

ENTRE L'ESTIGMA I LA FRIVOLITAT

EL DIA MUNDIAL DEL CÀNCER EN LA PREMSA ESPANYOLA

LUCÍA SAPIÑA I MARTÍ DOMÍNGUEZ

El càncer és un tema d'interès destacat per a la ciutadania. Els mitjans de comunicació, en tant que reflex i alhora agent conformador de valors socials, transmeten una visió de la malaltia que no sempre és la més acurada i aclaridora. En aquest article s'analitza la repercussió mediàtica del Dia Mundial del Càncer durant la darrera dècada als quatre diaris d'informació general amb major difusió a Espanya. L'objectiu és estudiar de quina manera es fa ús de l'efemèride per a oferir informació relativa a la malaltia i si el tractament informatiu és precís i rigorós o cau en l'estereotip i el sensacionalisme.

Paraules clau: càncer, tractament informatiu, Dia Mundial del Càncer, malaltia, sensacionalisme.

En les darreres dècades la informació dedicada a temes de salut en premsa ha augmentat considerablement. La difusió de les noves tecnologies i la inclusió de seccions dedicades a ciència i salut ha permès incrementar les notícies relacionades. En aquest context, les malalties més mediàtiques –com ara el càncer– van constituir el segon tema d'interès per a la premsa diària entre el 1997 i el 2006 (Revuelta i De Semir, 2008).

Però, tot i aquesta presència continuada de la malaltia als mitjans, es pot considerar que la informació que s'ofereix a la ciutadania és suficient i rigorosa? Aquest article se centra en l'estudi del Dia Mundial del Càncer en la premsa espanyola per determinar quines són les principals tendències que s'hi poden constatar.

Des de l'any 2005, el càncer és a Espanya la primera causa de mort en els homes i la segona en les dones (Cabanes *et al.*, 2009). Per tipus, el que provoca major mortalitat entre els homes és el de pulmó i entre les dones, el de mama. A pesar d'aquestes dades, la supervivència global ha millorat notablement dels anys noranta ençà, de manera que cada vegada és més habitual trobar grups de població que han superat algun càncer i que reclamen una visió de la malaltia més normalitzada. Tot i això, la malaltia encara s'identifica amb massa freqüència amb una mena de sentència de mort, fet que dificulta que les persones afectades puguin dur una vida

plenament integrada. Per què és tan complicat canviar aquesta visió? I quin paper representen els mitjans de comunicació en la construcció social de la malaltia?

■ DIA MUNDIAL DEL CÀNCER

La commemoració del Dia Mundial del Càncer té un origen recent, concretament en la Carta de París (declaració amb els objectius per a la lluita contra el càncer en el nou mil·lenni) signada el 4 de febrer de 2000 pel president francès, en aquell moment Jacques Chirac, i pel director de la UNESCO, Koichiro Matsuura. L'últim punt de la Carta animava a instaurar el dia 4 de febrer com el Dia Mundial del Càncer.

Sens dubte, el reconeixement d'una data de caire internacional dedicada a la malaltia anima els mitjans de comunicació a fer-se'n ressò. Entrar a formar part d'aquests continguts en què els mitjans posen l'accent és molt

desitjable si es vol influir en l'opinió pública, perquè s'estableix una relació directa entre allò que els mitjans destaquen i el que la ciutadania considera important (McCombs, 2006).

A pesar de l'auge dels nous canals, la premsa continua sent un mitjà de referència, tant per a la ciutadania com per a la resta de mitjans de comunicació, que sovint actuen com a caixes de ressonància d'allò que els

**«LA PARAULA 'CÀNCER'
ESTÀ TAN CARREGADA DE
CONNOTACIONS NEGATIVES
QUE DURANT ANYS HAN
EVITAT MENCIONAR-LA
MALALTS, METGES, MITJANS
DE COMUNICACIÓ
I SOCIETAT EN GENERAL»**

diaris publiquen. Per això, l'anàlisi del Dia Mundial del Càncer s'ha centrat en els quatre diaris d'informació general amb major difusió estatal, *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* i *Abc*¹, durant la darrera dècada (2002-2012), per tal de veure de quina manera informen de la malaltia i si el tractament que en fan és precís i rigorós o cau sovint en l'estereotip i el sensacionalisme.

En la recerca s'hi han inclòs les informacions sobre el càncer aparegudes el dia 4 de febrer, així com aquelles que feien referència concreta al Dia Mundial del Càncer publicades tant el dia d'abans com el posterior.

La primera al·lusió durant aquesta dècada al Dia Mundial del Càncer es troba l'any 2004 al text d'una notícia a *El Mundo* (5/2/2004). Durant els anys següents apareixen notícies al voltant del 4 de febrer de manera esporàdica. L'any 2008 hi ha un increment de la informació arran del fitxatge de l'investigador Erwin Wagner per part del Centre Nacional d'Investigacions Oncològiques, CNIO, entitat que aprofita la jornada per

«EN LA PREMSA, PERÒ TAMBÉ EN LA PARLA HABITUAL, ES TROBA UNA FORMA D'APROXIMACIÓ AL CÀNCER: AQUELLA QUE EMPRA UNA CLARA ANALOGIA AMB LA GUERRA O AMB IMATGES BEL·LICISTES»

fer la presentació del científic en societat. L'any 2011 i 2012 sembla que la data s'ha consolidat com a tema en l'agenda dels mitjans, malgrat que –com es veurà– el tractament experimenta un canvi en alguns diaris: d'un caire informatiu a una tendència més mercantilista.

■ METÀFORES I ALTRES TROPS

La paraula *càncer* està tan carregada de connotacions negatives que durant anys han evitat mencionar-la malalts, metges, mitjans de comunicació i societat en general (en aquest sentit, és freqüent substituir-la per l'eufemisme «una llarga malaltia»). Tot i que les coses han començat a canviar, encara és una paraula associada a tractaments molt durs, deteriorament físic i també a mort. Això fa que el càncer siga un concepte temut, estrany i aïllador, un candidat ideal per a l'estigmatització.

