



ENTRE EL ESTIGMA Y LA FRIVOLIDAD

EL DÍA MUNDIAL DEL CÁNCER EN LA PRENSA ESPAÑOLA

LUCÍA SAPIÑA Y MARTÍ DOMÍNGUEZ

El cáncer es un tema de interés destacado para la ciudadanía. Los medios de comunicación, en tanto que reflejo y al mismo tiempo agente conformador de valores sociales, transmiten una visión de la enfermedad que no siempre es la más cuidada y clarificadora. En este artículo se analiza la repercusión mediática durante la última década del Día Mundial del Cáncer en los cuatro diarios de información general con mayor difusión en España. El objetivo es estudiar cómo se hace uso de la efeméride para ofrecer información relativa a la enfermedad y si el tratamiento informativo es preciso y riguroso o cae en el estereotipo y el sensacionalismo.

Palabras clave: cáncer, tratamiento informativo, Día Mundial del Cáncer, enfermedad, sensacionalismo.

En las últimas décadas la información dedicada a temas de salud en prensa ha aumentado considerablemente. La difusión de las nuevas tecnologías y la inclusión de secciones dedicadas a ciencia y salud ha permitido incrementar las noticias relacionadas. En este contexto, las enfermedades más mediáticas –como el cáncer– constituyeron el segundo tema de interés para la prensa diaria entre 1997 y 2006 (Revuelta y De Semir, 2008).

Sin embargo, a pesar de esta presencia continuada de la enfermedad en los medios, ¿se puede considerar que la información que se ofrece a la ciudadanía es suficiente y rigurosa? Este artículo se centra en el estudio del Día Mundial del Cáncer en la prensa española para determinar cuáles son las principales tendencias que se pueden constatar.

Desde el año 2005, el cáncer es en España la primera causa de muerte en los hombres y la segunda en las mujeres. Por tipos, el que provoca mayor mortandad entre los hombres es el de pulmón y entre las mujeres el de pecho. A pesar de estos datos, la supervivencia global ha mejorado notablemente desde los años noventa, de manera que cada vez es más habitual encontrar grupos de población que han superado algún cáncer y que reclaman una visión de la enfermedad más normalizada. Pese a ello, la enfermedad aún se identifica con demasiada frecuencia con una especie de sentencia de muerte,

hecho que dificulta que las personas afectadas puedan llevar una vida plenamente integrada. ¿Por qué es tan complicado cambiar esta visión? ¿Y qué papel representan los medios de comunicación en la construcción social de la enfermedad?

**«LA PALABRA ‘CÁNCER’
ESTÁ TAN CARGADA DE
CONNOTACIONES NEGATIVAS
QUE DURANTE AÑOS HAN
EVITADO MENCIONARLA
ENFERMOS, MÉDICOS,
MEDIOS DE COMUNICACIÓN
Y SOCIEDAD EN GENERAL»**

■ DÍA MUNDIAL DEL CÁNCER

La conmemoración del Día Mundial del Cáncer tiene un origen reciente, concretamente en la Carta de París (declaración con los objetivos para la lucha contra el cáncer en el nuevo milenio) firmada el 4 de febrero de 2000 por el presidente francés, en aquel momento Jacques Chirac, y por el director de la UNESCO, Koichiro Matsuura. El último punto de la Carta animaba a instaurar el día

4 de febrero como el Día Mundial del Cáncer.

Sin duda, el reconocimiento de una fecha de carácter internacional dedicada a la enfermedad anima a los medios de comunicación a hacerse eco de ella. Entrar a formar parte de estos contenidos en los que los medios ponen el acento es muy deseable si se quiere influir en la opinión pública, porque se establece una relación directa entre lo que los medios destacan y lo que la ciudadanía considera importante (McCombs, 2006).

