



UNIVERSIDADE DA CORUÑA

FACULDADE DE CIENCIAS DA SAÚDE

MÁSTER EN ASISTENCIA E INVESTIGACIÓN SANITARIA

ESPECIALIDAD: INVESTIGACIÓN CLÍNICA

Curso académico: 2016-2017

TRABAJO FIN DE MÁSTER

---

**El cáncer es noticia**

**Beatriz González Oblanca**

**22 Julio de 2017**



**DIRECTORES:**

D. Luis Soliño Fuentes

Dra. María Jesús Movilla Fernández

# Resumen

En los primeros años del siglo XXI el cáncer pasó a representar uno de los temas más frecuentes en la prensa española en relación a la salud. Pero evidentemente, no sólo hay que valorar la cantidad, sino también la calidad y fiabilidad de la noticia.

En este estudio se planteó si la información relacionada con el cáncer, publicada por la prensa gallega, influye de manera acertada en la percepción que la población tiene de esta enfermedad, o por el contrario genera falsas expectativas.

Se recogieron noticias publicadas en el Faro de Vigo entre el 1 de enero de 2016 al 30 de junio de 2016. Toda la información recabada se incorporó al programa ATLAS. ti para ser analizada.

En los resultados se observó que, con una gran diferencia, el cáncer de mama es el tipo más comentado. Así mismo, se comprobó que muchos de los titulares relacionados con la investigación creaban una idea errónea en comparación con lo descrito posteriormente en el texto. También se detectó el abuso de un gran número de metáforas, principalmente aquellas de carácter bélico.

Dado que la prensa es considerada una fuente fiable de información, parece necesario un cambio a la hora de hablar de cáncer, contribuyendo así a la desmitificación y el desengaño

# Abstract

In the first years of the 21st century, cáncer came to represent one of the most frequent issues in the Spanish news in relation to health. Obviously, we cannot only value the news' quantity, but also the quality and reliability of them.

In the present study, it was asked if the information related to cáncer published by the Galician press has a positive influence on the population's perception of this disease or, by the way, it generates wrong expectations.

We collect news published in "Faro de Vigo" between January 1, 2016 and June 30, 2016. All the information collected was incorporated into the ATLAS.ti programme in order to be analyzed.

Finally, we can appreciate by the results that, with a big difference, breast cáncer is the most commented type. Moreover, it was found that many of the headlines related to the research, created a misconception compared to what was described later in the text. The abuse of a big amount of metaphors, especially those related to war, was also detected.

Since the press is considered a reliable source of information, it seems necessary to change when we talk about cáncer, thus contributing to demystification and deception.

# Relación de abreviaturas y acrónimos

AECC: Asociación Española Contra el Cáncer.

Adicam: Asociación de diagnosticadas de cáncer de mama.

SPF: Niveles mínimos de protección solar.

# Índice

## Tabla de contenido

---

1. INTRODUCCIÓN .....	1
1.1. Prensa.....	1
1.2. Noticias científicas .....	3
1.3. El cáncer en prensa .....	5
1.4. Informe Quiral .....	7
1.5. El Faro de Vigo .....	8
2. OBJETIVOS.....	10
3. METODOLOGÍA.....	11
3.1. Tipo de estudio .....	11
3.2. Criterios de inclusión .....	11
3.3. Criterios de exclusión.....	11
3.4. Muestra .....	12
3.5. Técnicas de recolección .....	12
3.6. Procesamiento y análisis.....	13
3.7. Aspectos éticos .....	14
3.8. Limitaciones y sesgos.....	14
4. RESULTADOS .....	16
4.1. Estructura .....	17
4.1.1. Temática.....	17
4.1.2. Secciones.....	18
4.1.3. Detalles .....	20
4.2. Información .....	22
4.2.1. Tipos de cáncer .....	22
4.2.2. Sensacionalismo .....	25