El sociòleg Ervin Goffman afirmava que l'estigma es produeix quan una persona posseeix «una indesitja-

¹ Segons la tercera onada de 2012 de l'EGM (Estudi General de Mitjans).



«Europa és el càncer. L'Islam és la resposta». Cartell enarborat pels islamistes durant una manifestació a Londres el 2008 en protesta per les vinyetes de Mahoma publicades en un diari danès. Precisament aquesta utilització del mot *càncer* com a sinònim de destrucció social és la que demanen canviar diverses associacions de metges i pacients.

ble diferència que no havíem previst» (Goffman, 1993). Aquesta diferència s'imposa en la nostra atenció i anul·la la resta d'atributs que podríem trobar-hi. Llavors només veiem una part de la persona (en aquest cas, la malaltia) com el tot, com la seua identitat global.

En la premsa, però també en la parla habitual, es troba una altra forma d'aproximació al càncer: aquella que emprava una clara analogia amb la guerra o amb imatges bel·licistes. En les notícies revisades s'observen diversos conceptes que formen part d'aquest camp semàntic: *lluita*, *avanç*, *batalla*, *estratègia*, *armes principals*, *atacar*, *amença* o *envair* són un bon exemple d'aquests paral·lelismes militars que s'estableixen entre la malaltia i la cura.

L'escriptora Susan Sontag explicava, al seu llibre *La malaltia i les seues metàfores*, que aquesta «mili-

El 10 % del millar de plantes al·lòctones que existien en Espanya ha conseguit adaptar-se

La aplicació de una sola injecció es capaç de frenar un càncer de pell

El Hospital Universitario Virgen Macarena investiga la aplicació de **nous tractaments** per frenar la expansió tumoral cancerígena del **melanoma**

PAOLO GEMIA

SEVILLA. Un hospital sevillà, el Virgen Macarena està investigant nous tractaments per frenar la expansió tumoral cancerígena. El centre sevillà és el únic en Andalusia, capaç de frenar la expansió del melanoma mitjançant una sola injecció de quimioteràpia que resulta efectiva fins a un 90% de les pacients. Este tipus de procediment, suposa una alternativa radicalment beneficiosa, frente a la amputació o la radioteràpia clàssica.

La exposició solar resulta a vegades inevitable. Con la llegada de temperaturas agradables y el buen tiempo, la tendencia a realizar actividades al aire libre aumenta. Hacerte de manera irresponsable puede tener, un alto precio que no siempre es posible pagar. Sin embargo, no parecemos ser conscientes de un hecho que también se extiende de forma paralizante, la incidencia de los riesgos de las radiaciones ultravioletas en la salud de la población.

La preocupación general por cambio climático y sus consecuencias, ha puesto sobre el tapete datos que reflejan de forma alarmante, los efectos que el deterioro de la capa de ozono, ya esta produciendo sobre nuestros organismos. No es ne-

cesario precisamente, guiarse por la imaginación, sólo remitirse a los porcentajes. Para Amalia Pérez del departamento de Dermatología del hospital sevillano estos factores influyen indudablemente



Irene López-Barragan, Luis de la Cruz, Amalia Pérez y Antonio Luque

en la situación: «Está afectando. La población que sufre melanoma está cambiando. La media de edad registrada, este año es de 37 años cuando antes era de entre 40 y 50 años».

En España el número de personas afectadas por el melanoma, el tipo de cáncer cutáneo más frecuente, en los últimos seis años, ha superado el 11%. Se trata fundamentalmente, de un tumor maligno que aparece en forma de lunas en la mayoría de los pacientes y no suele llamar la atención del enfermo hasta pasado un tiempo. Los

avances científicos en este campo se suceden, a pesar de que no existen de momento, tratamientos específicos para todos los casos.

¿Que es la perfusión?

Las condiciones para poder usar esta técnica, que implica una sola inyección de quimioterapia, son que el melanoma se encuentre en un estadio avanzado, por un lado y que no afecte a una extremidad. El procedimiento conocido como «perfusión» consiste en aislar en primer lugar, la extremidad

afectada mediante una compleción similar a un torniquete reversible. Después de extraer toda la sangre del brazo o la pierna, con una máquina que actúa como un corazón artificial e incluye un intercambiador con el que se eleva la temperatura de la sangre, se introduce la dosis de quimio (hasta diez veces mayor que una convencional) que actúa finalmente sobre el tumor.

La quimioterapia tradicional, a la que se recurría antes de que el hospital integrase este tratamiento en 2006, se presentaba como una opción poco eficiente para casos tan localizados, ya que, a pesar de reducir la presencia de células cancerígenas, una vez en la sangre, afectaba tanto a la región enferma como al resto de tejidos sanos, dando lugar a efectos secundarios como la debilitación de las defensas, anemia, la elevación del riesgo de sangrado o la intoxicación del aparato digestivo.

Nuevas vacunas para prevenir

En las consultas de todo el mundo se han multiplicado los pacientes que presentan algún tipo de cáncer de piel en la última década. En países como Alemania o EEUU, los investigadores trabajan en el desarrollo de promotoras de vacunas de anticuerpos, producidos genéticamente, que impulsan con su implantación, el crecimiento de tumores malignos y ya han demostrado su efectividad como tratamiento para el cáncer de mama y colon entre otros.

Se trata de tipos de cáncer de origen viral en su mayoría, pero este tipo de estudios permitirán además, en el futuro según sus precursors diseñar planes de tratamiento más eficaces, hechos a medida, de acuerdo con el código genético de cada persona.

van demanar que la paraula *càncer* no s'emprara com a sinònim de destrucció i que la Reial Acadèmia Espanyola (RAE) eliminara del diccionari la quarta accepció, que diu: «Proliferación en el seno de un grupo social de situaciones o hechos destructivos. La droga es el cáncer de nuestra sociedad.»

La proposta va ser ràpidament contestada, de manera molt crítica, per dos columnistes. El primer article afirmava:

Fins avui el màxim que exigien era una paraula per l'altra, tipus *cec* per *invident*. Però ara pretenen una cosa una mica més sofisticada: agafar una paraula com qui agafa tel d'intestí, estovar-la i embotir-hi sang i ceba, cançó de bressol. Així els queda una botifarra de càncer, lliure de negativitat i destrucció, apta per als salons.