A pesar del auge de los nuevos canales, la prensa continúa siendo un medio de referencia, tanto para la ciudadanía como para el resto de medios de comunicación,

que a menudo actúan como cajas de resonancia de lo que los diarios publican. Por ello, el análisis del Día Mundial del Cáncer se ha centrado en los cuatro diarios de información general con mayor difusión estatal, *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *ABC*¹, durante la última década (2002-2012), para ver cómo informan de la enfermedad y si el tratamiento que hacen es preciso y riguroso o cae a menudo en el estereotipo y el sensacionalismo.

En la investigación se han incluido las informaciones sobre el cáncer aparecidas el día 4 de febrero, así como aquellas que hacían referencia concreta al Día Mundial del Cáncer publicadas tanto el día anterior como el posterior.

La primera alusión durante esta década al Día Mundial del Cáncer se encuentra el año 2004 en el texto de una noticia de *El Mundo* (5/2/2004). Durante los años siguientes aparecen noticias alrededor del 4 de febrero de manera esporádica. El año 2008 hay un incremento de la información a raíz del fichaje del investigador Erwin Wagner por parte del Centro Nacional de Investigaciones Oncológicas, CNIO, entidad que aprovecha la jornada para hacer la presentación del científico en sociedad. En 2011 y 2012 parece que la fecha se ha consolidado como tema en la agenda de los medios, a pesar

«EN LA PRENSA, PERO TAMBIÉN EN EL HABLA HABITUAL, SE ENCUENTRA UNA FORMA DE APROXIMACIÓN AL CÁNCER: AQUELLA QUE EMPLEA UNA CLARA ANALOGÍA CON LA GUERRA O CON IMÁGENES BELICISTAS»

de que –como se verá– el tratamiento experimenta un cambio en algunos diarios: de un carácter informativo a una tendencia más mercantilista.

■ METÁFORAS Y OTROS TROPOS

La palabra *cáncer* está tan cargada de connotaciones negativas que durante años han evitado mencionarla enfermos, médicos, medios de comunicación y sociedad en general (en este sentido, es frecuente sustituirla por el eufemismo «una larga enfermedad»). Aunque las cosas han empezado a cambiar, aún es una palabra asociada a tratamientos muy severos, deterioro físico e incluso también la muerte. Eso hace que el cáncer todavía sea un

¹ Según la tercera oleada de 2012 del EGM (Estudio General de Medios).

Madrid

Sábado 4

febrero de 2006

ABC

FUNDADO EN 1903 POR DON TORCUATO LUCA DE TENA

Menú anterior

Año CIII

Número 32.928

Precio: 1 euro

El nuevo Barajas se inaugura hoy. Todas las pistas para no perderse en la T-4 del aeropuerto de Madrid **22 y 36**

Hoy, con ABC. ABCD, Gala (gratis), «Impromptus» de Schubert (9,95 euros) y cupón para el combo DVD+TV años **114**

El Gobierno aprueba la opa con veinte condiciones asumibles para Gas Natural

- Satisfacción en la gasista mientras Endesa anuncia su recurso inmediato al Supremo
- La eléctrica valía ayer en Bolsa 2,5 veces más que la empresa que la va a comprar

«Será bueno para la competencia». Así justificaba la vicepresidente del Gobierno la decisión del Consejo de Ministros de dar luz verde a la opa hostil de Gas Natural sobre Endesa y de allanarle el camino con un total de veinte condiciones fácilmente asumibles por la compañía catalana. De hecho, esta aprobará la operación la semana próxima, mientras que Endesa ya ha anunciado su intención de recurrir al Tribunal Supremo, uno de sus últimos cartuchos para evitar ser adquirida por la empresa gasista, que según la Bolsa valía ayer 2,5 veces menos que la eléctrica. **Editorial y 80 o 86**

Pumpido decidirá si recurre que Troitiño, asesino de Hipercor, quede libre en mayo

- Otegi presume, tras declarar en la Audiencia, de que «ya se ven los frutos de la reunión de Añeeta» **10**

La Fiscalía tuvo que archivar las tres investigaciones que abrió a Fungairiño **22**

Cientos de muertos en el Mar Rojo tras hundirse un ferry con 1.500 personas

- El Gobierno egipcio ordena investigar si había suficientes botes salvavidas, mientras siguen los labores de rescate **29**