4.2.3.Expectativas .....	28
4.2.4.Terminología .....	34
5. DISCUSIÓN.....	37
6. CONCLUSIÓN.....	39
7. BIBLIOGRAFÍA .....	41
8. ANEXO 1: SUPER FAMILIAS, FAMILIAS Y CATEGORÍAS.....	43
9. ANEXO 2: NETWORK.....	46
10. ANEXO 3: TABLAS E ILUSTRACIONES.....	47



# Introducción

Los medios de comunicación tienen una gran influencia en la percepción de los hechos y acontecimientos que afectan a la sociedad, ya se trate de cuestiones político-económicas, culturales, sanitarias o incluso de nuestros hábitos de vida, donde, por ejemplo, los anuncios juegan un papel muy importante. Como es lógico, nuestra idea sobre todo aquello concerniente al ámbito de la salud se ve afectada por este fenómeno. Recordemos que la Salud es un tema de especial interés social, el segundo de mayor preocupación entre los españoles según un estudio del Ministerio de Sanidad de 2015<sup>1</sup>; y al mismo tiempo, una cuestión sobre la que más desconocimiento existe según la opinión de los propios usuarios: la mayoría de los españoles, valora la formación científico-sanitaria recibida como baja o muy baja. Todo esto confiere, a los medios de comunicación en general, y a la prensa en particular, un papel muy importante a la hora de informar, divulgar e incluso formar. A pesar del auge de internet y las nuevas tecnologías y de que la televisión sigue siendo un gran medio de difusión, la prensa escrita continúa teniendo un papel fundamental en el impacto y la opinión social.

## Prensa

---

Parece necesario comenzar con un análisis de la estructura de un periódico, pues nos permitirá comprender mejor cómo se realiza la valoración de los diferentes temas y cuestiones.

La primera página es el “escaparate” del periódico, por lo que parece evidente pensar que aquellas noticias que aparecen destacadas en la portada son las de mayor interés general para la sociedad.

Avanzando en el periódico, podemos ver que existe una división en secciones temáticas. Las secciones permiten al lector hacerse una idea del tipo de

información que va a encontrarse en cada apartado, incluso permitiendo seleccionar solo aquellas áreas de interés. Actualmente, la mayoría de periódicos disponen de las siguientes secciones<sup>2</sup>: portada, nacional, internacional, opinión o editorial, política, sociedad, cultura, economía y deporte.

Curiosamente, la gran mayoría de los periódicos nacionales no disponen de una sección sobre ciencia y salud, y esta información se incluye en la sección de sociedad. Algunas excepciones son *El Mundo* y *ABC*<sup>2</sup>, que diariamente disponen de un apartado específico sobre ciencias (incluyendo la salud).

Una alternativa al constante aumento de información sobre temas de gran complejidad, como es la salud, ha sido la aparición de suplementos. Su principal objetivo radica en dar información de manera más profunda y comprensible para todos los lectores.

Resulta interesante hacer referencia a los tipos de artículos periodísticos que se pueden encontrar en un periódico. Diferenciamos 3 grandes grupos con sus respectivas subcategorías<sup>1</sup>:

- Informativo: se encarga de narrar y describir los hechos. Dentro de esta categoría estarían las noticias, breves, informes, documentación...
- Interpretativo: exposición de hechos y razones. Encontraríamos reportajes, entrevistas y crónicas
- Opinión: exposición y argumentación de opiniones e ideas.

Finalmente cabe destacar las imágenes que acompañan a los artículos. En la mayoría de los casos este elemento es el que capta la atención del lector, por lo que el tamaño, la situación y el tipo de imagen son claves a la hora de sintetizar o convencer de la veracidad y autenticidad de la noticia. Dependiendo del tipo de imagen el objetivo será distinto; humorístico, informativo, ilustrativo...