ARCADI ESPADA, «Amable càncer».

El Mundo, 3 de febrer de 2011.

El segon, incidia en la mateixa línia:

L'estupidesa és aspirar amb el llenguatge no ja a condicionar les construccions mentals sinó a canviar la realitat física, aquella que transcorre més enllà de les nostres teatrals representacions subjectives. Així s'arriba a la bestiesa de voler equiparar, mitjançant un colp d'estat lingüístic, el càncer amb el refredat. I aquest hàbit s'escampa, s'escampa com una metastasi, com un cruel carcinoma. Els buròcrates del llenguatge, els capitosts que pretenen regnar sobre el diccionari. Ells sí que són el càncer de la llengua.

PEDRO UGARTE, «Càncer». *El País*, 5 de febrer de 2011.

La dècada analitzada mostra que la informació predomina sobre l'opinió, fet que contribueix a dotar d'objectivitat i neutralitat el tema tractat. Només quatre dels ítems pertanyen al gènere d'opinió: els dos articles ja ressenyats (*El Mundo*, 3/2/2011 i *El País*, 5/2/2011), un editorial sobre la superació del càncer (*La Vanguardia*, 4/2/2011) i un article redactat per especialistes en oncologia (*El País*, 4/2/2012). El fet que l'únic element de controvèrsia observat als articles l'haja constituït el llenguatge usat per fer referència a la malaltia exemplifica la càrrega connotativa que socialment s'atorga

al mot *càncer*. D'altra banda, que s'aplique el mateix ús denunciat per les associacions de pacients i metges per a criticar la petició que aquests fan («Ells sí que són el càncer de la llengua»), corrobora l'arrelament que encara té la identificació entre càncer i destrucció sistemàtica: d'una societat, d'una llengua... Tanta, que alguns comunicadors es manifesten obertament contraris a abandonar-la.

Una forma de sensacionalisme és titular una notícia amb un exagerat optimisme per després matisar-la a l'interior del text. Tot això pot contribuir a generar falses expectatives i confusió entre els pacients i el públic en general.

tarització» de les malalties greus va sorgir a final del segle XIX, amb la identificació dels microorganismes com a agents causants de patologies: «Es deia que els bacteris «envaien» el cos o que «s'hi infiltraven.» Sontag, que va escriure el llibre després de ser-li diagnosticat un càncer de mama, reconeixia que allò que més li molestava era veure fins a quin punt la mateixa reputació de la malaltia augmentava el patiment dels qui la sofrien: «Les metàfores militars contribueixen a estigmatitzar algunes malalties i, per tant, els malalts.»

Així, trobem expressions com ara que el càncer «avança» o els tumors de mama són «la pitjor amenaça» per a la població femenina (*Abc*, 3/2/2009), que les institucions espanyoles estan implicades en «la lluita per combatre aquesta malaltia» (*El País*, 5/2/2008) i que apagar el cigarret no és suficient «per tal de mantenir allunyada l'amenaça» (*Abc*, 5/2/2008).

El debat sobre el llenguatge, com es veu a les informacions analitzades, encara perdura. L'any 2011, amb motiu del Dia Mundial del Càncer, diversos col·lectius

«PER UNA BANDA, CONTINUA QUALIFICANT-SE EL CÀNCER D'ENEMIC, DE BATALLA QUE CAL LLUIRAR I, PER L'ALTRA, ES MANTÉ UN CERT SENSACIONALISME. EL PERILL D'AIXÒ ÉS QUE POT PRODUIR DESINFORMACIÓ»

PERILLS DEL SENSACIONALISME

Pel que fa a les notícies analitzades, gran part d'aquestes fan referència a dades de la malaltia, exposades per diversos organismes amb motiu del Dia Mundial del Càncer. Aquesta informació de xifres i estadístiques es fa sovint feixuga i els mitjans de comunicació, en el moment de transmetre-la a la ciutadania, poden concórrer en cert sensacionalisme per tal de fer-la més atractiva. Així, es troben alguns titulars com «El càncer de pulmó mata una persona cada mitja hora» (El Mundo, 4/2/2005) o «Un de cada tres espanyols patirà un càncer durant la seua vida» (Abc, 3/2/2009). En aquesta última notícia, a més, hi ha al text expressions com «el càncer avança» o «mostra una estadística demolidora», que contribueixen a estendre la sensació d'estar davant d'un perill imminent i aterrador.

Una altra forma sensacionalista de tractar la informació és just el contrari, mostrar un optimisme exagerat que després és necessari matisar a l'interior del text, com ara en aquest titular: «L'aplicació d'una sola injecció és capaç de frenar un càncer de pell» (Abc, 4/2/2008). És el que en alguns estudis apareix com la «síndrome d'avanç» (Ransohoff, 2001), una exageració de les bondats de teràpies o assajos clínics que, en últim extrem, poden generar falses expectatives entre els pacients menys informats. En altres casos, pel contrari, un titular cridaner sense contextualitzar pot fixar en el públic la idea d'un determinisme genètic per sobre d'altres variables: «Donar a llum després dels 39 eleva el risc de càncer en les filles» (Abc, 4/2/2012).

Si mirem les fonts emprades per la major part de les notícies revisades, aquestes són fiables (investigadors, institucions mèdiques i pacients). Aleshores, com s'explica aquesta tendència al sensacionalisme? És lògic pensar que la informació original que es presenta és acurada i que el procés de distorsió es produeix després, en la redacció del mitjà. En aquest sentit, estudis com el de Brechman, Lee i Cappella (2011) assenyalen que la distorsió (en el cas de la informació genètica que ells investiguen) s'origina entre la nota de premsa i l'article en premsa. En primer lloc –expliquen– els resultats de les investigacions

«LA MERCANTILITZACIÓ DELS CONTINGUTS TAMBÉ CONTRIBUEIX A GENERAR UNA IMATGE MÉS FRÍVOLA I BANAL DE LA MALALTIA, VISTA COM A OBJECTE DE NEGOCI»

Tendencias

La vida después de un tumor

Confianza en los médicos, actitud positiva, voluntad de luchar, apoyo y hablar sin tapujos, claves para superar un