Viernes de ira musulmana y guerra santa contra Europa por los chistes de Mahoma

- EE.UU., Reino Unido y el Vaticano critican a la prensa por publicar las caricaturas **26**

«Europa es el cáncer. El Islam es la respuesta». Cartel enarbolado por islamistas durante una manifestación en Londres en 2008 en protesta por las viñetas de Mahoma publicadas en un diario danés. Precisamente esta utilización de la palabra *cáncer* como sinónimo de destrucción social es la que piden que se cambie varias asociaciones de médicos y pacientes.

concepto temido, extraño y aislador, un candidato ideal para la estigmatización.

El sociólogo Ervin Goffman afirmaba que el estigma se produce cuando una persona posee «una indeseable diferencia que no habíamos previsto» (Goffman, 1993). Esta diferencia se impone en nuestra atención y anula el resto de atributos que podríamos encontrar. Entonces solo vemos una parte de la persona (en este caso, la enfermedad) como el todo, como su identidad global.

En la prensa, pero también en el habla habitual, se encuentra otra forma de aproximación al cáncer: aquella que emplea una clara analogía con la guerra o con imágenes belicistas. En las noticias revisadas se observan varios conceptos que forman parte de este campo semántico: *lucha, avance, batalla, estrategia, armas principales, atacar, amenaza o invadir* son un buen ejemplo

78 Núm.7 7 MÉTODE

El 10 % del millar de plantas autóctonas que existen en España ha conseguido adaptarse

La aplicación de una sola inyección es capaz de frenar un cáncer de piel

El Hospital Universitario Virgen Macarena investiga la aplicación de nuevos tratamientos para frenar la expansión tumoral cancerígena del melanoma

PAOLO GEMBA

SEVILLA. Un hospital sevillano, el Virgen Macarena está investigando nuevos tratamientos para frenar la expansión tumoral cancerígena. El centro sevillano es el único en Andalucía, capaz de frenar la expansión del melanoma mediante una sola inyección de quimioterapia que resulta efectiva hasta en el 90% de los pacientes. Este tipo de procedimiento, supone una alternativa radicalmente beneficiosa, frente a la amputación o la radioterapia clásica.

La exposición solar resulta a veces 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 está 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 77 años cuando antes era de entre 60 y 70 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 solo 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 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 prometedoras vacunas de anticuerpos, producidos genéticamente, que impiden 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 precursores diseñar planes de tratamiento más eficaces, hechos a medida, de acuerdo con el código genético de cada persona.

eliminar del diccionario la cuarta acepción que dice: «Proliferación en el seno de un grupo social de situaciones o hechos destructivos. La droga es el cáncer de nuestra sociedad.»

La propuesta fue rápidamente contestada, de manera muy crítica, por dos columnistas. El primer artículo afirmaba:

Hasta la fecha lo máximo que exigían era una palabra por otra, tipo *ciego* por *invidente*. Pero ahora pretenden algo más sofisticado: coger una palabra como quien coge telilla de intestino, ahuecarla y meterle sangre y cebolla, nana. Así les queda una morcilla de cáncer, libre de negatividad y destrucción, apta para los salones.

ARCADI ESPADA, «Amable cáncer».

El Mundo, 3 de febrero de 2011.

El segundo, incidía en la misma línea:

Lo estúpido es aspirar con el lenguaje no ya a condicionar las construcciones mentales sino a cambiar la realidad física, aquella que transcurre más allá de nuestras teatrales representaciones subjetivas. Así se llega a la sandez de querer equiparar, mediante un golpe de estado lingüístico, el cáncer con el catarro. Y este hábito se extiende, se extiende como una metástasis, como un cruel carcinoma. Los burócratas del lenguaje, los cabecillas que pretenden reinar sobre el diccionario. Ellos sí que son el cáncer de la lengua.

PEDRO UGARTE, «Cáncer». *El País*, 5 de febrero de 2011.

