al 6, de acuerdo con el espacio ocupado: (1) corresponde a valores entre 1% y 24% de la página; (2) corresponde a valores entre 25% y 49% de la página; (3) corresponde a valores entre 50% y 74% de la página; (4) corresponde a valores entre 75% y 99% de la página; (5) corresponde a 100% de la página y (6) corresponde a aquellas piezas informativas que ocupan más de 1 página. En este cálculo consideramos el tamaño total de la pieza (con sus fotos, infografías, textos de apoyo, etc.) en relación al tamaño total de la página (incluidos los anuncios de publicidad)

10. Ubicación en la página

Ubicación de la pieza informativa en la página del periódico. Se considerará el cuadrante de publicación de la pieza. En el caso de piezas que ocupen un espacio intermedio entre cuadrantes, la ubicación del título determinará su clasificación. Y cuando una pieza ocupe más de una página, se considerará su posición en la primera de ellas. Las piezas serán clasificadas según una de las seis categorías que se pueden ver en el esquema a continuación.

superior izquierdo (1)	superior derecho (2)
inferior izquierdo (3)	inferior derecho (4)

superior central (5)
inferior central (6)

12. Complemento

Si la pieza informativa principal aparece acompañada de algún complemento, como fotos, infografías u otras piezas de apoyo.

13. Género informativo

Género informativo de la pieza informativa: noticia (narración exclusivamente informativa), reportaje (narración que mezcle elementos informativos y literarios) o entrevista (texto presentado normalmente en el formato de preguntas y respuestas, pero que también puede aparecer como una narración en que se van incluyendo, entrecorilladas, las repuestas del entrevistado).

14. Tema

El tema principal de la pieza informativa, seleccionado a partir de nueve categorías predeterminadas: Diagnóstico, Epidemiología, Metástasis, Paciente, Prevención, Tratamiento, Reconstrucción, Riesgo y Otro. La clasificación del tema principal será determinada por el énfasis del título de cada pieza. En los casos en que haya alguna duda en relación a la clasificación con base en el título, se recurrirá a la información del primer párrafo.

15. Fuente

La fuente de la pieza informativa. La clasificaremos de acuerdo con las siguientes categorías: Comunicado de Prensa, Directa, Informe, Mixta, Otra y No aparece. Cuando se trate de una noticia sobre un estudio publicado en una revista científica, la fuente será "Informe". Siempre que la pieza explicita que se ha entrevistado a alguien la fuente será "Directa". La categoría "No aparece" será utilizada en aquellas piezas en que el periodista no explicita su fuente de información.

16. Localización de la noticia

El lugar/sitio donde se ha producido el hecho noticioso. Puede coincidir o no con el sitio desde donde se escribe la noticia. Un periodista puede escribir desde Barcelona sobre un estudio realizado por un equipo del *Memorial Sloan-Kettering* de Nueva York y publicado en la revista *Nature*. En este caso, la localización de la noticia es “Estados Unidos”, es decir, el hecho noticioso está allí. Ya en el caso de que un estudio noruego haya sido presentado en un congreso internacional realizado en Barcelona, aunque el equipo sea europeo, se considerará que la noticia se ha producido en Barcelona, porque deriva de la realización de este evento. La clasificación será realizada teniendo como base las siguientes categorías: Cataluña, España, Europa, Estados Unidos, Otros y No indica.

Apéndice 3: Ficha de análisis de contenido

La muestra deberá ser clasificada según las variables y categorías descritas a continuación.

0. Identificación

_____.

1. Periódico

- 1.1. ABC
- 1.2. El País
- 1.3. El Mundo
- 1.4. La Vanguardia
- 1.5. El Periódico de Catalunya.

2. Año de publicación

- 2.1. 2006
- 2.2. 2007
- 2.3. 2008
- 2.4. 2009
- 2.5. 2010

3. Día de la semana

- 3.1. Lunes
- 3.2. Martes
- 3.3. Miércoles
- 3.4. Jueves
- 3.5. Viernes
- 3.6. Sábado
- 3.7. Domingo

4. Mes de publicación

- 4.1. Enero
- 4.2. Febrero
- 4.3. Marzo
- 4.4. Abril
- 4.5. Mayo
- 4.6. Junio
- 4.7. Julio
- 4.8. Agosto
- 4.9. Septiembre
- 4.10. Octubre
- 4.11. Noviembre
- 4.12. Diciembre