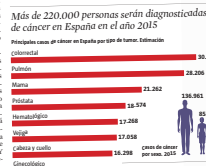
CÁNCER Cinco historias llenas de vida

CELESTE GÓMEZ

Cóncor: Horrible palabra que todos escuchamos con temor que alguna día se alzaría en nuestro cuerpo. Inconscientemente la salud y el bienestar se convierten en un desafío. Cada día nos enfrentamos a la posibilidad de la enfermedad. Pero qué, ¿qué diferencia hay por hoy, mañana en España más muertes y muertes por cáncer cardiovascular que por tumores? ¿Una enfermedad, una muerte, una vida?

no positiva. Tan positiva, que ahora tengo a mi hijo, una vida de vida plena. "Yo no he recuperado mi vida, yo he empezado una vida nueva". Así, una vida que se recupera y se vive. Así, una vida que se recupera y se vive. Así, una vida que se recupera y se vive. Así, una vida que se recupera y se vive.

Más de 220.000 personas serán diagnosticadas de cáncer en España en el año 2015. Principales causas de cáncer en España por grupo de tumores. Estimación



Además, los especialistas aseguran que cada día que pasa más personas superan un cáncer, gracias, por un lado, a los avances científicos y tecnológicos y, por otro, porque las estadísticas indican que de un mínimo indicio de que algo no funciona bien en el cuerpo, se actúa pronto. La detección precoz está permitiendo que, en muchos casos, se evite la supervivencia sea, aseguran los expertos. Y así, se evitan los tratamientos complicados por el Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Científico y Tecnológico (IMD).

«He dejado mucho atrás, he empezado una vida nueva» María José, de 39 años, recuerda el día en el que se le diagnosticó un cáncer de mama. El año que pasó en tratamiento se hizo a la idea de que no iba a tener hijos. Pero un cáncer consiguió que saliera a la calle, que no se viniera abajo. Ahora, se reconoce feliz: «Aunque me volvió una persona

buja, una mancha, un tumor pequeño, más o menos, me ha permitido ganar una vida».

«Valorar la expresión 'hasta mañana si Dios quiere'» «Asociación y todos los que siguen la enfermedad que hablan de ellos, que se expresen, que den su opinión sobre el cáncer. Es muy importante sacar al exterior lo que llevamos dentro porque te al-

«El cáncer es un tumor que se forma a partir de células que se multiplican de forma descontrolada» Pedro Pablo, de 57 años, quien ha superado un cáncer de pulmón. Este mismo concepto es el que da Enrique de Alaba, que ha superado un tumor cerebral. «Yo me centraba en hablar del cáncer. Siempre he dicho que tenía cáncer y estaba, cuando a veces me preguntaban, ¿cómo te iba? Siempre he dicho que me iba bien. Y por lo que he hecho gracias a los demás». Pedro Pablo reconoce que la gran vida que vive durante su enfermedad le ha permitido trabajar. «Pues: "¡Vive tu vida y lo que quieras!"»

«El cáncer es un tumor que se forma a partir de células que se multiplican de forma descontrolada» Pedro Pablo, de 57 años, quien ha superado un cáncer de pulmón. Este mismo concepto es el que da Enrique de Alaba, que ha superado un tumor cerebral. «Yo me centraba en hablar del cáncer. Siempre he dicho que tenía cáncer y estaba, cuando a veces me preguntaban, ¿cómo te iba? Siempre he dicho que me iba bien. Y por lo que he hecho gracias a los demás». Pedro Pablo reconoce que la gran vida que vive durante su enfermedad le ha permitido trabajar. «Pues: "¡Vive tu vida y lo que quieras!"»

«El cáncer es un tumor que se forma a partir de células que se multiplican de forma descontrolada» Pedro Pablo, de 57 años, quien ha superado un cáncer de pulmón. Este mismo concepto es el que da Enrique de Alaba, que ha superado un tumor cerebral. «Yo me centraba en hablar del cáncer. Siempre he dicho que tenía cáncer y estaba, cuando a veces me preguntaban, ¿cómo te iba? Siempre he dicho que me iba bien. Y por lo que he hecho gracias a los demás». Pedro Pablo reconoce que la gran vida que vive durante su enfermedad le ha permitido trabajar. «Pues: "¡Vive tu vida y lo que quieras!"»

LA SUPERFARMACIA Y LOS REMEDIOS SAUVAGES

Prevenção Cada año mueren en todo el mundo 7,6 millones de personas por culpa del cáncer

7,6 millones Cada año mueren en todo el mundo 7,6 millones de personas por culpa del cáncer



Recupera la vida María José, de 39 años, cancer de mama

Colo he sobrevivido José, de 57 años, superado un cáncer de pulmón

Jose María me da la vida José, de 57 años, superado un cáncer de pulmón

A les imatges es pot veure la diferència de tractament que va fer La Vanguardia amb motiu del Dia Internacional del Càncer en dos dels anys analitzats. Mentre en 2011 es va realitzar un reportatge atractiu i rigorós, l'any 2012 el diari va optar per oferir un monogràfic especial titulat «Invertir en salut» on es barrejava informació i publicitat.

científiques apareixen en revistes acadèmiques especialitzades. Aquestes revistes s'han dotat de gabinets que elaboren comunicats de premsa que transmeten els resultats als mitjans i aquests, finalment, els fan accessibles per al gran públic. Sovint, entre l'article original i la notícia que apareix finalment al diari hi ha una gran diferència. Aquestes imprecisions s'atribueixen al mateix caràcter del treball periodístic, que ha de simplificar la informació perquè pugui ser entesa per un públic ampli. Però segons aquests autors, en ocasions, és el mateix gabinet de premsa qui emet una nota de caire sensacionalista per assegurar-se una millor cobertura del tema. S'ha comprovat que la cobertura d'estudis científics en premsa generalista augmenta la probabilitat de citació dins de la comunitat científica (Phillips et al., 1991), i en alguns casos fins i tot aquesta repercussió mediàtica influeix en les línies d'investigació que lideren els estudis sobre el càncer (Smith et al., 2010). Així doncs, la relació entre la premsa i la investigació en càncer és molt més intensa i complexa del que en un principi es podria suposar.