La década analizada muestra que la información predomina sobre la opinión, hecho que contribuye a dotar de objetividad y neutralidad el tema tratado. Solo cuatro de los ítems pertenecen al género de opinión: los dos artículos ya reseñados (*El Mundo*, 3/2/2011 y *El País*, 5/2/2011), un editorial sobre la superación del cáncer (*La Vanguardia*, 4/2/2011) y un artículo redactado por especialistas en oncología (*El País*, 4/2/2012). El hecho de que el único elemento de controversia observado en los artículos lo haya constituido el lenguaje usado para hacer referencia a la enfermedad ejemplifica la carga connotativa que socialmente se otorga a la palabra *cáncer*. Por otro lado, que se aplique el mismo uso denunciado por las asociaciones de pacientes y médicos para criticar la petición que estos hacen («Ellos sí que son el cáncer de la lengua»), corrobora el arraigo que aún tiene la identificación entre cáncer y destrucción sistemática: de una sociedad, de una lengua... Tanta, que algunos comunicadores se manifiestan abiertamente contrarios a abandonarla.

■ PELIGROS DEL SENSACIONALISMO

Por lo que respecta a las noticias analizadas, gran parte de estas hacen referencia a datos de la enfermedad, expuestas por varios organismos con motivo del Día Mun-

Una forma de sensacionalismo es titular una noticia con un exagerado optimismo para después matizarla en el interior del texto. Todo esto puede contribuir a generar falsas expectativas y confusión entre los pacientes y el público en general.

de estos paralelismos militares que se establecen entre la enfermedad y su cura.

La escritora Susan Sontag explicaba, en su libro *La enfermedad y sus metáforas*, que esta «militarización» de las enfermedades graves surgió a final del siglo XIX, con la identificación de los microorganismos como agentes causantes de patologías: «Se decía que las bacterias “invadían” el cuerpo o que se “infiltraban” en él». Sontag, que escribió el libro tras serle diagnosticado un cáncer, reconocía que lo que más le molestaba era ver hasta qué punto la propia reputación de la enfermedad aumentaba el sufrimiento de quienes la sufrían: «Las metáforas militares contribuyen a estigmatizar algunas enfermedades y, por tanto, a los enfermos.»

Así, encontramos expresiones como que el cáncer «avanza» o los tumores de mama son «la peor amenaza» para la población femenina (*ABC*, 3/2/2009), que las instituciones españolas están implicadas en «la lucha por combatir esta enfermedad» (*El País*, 5/2/2008) y que apagar el cigarrillo no basta «para mantener alejada la amenaza» (*ABC*, 5/2/2008).

El debate sobre el lenguaje, como se ve en las informaciones analizadas, aún perdura. El año 2011, con motivo del Día Mundial del Cáncer, varios colectivos pidieron que la palabra *cáncer* no se utilizara como sinónimo de destrucción y que la Real Academia Española (RAE)

Estable
El cáncer causa el 20 por ciento del 83% de los tumores de cáncer de pulmón.

CRISIS
El cáncer causa el 20 por ciento del 83% de los tumores de cáncer de pulmón.

AMALIA
No mejor es conocer el cáncer y conocerlo todo?

La historia de Amalia, que en breve conoceremos en la línea roja de una luchadora con metástasis. Ha superado los quimios, como el cáncer y el grado de extirpación, y ahí está lista de vida y dispuesta a dar su experiencia, porque la hay. "Fue como el primer día de un doctor que me dijo que no me iba a operar, me lo hicieron, y hoy me siento más aliviada que cuando me lo hicieron", dice cada día.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

de su familia, y en su opinión, cree que la mejor manera de afrontar el cáncer y conocerlo todo. "El mejor momento es cuando se diagnostica, cuando se sabe que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia. "Hay que estar informado y saber que se tiene el cáncer y se empieza a tratar", dice Amalia.