5. Firma

- 5.1. Periodista
- 5.2. Periódico
- 5.3. Agencia
- 5.4. No aparece

6. Localización

- 6.1. Barcelona
- 6.2. Madrid
- 6.3. Otra

7. Sección

- 7.1. Cataluña
- 7.2. Ciencia
- 7.3. Gente
- 7.4. Sociedad
- 7.5. Otra

8. Subsección

- 8.1. Sí
- 8.2. No

9. Portada

- 9.1. Sí
- 9.2. No

10. N° páginas

- 10.1. Una
- 10.2. Dos

11. Tamaño

- 11.1. (1) Entre 1 y 24% de la página
- 11.2. (2) Entre 25% y 49% de la página
- 11.3. (3) Entre 50% y 74% de la página
- 11.4. (4) Entre 75% y 99% de la página
- 11.5. (5) 100% de la página
- 11.6. (6) Piezas informativas que ocupan más de una página

12. Ubicación en la página

- 12.1. (1) Superior izquierdo
- 12.2. (2) Superior derecho
- 12.3. (3) Inferior izquierdo
- 12.4. (4) Inferior derecho
- 12.5. (5) Superior central
- 12.6. (6) Inferior central

13. Complemento

- 13.1. Sí
- 13.2. No

14. Género

- 14.1. Noticia
- 14.2. Reportaje
- 14.3. Entrevista

15. Tema

- 15.1. Diagnóstico
- 15.2. Epidemiología
- 15.3. Metástasis
- 15.4. Paciente
- 15.5. Prevención
- 15.6. Tratamiento
- 15.7. Reconstrucción
- 15.8. Riesgo
- 15.9. Otro

16. Fuente

- 16.1. Comunicado de prensa
- 16.2. Directa
- 16.3. Informe
- 16.4. Otra
- 16.5. No aparece

17. Localización de la noticia

- 17.1. Cataluña
- 17.2. Resto de España
- 17.3. Europa
- 17.4. Estados Unidos
- 17.5. Otros
- 17.6. No indica

Apéndice 4: Textos sobre un mismo tema publicados en un mismo día

A

N	Diario	Fecha	Título	Tema	Cuadrante	Sección	Tamaño
2	ABC	23/05/2006	La obesidad, relacionada con todos los tipos de cáncer de mama	Riesgo	1	Sociedad	1
47	El País	23/05/2006	Engordar en la edad adulta eleva el riesgo de cáncer de mama	Riesgo	6	Sociedad	1

B

N	Diario	Fecha	Título	Tema	Cuadrante	Sección	Tamaño
3	ABC	14/07/2006	Primer tratamiento personalizado contra un cáncer de mama primario	Tratamiento	5	Sociedad	1
48	El País	14/07/2006	Aprobado un fármaco que reduce un 46% las recaídas en un tipo de cáncer de mama	Tratamiento	1	Sociedad	1
77	El Mundo	14/07/2006	Una nueva terapia aumenta un 30% la supervivencia en el cáncer de mama	Tratamiento	1	Ciencia	4
129	El Periódico	14/07/2006	Nuevo fármaco contra los tumores de mama	Tratamiento	9	Sociedad	1

C

N	Diario	Fecha	Título	Tema	Cuadrante	Sección	Tamaño
4	ABC	23/07/2006	Lleida estrena la primera unidad móvil para detectar el cáncer de mama	Diagnóstico	1	Cataluña	1
50	El País	23/07/2006	Lleida estrena una unidad móvil para detectar el cáncer de mama	Diagnóstico	4	Cataluña	1

D

N	Diario	Fecha	Título	Tema	Cuadrante	Sección	Tamaño
8	ABC	14/11/2006	El consumo excesivo de carne roja eleva el riesgo de cáncer de mama	Riesgo	7	Ciencia	1
79	El Mundo	15/11/2006	El consumo excesivo de carne roja duplica el riesgo de cáncer de mama	Riesgo	1	Ciencia	4

E

N	Diario	Fecha	Título	Tema	Cuadrante	Sección	Tamaño
54	El País	16/12/2006	EEUU logra reducir el cáncer de mama tras limitar la terapia hormonal	Epidemiología	5	Sociedad	1
107	La Vanguardia	16/12/2006	El cáncer de mama registra un importante descenso por primera vez en medio siglo	Epidemiología	9	Sociedad	2
130	El Periódico	16/12/2006	Baja el cáncer de mama en EEUU	Epidemiología	10	Sociedad	1