CRISIS
El 85% de qui s'afecta per la crisi econòmica és de la vida sana, amb un 10% de malalts i 500 nous casos

Estable
El càncer causa al menys el 85% de les tumors de càncer de pulmó

AMALIA
"Jo major es coneix el càncer i "concecto" tot"

AMALIA
La història de Amalia, que en breu temps ha patit la malaltia de la memòria i la capacitat de llegir i escriure, és un exemple de com el càncer pot afectar a la vida sana, amb un 10% de malalts i 500 nous casos

AMALIA
"Jo major es coneix el càncer i "concecto" tot"

AMALIA
La història de Amalia, que en breu temps ha patit la malaltia de la memòria i la capacitat de llegir i escriure, és un exemple de com el càncer pot afectar a la vida sana, amb un 10% de malalts i 500 nous casos

AMALIA
"Jo major es coneix el càncer i "concecto" tot"

AMALIA
La història de Amalia, que en breu temps ha patit la malaltia de la memòria i la capacitat de llegir i escriure, és un exemple de com el càncer pot afectar a la vida sana, amb un 10% de malalts i 500 nous casos

AMALIA
"Jo major es coneix el càncer i "concecto" tot"

AMALIA
La història de Amalia, que en breu temps ha patit la malaltia de la memòria i la capacitat de llegir i escriure, és un exemple de com el càncer pot afectar a la vida sana, amb un 10% de malalts i 500 nous casos

AMALIA
"Jo major es coneix el càncer i "concecto" tot"

AMALIA
La història de Amalia, que en breu temps ha patit la malaltia de la memòria i la capacitat de llegir i escriure, és un exemple de com el càncer pot afectar a la vida sana, amb un 10% de malalts i 500 nous casos

AMALIA
"Jo major es coneix el càncer i "concecto" tot"

AMALIA
La història de Amalia, que en breu temps ha patit la malaltia de la memòria i la capacitat de llegir i escriure, és un exemple de com el càncer pot afectar a la vida sana, amb un 10% de malalts i 500 nous casos

AMALIA
"Jo major es coneix el càncer i "concecto" tot"

AMALIA
La història de Amalia, que en breu temps ha patit la malaltia de la memòria i la capacitat de llegir i escriure, és un exemple de com el càncer pot afectar a la vida sana, amb un 10% de malalts i 500 nous casos

AMALIA
"Jo major es coneix el càncer i "concecto" tot"

AMALIA
La història de Amalia, que en breu temps ha patit la malaltia de la memòria i la capacitat de llegir i escriure, és un exemple de com el càncer pot afectar a la vida sana, amb un 10% de malalts i 500 nous casos

AMALIA
"Jo major es coneix el càncer i "concecto" tot"

AMALIA
La història de Amalia, que en breu temps ha patit la malaltia de la memòria i la capacitat de llegir i escriure, és un exemple de com el càncer pot afectar a la vida sana, amb un 10% de malalts i 500 nous casos

AMALIA
"Jo major es coneix el càncer i "concecto" tot"

AMALIA
La història de Amalia, que en breu temps ha patit la malaltia de la memòria i la capacitat de llegir i escriure, és un exemple de com el càncer pot afectar a la vida sana, amb un 10% de malalts i 500 nous casos

AMALIA
"Jo major es coneix el càncer i "concecto" tot"

AMALIA
La història de Amalia, que en breu temps ha patit la malaltia de la memòria i la capacitat de llegir i escriure, és un exemple de com el càncer pot afectar a la vida sana, amb un 10% de malalts i 500 nous casos

AMALIA
"Jo major es coneix el càncer i "concecto" tot"

AMALIA
La història de Amalia, que en breu temps ha patit la malaltia de la memòria i la capacitat de llegir i escriure, és un exemple de com el càncer pot afectar a la vida sana, amb un 10% de malalts i 500 nous casos

AMALIA
"Jo major es coneix el càncer i "concecto" tot"

AMALIA
La història de Amalia, que en breu temps ha patit la malaltia de la memòria i la capacitat de llegir i escriure, és un exemple de com el càncer pot afectar a la vida sana, amb un 10% de malalts i 500 nous casos

AMALIA
"Jo major es coneix el càncer i "concecto" tot"

AMALIA
La història de Amalia, que en breu temps ha patit la malaltia de la memòria i la capacitat de llegir i escriure, és un exemple de com el càncer pot afectar a la vida sana, amb un 10% de malalts i 500 nous casos

AMALIA
"Jo major es coneix el càncer i "concecto" tot"

AMALIA
La història de Amalia, que en breu temps ha patit la malaltia de la memòria i la capacitat de llegir i escriure, és un exemple de com el càncer pot afectar a la vida sana, amb un 10% de malalts i 500 nous casos

AMALIA
"Jo major es coneix el càncer i "concecto" tot"

AMALIA
La història de Amalia, que en breu temps ha patit la malaltia de la memòria i la capacitat de llegir i escriure, és un exemple de com el càncer pot afectar a la vida sana, amb un 10% de malalts i 500 nous casos

AMALIA
"Jo major es coneix el càncer i "concecto" tot"

AMALIA
La història de Amalia, que en breu temps ha patit la malaltia de la memòria i la capacitat de llegir i escriure, és un exemple de com el càncer pot afectar a la vida sana, amb un 10% de malalts i 500 nous casos

AMALIA
"Jo major es coneix el càncer i "concecto" tot"

AMALIA
La història de Amalia, que en breu temps ha patit la malaltia de la memòria i la capacitat de llegir i escriure, és un exemple de com el càncer pot afectar a la vida sana, amb un 10% de malalts i 500 nous casos

AMALIA
"Jo major es coneix el càncer i "concecto" tot"

AMALIA
La història de Amalia, que en breu temps ha patit la malaltia de la memòria i la capacitat de llegir i escriure, és un exemple de com el càncer pot afectar a la vida sana, amb un 10% de malalts i 500 nous casos

AMALIA
"Jo major es coneix el càncer i "concecto" tot"