ONCOLOGÍA
El Cáncer y la Oncología Radioterápica en España 05

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

ODONTOLÓGICA
Dr. José Durán Von Arx
Instituto Odontológico Dr. José Durán Von Arx 12

Invertir en salud

El cáncer es una enfermedad que afecta a millones de personas en todo el mundo. En España, el cáncer es la principal causa de muerte por enfermedad crónica. La inversión en salud es clave para mejorar los resultados y reducir los costes. Los avances en diagnóstico y tratamiento han permitido mejorar la supervivencia de los pacientes. La inversión en salud es clave para mejorar los resultados y reducir los costes. Los avances en diagnóstico y tratamiento han permitido mejorar la supervivencia de los pacientes.

Día Mundial Contra el Cáncer

El Día Mundial Contra el Cáncer se celebra el 4 de febrero de cada año. Este día se dedica a concienciar a la población sobre la importancia de la prevención y el diagnóstico temprano. La inversión en salud es clave para mejorar los resultados y reducir los costes. Los avances en diagnóstico y tratamiento han permitido mejorar la supervivencia de los pacientes.

Entrevista: Dr. Ramón Charco, cirujano hepático

"En cirugía hepática no sirve acudir a cualquier hospital"
El Dr. Ramón Charco es un prestigioso especialista en cirugía hepática. Ha trabajado en algunos de los mejores hospitales del mundo. La inversión en salud es clave para mejorar los resultados y reducir los costes. Los avances en diagnóstico y tratamiento han permitido mejorar la supervivencia de los pacientes.

Entrevista: Dra. Pilar Manchón Gábás, 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"
La Dra. Pilar Manchón Gábás es la Directora de la Unidad de Diagnóstico de Patología Mamaria del Centro de Diagnóstico Dr. Manchón. La inversión en salud es clave para mejorar los resultados y reducir los costes. Los avances en diagnóstico y tratamiento han permitido mejorar la supervivencia de los pacientes.

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

"Somos especialistas en sistemas capilares al servicio del paciente"
Miguel I. Argelès es el Presidente-fundador de Mayquel. La inversión en salud es clave para mejorar los resultados y reducir los costes. Los avances en diagnóstico y tratamiento han permitido mejorar la supervivencia de los pacientes.

citaria. Tradicionalmente, la clara diferenciación entre publicidad e información ha estado en la base de la relación entre el lector y el diario. Solo en el contexto actual de crisis económica, que asedia a la prensa especialmente, se pueden «entender» (que no justificar) ciertos cambios observados en el tratamiento informativo del Día Mundial del Cáncer.

Así, el diario *La Vanguardia*, que había dado una cobertura impecable de esta fecha en 2011 (con un reportaje, invitación a los lectores a participar en un foro sobre el tema en la web y consejos sobre hábitos saludables), en 2012 cambiaba de enfoque y realizaba un cuestionable ejemplo de mezcla entre información y publicidad. En el diario del 4 de febrero de 2012 casi toda la información sobre el Día Mundial del Cáncer se concentró en un cuaderno especial titulado «Invertir en salud». El monográfico, con mancheta de créditos propia (cuadro donde aparecen los responsables del espacio), mostraba dos logotipos: el de Publi Press Media, central de ventas publicitarias del Grupo Godó, y el de Editorial de Prensa Industrial, del Grupo Horo. También remitía a una web (www.guiadeprensa.com) que, en su apartado de «prensa», señalaba: «Su empresa tiene mucho que contar, y Grupo Horo le ofrece la posibilidad de acceder a los grandes medios de prensa nacional para explicar a una enorme audiencia cómo es su empresa y qué productos y servicios ofrece». Es decir, el diario aprovechó la fecha para publicar un cuaderno de carácter estrictamente comercial.

En el suplemento se encontraban varios espacios dedicados a institutos, tanto públicos como privados, clínicas y laboratorios, en un híbrido que no distinguía entre información y publicidad. En ningún sitio se especificaba que se trataba de un monográfico de carácter publicitario. Los espacios consistían en textos donde se explicaban las características y bondades de los lugares anunciados (número de camas y de aparatos si se trataba de un centro clínico, técnicas nuevas, etc.). Al final del texto, se incluían los datos de contacto (dirección y teléfono), y en algunos casos, el logotipo de la empresa en cuestión.