F

N	Diario	Fecha	Título	Tema	Cuadrante	Sección	Tamaño
10	ABC	27/01/2007	La cantante gallega Luz Casal operada de urgencia de un cáncer de mama	Paciente	6	Gente	1
81	El Mundo	27/01/2007	Luz contra el cáncer de mama	Paciente	6	Otra	2
108	La Vanguardia	27/01/2007	Luz Casal se recupera de una operación de cáncer de pecho	Paciente	5	Gente	2
131	El Periódico	27/01/2007	Luz Casal, operada de urgencia de un cáncer de mama en Madrid	Paciente	1	Gente	3

G

N	Diario	Fecha	Título	Tema	Cuadrante	Sección	Tamaño
59	El País	20/2/2007	Una técnica de imagen pionera ayuda a extirpar tumores de mama invisibles al ojo	Tratamiento	5	Sociedad	3
82	El Mundo	16/02/2007	Una cámara permite ver un tumor de mama no palpable	Tratamiento	2	Ciencia	1

H

N	Diario	Fecha	Título	Tema	Cuadrante	Sección	Tamaño
60	El País	28/05/2007	Los científicos descubre cuatro nuevos genes del cáncer de mama	Riesgo	1	Sociedad	1
84	El Mundo	28/05/2007	Hallan cuatro genes que aumentan el riesgo del cáncer de mama	Riesgo	9	Ciencia	2
109	La Vanguardia	28/05/2007	Identificadas las alteraciones genéticas más comunes relacionadas con el cáncer de mama	Riesgo	9	Sociedad	3

I

N	Diario	Fecha	Título	Tema	Cuadrante	Sección	Tamaño
13	ABC	25/09/2007	Las células cancerosas en la sangre, predoctoras del riesgo de recaída en el cáncer de mama	Riesgo	1	Cataluña	1
64	El País	25/09/2007	Investigan un 'test' para predecir el riesgo de recaída en el cáncer de mama	Riesgo	1	Sociedad	3

J

N	Diario	Fecha	Título	Tema	Cuadrante	Sección	Tamaño
66	El País	16/10/2007	Las muertes por cáncer de mama bajan el 1,5% anual desde 1985	Epidemiología	2	Cataluña	3
85	El Mundo	16/10/2007	El cáncer de mama crece un 2,2% entre las catalanas en 2006	Epidemiología	1	Cataluña	2
111	La Vanguardia	16/10/2007	El cáncer de mama aumenta ero las muertes bajan un 1,5% al año	Epidemiología	9	Sociedad	2

K

N	Diario	Fecha	Título	Tema	Cuadrante	Sección	Tamaño
86	El Mundo	19/10/2007	Cada 35 segundos se detecta un cáncer de mama en España	Otros	1	Ciencia	2
135	El Periódico	19/10/2007	Detectats el 2006 4.000 càncers de mama a Catalunya	Epidemiologia	1	Sociedad	2

L

N	Diario	Fecha	Título	Tema	Cuadrante	Sección	Tamaño
17	ABC	10/01/2008	Joan Massagué identifica moléculas que frenan la metástasis del cáncer de mama	Metástasis	9	Ciencia	6
89	El Mundo	10/01/2008	Massagué logra bloquear la metástasis del cáncer de mama en tejidos humanos	Metástasis	1	Ciencia	5
136	El Periódico	10/01/2008	Halladas las moléculas que evitan la metástasis del cáncer de mama	Metástasis	5	Sociedad	2

M

N	Diario	Fecha	Título	Tema	Cuadrante	Sección	Tamaño
68	El País	13/03/2008	Un gen 'mafioso' controla al menos otros 1.000 genes en el cáncer de mama	Metástasis	4	Sociedad	2
92	El Mundo	13/03/2008	Descubren un gen que desencadena la metástasis del cáncer de mama	Metástasis	1	Ciencia	4
112	La Vanguardia	13/03/2008	Hallado un gen clave en el cáncer de mama	Metástasis	3	Sociedad	1

N

N	Diario	Fecha	Título	Tema	Cuadrante	Sección	Tamaño
113	La Vanguardia	04/04/2008	Joan Massagué estrecha el cerco a las metástasis del cáncer de mama	Metástasis	9	Sociedad	4
138	El Periódico	04/04/2008	Hallado el proceso que causa las metástasis del cáncer de mama	Metástasis	5	Sociedad	3