AMALIA
La història de Amalia, que en breu temps ha patit la malaltia de la memòria i la capacitat de llegir i escriure, és un exemple de com el càncer pot afectar a la vida sana, amb un 10% de malalts i 500 nous casos

AMALIA
"Jo major es coneix el càncer i "concecto" tot"

AMALIA
La història de Amalia, que en breu temps ha patit la malaltia de la memòria i la capacitat de llegir i escriure, és un exemple de com el càncer pot afectar a la vida sana, amb un 10% de malalts i 500 nous casos

AMALIA
"Jo major es coneix el càncer i "concecto" tot"

AMALIA
La història de Amalia, que en breu temps ha patit la malaltia de la memòria i la capacitat de llegir i escriure, és un exemple de com el càncer pot afectar a la vida sana, amb un 10% de malalts i 500 nous casos

AMALIA
"Jo major es coneix el càncer i "concecto" tot"

ONCOLOGIA
El Càncer y la Oncología Radioterápica en España 05

ONCOLOGIA
Dr. Albert Font
Coordinador Asistencial de Oncología Médica del Institut Català d'Oncologia 08

ODONTOLÓGIA
Dr. José Durán Von Arx
Instituto Odontológico Dr. José Duran Von Arx 12

Invertir en salud

Día Mundial Contra el Cáncer

Una altra manera d'assegurar-se la cobertura en una mitja de comunicació i negociació a través d'una campanya publicitària. Tradicionalment, la clara diferenciació entre publicitat i informació ha estat a la base de la relació entre el lector i el diari. Només en el context actual de crisi econòmica, que assetja la premsa especialment, es poden «entendre» (que no justificar) certs canvis observats en el tractament informatiu del Dia Mundial del Càncer.

Així, el diari *La Vanguardia*, que havia fet una cobertura impecable d'aquesta data el 2011 (amb un reportatge, invitat als lectors a participar en un fòrum sobre el tema a la web i consells sobre hàbits saludables), el 2012 canviava d'enfocament i realitzava un qüestionable exemple de barreja entre informació i publicitat. Al diari del 4 de febrer de 2012 gairebé tota la informació sobre el Dia Mundial del Càncer es va concentrar en un quadern especial titulat «Invertir en salud». El monogràfic, amb manxeta de crèdits pròpia (quadre on apareixen els responsables de l'espai), mostrava dos logotips: el de Publi Press Media, central de vendes publicitàries del Grup Godó i el d'Editorial de Prensa Industrial, del Grup Horo. També remenia a una web (www.guiadeprensa.com) que, al seu apartat de «premsa», assenyalava: «La seua empresa té molt a contar, i Grup Horo li ofereix la possibilitat d'accedir als grans mitjans de premsa nacional per explicar a una enorme audiència com és la seua empresa i quins productes i serveis ofereix.» És a dir, el diari va aprofitar la data per publicar un quadern especial de caràcter més aviat comercial.

10 LA VANGUARDIA MONOGRÀFIC ESPECIAL

Entrevista: Dr. Ramón Charco, cirujano hepático

“En cirugía hepática no sirve acudir a cualquier hospital”

El Dr. Charco forma parte del prestigioso equipo de cirujanos de Quirón, S.L.

El Dr. Ramón Charco es un cirujano hepatobiliar de reconocido prestigio en España y en el extranjero. Es el jefe de servicio de Cirugía Hepática y Biliar en el Hospital Quirón de Madrid. Ha publicado numerosos artículos científicos y es autor de varios libros de texto. En esta entrevista, el Dr. Charco habla de la importancia de la cirugía hepática y de los retos que plantea en el futuro.

¿Qué es la cirugía hepática?
Es la cirugía de los hígados y de la vesícula biliar. Incluye desde la resección de tumores hasta el trasplante de hígado.

¿Por qué es importante la cirugía hepática?
Porque es una cirugía compleja que requiere de un equipo multidisciplinario y de un hospital especializado.

¿Qué retos plantea la cirugía hepática en el futuro?
El reto principal es mejorar los resultados de la cirugía y reducir los efectos secundarios. Para ello, es necesario seguir investigando y mejorando las técnicas quirúrgicas.

10 LA VANGUARDIA MONOGRÀFIC ESPECIAL

Entrevista: Dra. Pilar Manchón Gabás, Directora de la Unidad de Diagnóstico de Patología Mamaria del Centro de Diagnóstico Dr. Manchón

“El mejor tratamiento frente al cáncer siempre es el diagnóstico precoz”

El diagnóstico precoz es clave para mejorar los resultados de la cirugía y reducir los efectos secundarios. Para ello, es necesario seguir investigando y mejorando las técnicas quirúrgicas.

¿Por qué es importante el diagnóstico precoz?
Porque permite detectar el cáncer en una etapa temprana, cuando el tratamiento es más efectivo y menos agresivo.

¿Qué técnicas se utilizan para el diagnóstico precoz?
Se utilizan técnicas como la mamografía, la ecografía y la resonancia magnética.

¿Cómo se puede mejorar el diagnóstico precoz?
Mejorando la educación de la población y aumentando el acceso a los servicios de diagnóstico.

10 LA VANGUARDIA MONOGRÀFIC ESPECIAL

Entrevista: Miguel I. Argelès, Presidente-fundador de Mayquel

“Somos especialistas en sistemas capilares al servicio del paciente”

Mayquel es una empresa especializada en sistemas capilares al servicio del paciente. Ofrecemos soluciones personalizadas para mejorar la calidad de vida de nuestros clientes.

¿Qué es un sistema capilar?
Es un sistema de distribución de agua y calefacción que permite ahorrar energía y mejorar el confort.

¿Por qué es importante un sistema capilar?
Porque permite reducir los costes de explotación y aumentar la vida útil de los equipos.

¿Cómo se puede mejorar un sistema capilar?
Mediante el uso de materiales de alta calidad y la realización de un mantenimiento regular.