Los mensajes que se ofrecían eran especialmente positivos, de manera que resultaba fácil relacionar avances tecnológicos y científicos con la «marca» correspondiente anunciada. El discurso así puede llevar a establecer una correlación entre un mejor resultado, incluso una mayor supervivencia, y los centros anunciados, con frases tan significativas como: «Los resultados estéticos de la TFD son excelentes y no dejan cicatriz» (*La Vanguardia*, 2012, monográfico especial, p. 7) o bien «Los pacientes oncológicos atendidos en equipos multidisciplinares tienen mayor supervivencia» (p. 9).

El monográfico «Invertir en salud» se publicó el 4 de febrero de 2012. El espacio de publicidad se encontraba en el suplemento de prensa. La inversión en salud es clave para mejorar los resultados y reducir los costes. Los avances en diagnóstico y tratamiento han permitido mejorar la supervivencia de los pacientes.



Cartel del Día Mundial del Cáncer del año 2013. La jornada de este año ha incidido en desterrar mitos e ideas erróneas sobre la enfermedad. Más información sobre la campaña en <www.worldcancerday.org>.

Así pues, y sin entrar en otras valoraciones, constatamos que se estaba haciendo llegar al público una información interesada, sin firmar por periodistas, producida directamente en algunos casos por las propias clínicas, y que se presenta como información neutra: estructura informativa, redacción noticiosa e inclusión en un diario de prestigio con motivo del Día Mundial del Cáncer.

Este es el caso más claro de mercantilización de los contenidos. Pese a ello, también encontramos formas más sutiles de intentar generar beneficios económicos con la información, como en el caso del diario *El Mundo*, que publicaba el 3 de febrero de 2012 un reportaje con motivo del Día Mundial del Cáncer titulado «10 preguntas “olvidadas” sobre el cáncer». Se trataba de una selección de diez preguntas de las veinticuatro que publicó el National Cancer Institute (NCI) en Internet. Al final de la información, se animaba al lector a visitar Orbyt, la plataforma de pago del diario, si se quería leer un análisis de José Luis de la Serna (médico de la casa que asesora y comenta temas de salud en el diario) y consultar el proyecto del NCI. Una manera de atraer lectores a Orbyt, cuando el contenido completo de las

preguntas planteadas por el NCI se podía consultar en la web Provocative Questions,² de acceso libre y gratuito.

■ ¿SOCIEDAD INFORMADA?

De esta forma, con todo lo que se ha indicado, ¿se puede decir que somos una sociedad bien informada sobre la problemática del cáncer? Evidentemente, quizá sea osado extraer ideas demasiado concluyentes con un corpus de análisis tan limitado; sin embargo, sí que se pueden apuntar algunas cuestiones. En general, considerando las noticias revisadas para elaborar este artículo, es escasa la información en los diarios en el Día Mundial del Cáncer durante la década pasada, sobre todo durante los primeros años, aunque va aumentando en volumen a medida que nos acercamos a la actualidad. Eso se puede atribuir tanto a que aún es una fecha en proceso de consolidación como a que el concepto genérico de la enfermedad no tiene tanto interés como, por ejemplo, el cáncer de mama, que ha pasado a primer plano informativo.

También se advierte un comportamiento dual en la información analizada. Por una parte, continúa calificándose el cáncer de enemigo, de batalla que hay que librar y, por otra, se mantiene un cierto sensacionalismo. El peligro que eso supone es que puede producir desinformación, generar falsas expectativas en la ciudadanía así como desmovilizarla a la hora de adoptar estilos de vida saludable. La mercantilización de los contenidos también contribuye a generar una imagen más frívola y banal de la enfermedad, vista como objeto de negocio. A pesar del contexto de crisis económica, el valor noticioso no puede ser sustituido por el interés económico o empresarial. En caso contrario, el medio pone en juego su credibilidad, base sobre la que se vertebra la relación con el lector.