Los diarios de información general en nuestro país con mayor número de lectores en 2016 son (en miles de lectores); *El País* (1217), *El Mundo* (761),

La Vanguardia (586), La Voz de Galicia (572), El Periódico (462), ABC (453), El Correo (386), La Nueva España (301) y Faro de Vigo (265).<sup>3</sup>

## Noticias científicas

---

Al igual que ocurre con otras líneas temáticas, existe una jerarquía para la toma de decisiones sobre las noticias científicas, categoría donde incluimos aquellas relacionadas con la salud<sup>4</sup>. Existe un editor, director, subdirectores, redactores jefes responsables de sus respectivas áreas y, por último, redactores adscritos que van especializándose. Los editores se encargan de decidir cuáles serán las grandes líneas informativas.

De manera más específica, cada día se realiza una especie de “subasta” para decidir la elección de las noticias, el espacio y su posición en el periódico, y para ello se reúnen los periodistas especializados en la materia y el jefe de área. Posteriormente, se realiza una segunda “subasta” para decidir cuáles serán las noticias que serán seleccionadas para la portada<sup>4</sup>.

Los temas científicos, por tratarse de asuntos de especial complejidad, presentan cierta dificultad de trasmisión de la información si no se dispone de unos buenos conocimientos sobre la materia. Por lo que cabe preguntarse quién escribe esas noticias.

Los periodistas, básicamente, son profesionales que actúan como mediadores entre el que sabe y el que no sabe. Así pues, debe recoger la información y mostrarla de manera que sea comprensible para el lector. Es por esta razón por la que los propios integrantes de este gremio destacan la necesidad de especialización en ciertas áreas, como es el caso de la Salud. En este caso sabemos que el número de noticias científico médicas ha aumentado en los últimos tiempos y, contrariamente a lo que cabría esperar, el número de especialistas en esta rama no ha variado, lo que hace más difícil proporcionar información de calidad; solamente el 26% de la información relacionada con la ciencia y la salud proviene de expertos en la materia<sup>4</sup>.

En muchos casos la información proviene directamente de comunicados de prensa que realizan las revistas científicas; lo que provoca que, en ausencia de un análisis crítico, la única diferencia que podremos apreciar en los diferentes periódicos será el titular y la extensión del artículo. A primera vista, podríamos considerar esto algo favorable, pues la información proviene de personal experto en la materia; sin embargo, al igual que ocurre en la prensa, las revistas científicas buscan la excelencia mediática además de la científica, utilizando para ello, prácticas de dudosa validez. Un ejemplo reciente, ocurrió por parte de la revista Science, publicando un artículo de Hwang Woo-suk, quien aseguraba haber clonado células madre humanas. Unos años después, en 2006, la revista tuvo que retractarse pues muchos de los datos del estudio eran falsos. Así pues, como dijo el profesor del Poynter Institute, Roy Peter Clark, *“Parece claro que este escándalo generará la necesidad, por una parte, de un nuevo nivel de capacidad crítica por parte de los periodistas y seguramente también nuevos protocolos de comunicación entre los científicos y los periodistas.”*<sup>5,6</sup>

Philippe Kourilsky, un biólogo francés miembro de la Academia de las Ciencias y profesor honorario del Collège de France, culpaba a los medios de comunicación de la percepción social sobre los avances médicos, considerando que el público, no solo estaba mal informado, si no también desinformado. Acusaba a este colectivo de simplificar, generalizar, masificar y recontextualizar el conocimiento científico y médico, lo que distorsiona la información; por lo que pedía precaución<sup>5</sup>.

En muchos casos los estudios de investigación aportan resultados parciales, que pueden servir para orientar nuevos estudios, pero estos últimos no son en si el objetivo final, es decir, aquel que podemos materializar llevándolo a la práctica. Podríamos reseñar múltiples ejemplos de artículos en los que se destacaban tratamientos que han tenido resultados *in vitro* o en animales, pero que todavía no fueron probados en humanos. La sociedad desconoce el tiempo y los ensayos clínicos que son necesarios realizar hasta que estos avances puedan aplicarse en seres humanos, en el caso de que puedan llegar a utilizarse. A esto hay que añadirle la falta de seguimiento de este tipo de noticias, incluso aquellas que un día fueron portada. Todo lo cual genera falsas ilusiones, especialmente en

enfermedades crónicas como el SIDA, en enfermedades degenerativas, genéticas o el cáncer<sup>5</sup>.