10 LA VANGUARDIA MONOGRÀFIC ESPECIAL

FRIVOLITAT I NEGOCI

Una altra manera d'assegurar-se la cobertura en una mitja de comunicació i negociació a través d'una campanya publicitària. Tradicionalment, la clara diferenciació entre publicitat i informació ha estat a la base de la relació entre el lector i el diari. Només en el context actual de crisi econòmica, que assetja la premsa especialment, es poden «entendre» (que no justificar) certs canvis observats en el tractament informatiu del Dia Mundial del Càncer.

Així, el diari *La Vanguardia*, que havia fet una cobertura impecable d'aquesta data el 2011 (amb un reportatge, invitat als lectors a participar en un fòrum sobre el tema a la web i consells sobre hàbits saludables), el 2012 canviava d'enfocament i realitzava un qüestionable exemple de barreja entre informació i publicitat. Al diari del 4 de febrer de 2012 gairebé tota la informació sobre el Dia Mundial del Càncer es va concentrar en un quadern especial titulat «Invertir en salud». El monogràfic, amb manxeta de crèdits pròpia (quadre on apareixen els responsables de l'espai), mostrava dos logotips: el de Publi Press Media, central de vendes publicitàries del Grup Godó i el d'Editorial de Prensa Industrial, del Grup Horo. També remenia a una web (www.guiadeprensa.com) que, al seu apartat de «premsa», assenyalava: «La seua empresa té molt a contar, i Grup Horo li ofereix la possibilitat d'accedir als grans mitjans de premsa nacional per explicar a una enorme audiència com és la seua empresa i quins productes i serveis ofereix.» És a dir, el diari va aprofitar la data per publicar un quadern especial de caràcter més aviat comercial.

Al suplement es trobaven diversos espais dedicats a instituts, tant de públics com de privats, clíniques i laboratoris, en un híbrid que no distingia entre informació i publicitat. En cap lloc s'especificava que es tractava d'un monogràfic de caire publicitari. Els espais consistien en textos on s'explicaven les característiques i bondats dels llocs anunciats (nombre de llits i d'aparells si es tracta d'un centre clínic, tècniques noves, etc.). Al final del text, s'inclouen les dades de contacte (adreça i telèfon) i, en alguns casos, el logotip de l'empresa en qüestió.

Els missatges que s'oferien eren especialment positius, de manera que es feia fàcil relacionar avenços tecnològics i científics amb la «marca» corresponent anunciada. El discurs així pot dur a establir una correlació entre un millor resultat, fins i tot una major supervivència, i els centres anunciats, amb frases tan significatives com: «Els resultats estètics de la TFD són excel·lents i no deixen cicatriu» (*La Vanguardia*,

10 LA VANGUARDIA MONOGRÀFIC ESPECIAL

10 LA VANGUARDIA MONOGRÀFIC ESPECIAL

10 LA VANGUARDIA MONOGRÀFIC ESPECIAL

10 LA VANGUARDIA MONOGRÀFIC ESPECIAL

10 LA VANGUARDIA MONOGRÀFIC ESPECIAL



Cartell del Dia Mundial del Càncer de l'any 2013. Enguany ha incidit en la necessitat de desterrar mites i idees errònies sobre la malaltia. Més informació sobre la campanya a <www.worldcancerday.org>.

monogràfic especial, p. 7) o bé «Els pacients oncològics atesos en equips multidisciplinars tenen major supervivència» (p. 9).

Així doncs, i sense entrar en altres valoracions, constatem que s'estava fent arribar al públic una informació interessada, sense signar per periodistes, produïda directament en alguns casos per les clíniques mateixes, i que es presenta com a informació neutra: estructura informativa, redacció noticiosa i inclusió en un diari de prestigi amb motiu del Dia Mundial del Càncer.

Aquest és el cas més clar de mercantilització dels continguts. Tot i això, també trobem formes més subtils d'intentar generar beneficis econòmics amb la informació, com en el cas del diari *El Mundo*, que publicava el 3 de febrer de 2012 un reportatge amb motiu del Dia Mundial del Càncer titulat «10 preguntes "oblidades" sobre el càncer». Es tractava d'una selecció de deu preguntes de les vint-i-quatre que va publicar el National Cancer Institut (NCI) a Internet. Al final de la informació, s'animava el lector a visitar Orbyt, la plataforma de pagament del diari, si es volia llegir una anàlisi de José Luis de la Serna (metge de la casa que assessora i comenta temes de salut al diari) i consultar el projecte del NCI. Una manera d'atraure lectors a

Orbyt, quan el contingut complet de les preguntes plantejades pel NCI es podia consultar a la web Provocative Questions,² d'accés lliure i gratuït.

■ SOCIETAT INFORMADA?

D'aquesta manera, amb tot el que s'ha indicat, es pot dir que som una societat ben informada sobre la problemàtica del càncer? Evidentment, pot ser agosarat extraure idees massa concloents amb un corpus d'anàlisi tan limitat, però, no obstant això, sí que es poden apuntar algunes qüestions. En general, considerant les notícies revisades per elaborar aquest article, és escassa la informació als diaris en el Dia Mundial del Càncer durant la dècada passada, sobretot durant els primers anys, encara que va augmentant en volum a mesura que ens acostem a l'actualitat. Això es pot atribuir tant al fet que encara és una data en procés de consolidació com al fet que el concepte genèric de la malaltia no té tant d'interès com, per exemple, el càncer de mama, que ha passat a primer plànol informatiu.

També s'adverteix un comportament dual en la informació analitzada. Per una banda, continua qualificant-se el càncer d'enemic, de batalla que cal lliurar i, per l'altra, es manté un cert sensacionalisme. El perill d'això és que pot produir desinformació, generar falses expectatives en la ciutadania així com desmobilitzar-la a l'hora d'adoptar estils de vida saludable. La mercantilització dels continguts també contribueix a generar una imatge més frívola i banal de la malaltia, vista com a objecte de negoci. Malgrat el context de crisi econòmica, el valor noticiós no pot ser substituït per l'interès econòmic o empresarial. En cas contrari, el mitjà posa en risc la seua credibilitat, base sobre la qual es vertebra la relació amb el lector.