O

N	Diario	Fecha	Título	Tema	Cuadrante	Sección	Tamaño
18	ABC	01/05/2008	La Reina inaugura el centro integral de cáncer de mama del Hospital Vall d'Hebron	Otro	1	Cataluña	3
69	El País	01/05/2008	Vall d'Hebron abre un centro de élite para combatir el cáncer de mama	Otro	9	Cataluña	3
93	El Mundo	01/05/2008	Donan 5 millones de euros para crear un centro contra el cáncer de mama	Otro	4	Ciencia	1
114	La Vanguardia	01/05/2008	Vall d'Hebron estrena un centro de referencia en cáncer de mama	Otro	9	Sociedad	5

P

N	Diario	Fecha	Título	Tema	Cuadrante	Sección	Tamaño
71	El País	17/06/2008	Células para regenerar el pecho	Reconstrucción	5	Sociedad	3
94	El Mundo	17/06/2008	Reconstruyen pechos afectados por cáncer con tejido graso de la paciente	Reconstrucción	5	Ciencia	4
140	El Periódico	17/06/2008	Una nova tècnica reomple pits extirpats amb greix del maluc	Reconstrucción	5	Sociedad	3

Q

N	Diario	Fecha	Título	Tema	Cuadrante	Sección	Tamaño
72	El País	24/07/2008	Una mama reconstruida con tejido del muslo propio	Reconstrucción	5	Sociedad	2
95	El Mundo	24/07/2008	Reconstruyen la mama de una enferma de cáncer con tejido de su propio muslo	Reconstrucción	5	Ciencia	3

R

N	Diario	Fecha	Título	Tema	Cuadrante	Sección	Tamaño
23	ABC	25/11/2008	Reconstruyen las mamas de cinco mujeres con células madre de su grasa	Reconstrucción	2	Sociedad	4
97	El Mundo	25/11/2008	Reconstruyen mamas de cinco enfermas de cáncer con células madre de la grasa	Reconstrucción	1	Ciencia	4

S

N	Diario	Fecha	Título	Tema	Cuadrante	Sección	Tamaño
28	ABC	07/05/2009	Hallan la "llave genética" que facilita la extensión del cáncer de mama al cerebro	Metástasis	9	Sociedad	2
99	El Mundo	07/05/2009	Metástasis del cáncer de mama: cómo se regula el paso al cerebro	Metástasis	1	Otra	2
143	El Periódico	07/05/2009	El cáncer de mama emplea tres genes para extenderse al cerebro	Metástasis	9		2

T

N	Diario	Fecha	Título	Tema	Cuadrante	Sección	Tamaño
30	ABC	23/07/2009	La braquiterapia reduce el tratamiento de cáncer de mama a sólo una semana	Tratamiento	1	Cataluña	3
120	La Vanguardia	23/07/2009	Una nueva técnica reduce a cinco días la radioterapia del cáncer de mama	Tratamiento	1	Sociedad	1

U

N	Diario	Fecha	Título	Tema	Cuadrante	Sección	Tamaño
33	ABC	19/10/2009	"La Generalitat se verá obligada a rebajar la edad de la primera mamografía"	Diagnóstico	9	Cataluña	5
100	El Mundo	19/10/2009	"La mamografía debe ser una prueba rutinaria desde los 50 años"	Diagnóstico	1	Ciencia	4

V

N	Diario	Fecha	Título	Tema	Cuadrante	Sección	Tamaño
122	La Vanguardia	22/12/2009	Massagué abre una vía para atajar las metástasis óseas del cáncer de mama	Metástasis	9	Sociedad	3
145	El Periódico	22/12/2009	Massagué halla una proteína ligada al cáncer de mama	Metástasis	5	Sociedad	2

W

N	Diario	Fecha	Título	Tema	Cuadrante	Sección	Tamaño
76	El País	08/04/2010	La ex tenista Martina Navratilova padece cáncer de mama	Paciente	4	Gente	1
126	La Vanguardia	08/04/2010	Navratilova "juega" a tope contra un cáncer de mama	Paciente	9	Otra	2

X

N	Diario	Fecha	Título	Tema	Cuadrante	Sección	Tamaño
127	La Vanguardia	18/05/2010	Luz Casal vuelve a sufrir cáncer de mama	Paciente	1	Gente	2
147	El Periódico	18/05/2010	Luz Casal padece otra vez cáncer de mama	Paciente	5	Gente	2