## El cáncer en prensa

---

Probablemente el cáncer sea una de las enfermedades con mayor impacto social. En los últimos años, se han desarrollado notables mejoras en su conocimiento y tratamiento y, sin embargo, sigue existiendo una gran relación de esta enfermedad con el miedo, el sufrimiento y la muerte.

*La Vanguardia*, uno de los primeros medios de comunicación de la España del siglo XX, fue probablemente el primero en publicar textos en los que se mencionaran la palabra cáncer: 31 de agosto de 1881, año de su fundación. Esto nos indica, que por aquel entonces esta enfermedad ya despertaba el interés de la sociedad. Un año más tarde, se hace mención por primera vez a la relación del tabaquismo con el cáncer, concretamente con el carcinoma de labio<sup>7</sup>.

A nivel internacional, *The New York Times*, uno de los periódicos de mayor relevancia mundial, hace por primera vez referencia directa al cáncer en 1851, concretamente 3 meses después de su fundación. Se trataba de una noticia sobre las muertes de la última semana de 1851 en Nueva York, y como una de ellas se debió al cáncer. Como podemos ver el cáncer era un tema de interés ya en aquel entonces. Desde sus comienzos hasta comienzos del siglo XX las noticias publicadas estaban relacionadas con el número de muertes por cáncer, la aparición de nuevos tratamientos o incluso, en 1896 el descubrimiento de los rayos X<sup>7</sup>.

Dos siglos más tarde podemos decir que el interés por esta enfermedad no ha decaído y que ha mejorado la manera de transmitir esta información, evitando frases como “falleció de una larga y penosa enfermedad”. Aun así, sigue presente la relación de la curación con la “lucha”, lo que hace recaer cierta responsabilidad sobre el enfermo, estigmas, juicios de valor sobre el enfermo, culpabilizando al enfermo por sus hábitos de vida (por ejemplo, fumar), desequilibrio de noticias sobre distintos cánceres y falsas expectativas como

“400 nuevos fármacos contra el cáncer” (año 2001) o “Ahora sabemos que podremos controlar la metástasis en el cáncer” (2007)<sup>8</sup>.

Un ejemplo de esto ocurrió con una publicación en *The New York Times* en 1998. Gina Kolata publicaba “*HOPE IN THE LAB: A special report.; A Cautious Awe Greets Drugs That Eradicate Tumors in Mice*” (Esperanza en el laboratorio: un informe especial, se intuye que existen medicamentos que eliminan tumores en ratones). En este artículo se informaba sobre una combinación de dos sustancias que impediría el aporte de sangre a los tumores y destacaba su uso en “todo tipo de cáncer, sin efectos secundarios evidentes y sin que se desarrollaran resistencias al fármaco”, pero en ratones. Esto hizo que se bloquearan las líneas telefónicas por familiares y enfermos de cáncer que habían leído el artículo con la intención de conseguir información sobre ese nuevo tratamiento. El resto del mundo no tardó en hacerse eco de esta noticia: *Le Monde* 4 días más tarde publicó “*Cancer: un espoir venu d’Amérique*” (Cáncer: una esperanza venida de América); en España *El País* publicó “La ‘cura’ del cáncer causa un autoanálisis periodístico en Estados Unidos”<sup>4</sup>.

Este último diario, *El País*, había publicado tres años antes (1995) “*La vacuna contra el cáncer de cérvix evitará medio millón de muertes anuales*”, donde hacía referencia a la asociación entre el virus del papiloma humano y el cáncer de cérvix, lo que suponía un punto importante de partida para la obtención de una vacuna, la cual no se aprobó en España hasta el 2007, es decir, doce años más tarde<sup>4</sup>.