En definitiva, s'observa un seguiment desigual del Dia Mundial del Càncer als diaris analitzats, amb notícies sovint encapçalades per titulars sensacionalistes per tal de fer més atractiva la informació. Un altre perill que s'hi adverteix és la confusió entre informació i publicitat, que pot desorientar el lector. El càncer és una malaltia que afecta greument la salut de les persones i que, per tant, mereix un tractament informatiu rigorós i contextualitzat que permeta a la societat adquirir un grau de coneixement realista i veraç sobre aquesta. És evident que això no és responsabilitat exclusiva, ni de bon tros, dels mitjans de comunicació i que han de participar-hi institucions, investigadors, associacions i la resta d'emissors implicats en aquest procés. Tanmateix, el paper dels mitjans en general –i de la premsa en particular– s'esdevé cabdal a l'hora de

² <<http://provocativequestions.nci.nih.gov>>.

NORMALITAT SÍ, BANALITAT NO

Parlar del càncer en general no sembla gaire interessant per a la premsa. L'atenció es focalitza en determinats tipus de càncer, sobretot en el de mama, avui per avui el més mediàtic. Segons l'Informe Quiral de 2011, dedicat a analitzar les notícies d'aquell any sobre el càncer a la premsa espanyola, el càncer de mama és el més present —a gran distància de la resta de tumors— en les informacions publicades.

Però aquesta major presència informativa es tradueix en un millor coneixement? Algunes veus, bàsicament als Estats Units, han començat a criticar el que consideren una banalització i mercantilització de la malaltia. El documental *Pink Ribbons Inc.* de la canadenc Léa Pool (2012), basat en el llibre del mateix títol de Samantha King, burxa en aquesta qüestió. Durant el mes d'octubre, data de la celebració del Dia Mundial contra el Càncer de Mama, els centres comercials es veuen envaïts per una marea de productes rosa i es duen a terme nombroses activitats amb la finalitat de recollir fons. La pel·lícula, que toca diverses qüestions no exemptes de polèmica, fa una crida a la societat civil perquè prenga un paper actiu a l'hora de saber on van realment els diners recaptats: quin percentatge de les vendes o dels beneficis es destina a investigar, a quin tipus de grups o quines recerques es financen.

També es critica l'excessiva «normalitat» que se li vol donar a la malaltia quan es pressiona la dona perquè es mantinga femenina i atractiva durant o després del tractament. Per a diversos grups, el càncer es veurà amb normalitat quan la societat siga capaç d'acceptar-lo sense necessitat d'edulcorar-lo.



Imatges: cortesia de David Jay/The SCAR Project (www.thescarproject.org)

El fotògraf de moda David Jay, arran de la malaltia d'una amiga, va iniciar el que s'ha convertit en el *Projecte SCAR* (www.thescarproject.org).

Seguint aquest línia, el fotògraf de moda David Jay, arran de la malaltia d'una amiga, va iniciar el que s'ha convertit en el *Projecte SCAR*. Jay fotografia dones despullades amb càncer de mama per mostrar una bellesa sense embolcalls *glamourosos*, amb les pèrdues físiques i les cicatrius (*scars*) que sempre deixa la vida. Són totes imatges dures i belles alhora, que trasllueixen la força i el coratge de les dones retratades, que han fet seu el lema *nulla aethetica sine ethica*.

L. S. / M. D.

convertir la informació en coneixement vàlid per a la ciutadania. ☺

BIBLIOGRAFIA

- BRECHMAN, J. M.; LEE, C. J. i J. N. CAPELLA, 2011. «Distorting Genetic Research About Cancer: From Bench Science to Press Release to Published News». *Journal of Communication*, 61: 496-513. DOI: <10.1111/j.1460-2466.2011.01550.x>.
- CABANES, A.; PÉREZ-GÓMEZ, B.; ARAGONÉS, N.; POLLÁN, M. i G. LÓPEZ-ABENTE, 2009. *La situación del cáncer en España, 1975-2006*. Instituto de Salud Carlos III. Madrid. Disponible en: <http://www.isciii.es/ISCIII/es/contenidos/fd-publicaciones-isciii/fd-documentos/SituacionCancerenEspana1975_2006_2010.pdf>.
- GOFFMAN, E., 1993. *Estigma. La identidad deteriorada*. Amorrortu editores. Buenos Aires.
- McCOMBS, M., 2003. *Estableciendo la agenda*. Paidós. Barcelona.
- PHILLIPS, D. P.; KANTER, E. J.; BEDNARCZYK, B. i P. L. TASTAD, 1991. «Importance of the Lay Press in the Transmission of Medical Knowledge to the Scientific Community». *New England Journal of Medicine*, 325: 1180-1183. DOI: <10.1056/NEJM199110173251620>.

- RANSOHOFF, D. F. i R. M. RANSOHOFF, 2001. «Sensationalism in the Media: When Scientists and Journalists May Be Complicit Collaborators». *Effective Clinical Practice*, 4(4): 185-188.
- REVUELTA, G. i V. DE SEMIR, 2008. *Medicina y salud en la prensa diaria. Informe Quiral 10 años*. Observatori de la Comunicació Científica de la Universitat Pompeu Fabra. Barcelona. Disponible en: <http://www.upf.edu/pestaacademy/_docs/Quiral10.pdf>.
- REVUELTA, G.; DE SEMIR, V.; ARMENGOU, C. i G. SELGAS, 2012. *Informe Quiral 2011: Càncer*. Fundació Vila Casas i Observatori de la Comunicació Científica de la Universitat Pompeu Fabra. Barcelona. Disponible en: <<http://www.occ.upf.edu/img/imatges/cms/Informequiral2011.pdf>>.
- SMITH, K. C.; SINGER, R. F. i E. E. KROMM, 2010. «Getting Cancer Research into the News: a Communication Case Study Centred on One U.S. Comprehensive Cancer Center». *Science Communication*, 32(2): 202-231. DOI: <10.1177/1075547009344976>.
- SONTAG, S., 2003. *La enfermedad y sus metáforas. El sida y sus metáforas*. Taurus. Buenos Aires.
- Lucía Sapiña**. Observatori de les Dues Cultures. Revista MÈTODE, Universitat de València.
- Martí Domínguez**. Director de MÈTODE i professor titular de Periodisme. Universitat de València.