En definitiva, se observa un seguimiento desigual del Día Mundial del Cáncer en los diarios analizados, con noticias a menudo encabezadas por titulares sensacionalistas para hacer más atractiva la información. Otro peligro que se advierte es la confusión entre información y publicidad que resulta desorientadora para el lector. El cáncer es una enfermedad que afecta gravemente a la salud de las personas y que, por tanto, merece un tratamiento informativo riguroso y contextualizado que permita a la sociedad adquirir un grado de conocimiento realista y veraz. Es evidente que eso no es responsabilidad exclusiva, ni mucho menos, de los medios de comunicación y que deben participar instituciones, investigadores, asociaciones y el resto de emisores implicados en este proceso. Sin embargo, el papel de los medios en general –y de la prensa en particular– se antoja capital a la hora

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

NORMALIDAD SÍ, BANALIDAD NO

Hablar del cáncer en general no parece demasiado interesante para la prensa. La atención se focaliza en determinados tipos de cáncer, sobre todo en el de mama, hoy por hoy el más mediático. Según el Informe Quiral de 2011, dedicado a analizar las noticias de aquel año sobre el cáncer en la prensa española, el cáncer de mama es el más presente —a gran distancia del resto de tumores— en las informaciones publicadas.

¿Pero esta mayor presencia informativa se traduce en mejor conocimiento? Algunas voces, básicamente en los Estados Unidos, han empezado a criticar lo que consideran una banalización y mercantilización de la enfermedad. El documental *Pink Ribbons Inc.* de la canadiense Léa Pool (2012), basado en el libro del mismo título de Samantha King, hurga en esta cuestión. Durante el mes de octubre, fecha de la celebración del Día Mundial contra el Cáncer de Mama, los centros comerciales se ven invadidos por una marea de productos rosa y se llevan a cabo numerosas actividades con la finalidad de recoger fondos. La película, que toca varias cuestiones no exentas de polémica, hace una llamada a la sociedad civil para que tome un papel activo a la hora de saber dónde va realmente el dinero recaudado: qué porcentaje de las ventas o de los beneficios se destina a investigar, a qué tipo de grupos o qué investigaciones se financian.

También se critica la excesiva «normalidad» que se le quiere dar a la enfermedad cuando se presiona a la mujer para que se mantenga femenina y atractiva durante o después del tratamiento. Para varios grupos, el cáncer se verá con normalidad cuando la sociedad sea capaz de aceptarlo sin necesidad de edulcorarlo.



Imágenes cortesía de David Jay/The SCAR Project (www.thescarproject.org)

El fotógrafo de moda David Jay, a partir de la enfermedad de una amiga, inició lo que se ha convertido en el *Proyecto SCAR* (www.thescarproject.org).

Siguiendo esta línea, el fotógrafo de moda David Jay, a raíz de la enfermedad de una amiga, inició lo que se ha convertido en el *Proyecto SCAR*. Jay fotografía a mujeres desnudas con cáncer de mama, para mostrar una belleza sin envolturas *glamourosas*, con las mermas físicas y las cicatrices (*scars*) que siempre deja la vida. Son todas imágenes duras y bellas al mismo tiempo, donde se dejan ver la fuerza y el coraje de las mujeres retratadas que han hecho suyo el lema *nulla aethetica sine ethica*.

L. S. / M. D.

de convertir la información en conocimiento válido para la ciudadanía. ☺

BIBLIOGRAFÍA

- BRECHMAN, J. M.; LEE, C. J. y 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. y 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., 2006. *Estableciendo la agenda*. Paidós. Barcelona.
- PHILLIPS, D. P.; KANTER, E. J.; BEDNARCZYK, B. y 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. y 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. y 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. y G. SELGAS, 2012. *Informe Quiral 2011: Cáncer*. Fundació Vila Casas y 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. y 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. Observatorio de las Dos Culturas. Revista MÈTODE. Universitat de València.
- Martí Domínguez. Director de MÈTODE y profesor titular de Periodismo de la Universitat de València.