En los primeros años del siglo XXI el cáncer pasó a representar uno de los temas más frecuentes en la prensa española en relación a la salud. A pesar de esto, un 60 % de los españoles considera que la cobertura informativa es insuficiente. No solo es importante la cantidad, sino también la calidad y fiabilidad de la noticia. La gran mayoría de las veces la fuente de información, sobre temas relacionados con la salud general, es el sector político (49%); sin embargo, en el caso específico del cáncer, casi un 80% procede de investigadores y personal sanitario. Estos datos son muy relevantes teniendo en cuenta que, este último grupo de profesionales son muy valorados por la sociedad y los que mayor fiabilidad transmiten<sup>5,7,9</sup>.

## Informe Quiral

---

El *Informe Quiral* se trata un estudio de investigación que realiza la *Fundación Vila Casas* y el Observatorio de Comunicación Científica de la Universidad Pompeu Fabra. La Fundación Vila Casas es una entidad privada, sin ánimo de lucro que se creó en 1986 con el objetivo de reforzar la investigación socio-sanitaria. Gracias a la fundación se estableció un diálogo entre los profesionales de la sanidad, medios de comunicación y la sociedad.

Cada año se publica un informe donde se analiza y reflexiona acerca de la información que recibe la población sobre un tema de salud a través de los medios de comunicación. La realización de estos informes comenzó en 1997, realizándose una publicación anual hasta la actualidad. En 2010 se llevaron a cabo importantes modificaciones con la finalidad de adaptarse a los cambios ocurridos en nuestra sociedad respecto de los hábitos de consumo informativo.

En el 2011 se publica el Informe Quiral sobre el Cáncer, realizando un análisis de la prensa, radio y televisión en España, EEUU y Reino Unido, búsquedas en Internet y el cáncer en las redes sociales. Según este informe esta enfermedad fue uno de los 15 temas más comentados en prensa en el área de la salud, ya que tiene elementos que fomenta el “atractivo” mediático:

- Gravedad de la enfermedad
- Relevancia para la sociedad
- Novedades, avances en el diagnóstico y tratamiento, así como factores de riesgo relacionados.
- Proximidad, cada vez es más frecuente conocer a alguien cercano que haya padecido esta enfermedad.
- Noticias relacionadas con personajes famosos. (Algunas personalidades públicas que aparecieron en prensa con motivo su enfermedad oncológica fueron: Hugo Chávez, expresidente de Venezuela; Cristina Fernández de Kitchner, expresidenta de Argentina; Steve Jobs, multimillonario empresario informático que no quiso someterse a tratamientos médicos tras ser diagnosticado de cáncer de páncreas optando por tratamientos

alternativos; Helena Rkosnik, esposa de Artur Mas, que narró en un video, para *La Vanguardia*, como es su “batalla”.)

Una observación del Informe Quiral es que, a pesar de que el cáncer se trata de un conjunto de enfermedades relacionadas, sin embargo, no se habla de todos los tipos de cáncer en la misma medida: los tumores que más aparecieron en los titulares de la prensa de nuestro país fueron (por este orden); mama, pulmón, próstata, colon y piel. El cáncer de mama es, con diferencia, el más comentado en los periódicos, y también el que produce el mayor número de muertes, a causa de un tumor, de mujeres en nuestro país. La gravedad de una enfermedad es, sin duda, un factor importante para los medios de comunicación a la hora de escoger un tema, así como el tipo de población o si existen novedades.

En conclusión, el informe Quiral nos muestra como el cáncer es un tema de especial relevancia en la prensa de diferentes países. En el caso de este estudio nos centraremos en el trato del cáncer en “Faro de Vigo”, un periódico de gran difusión en Galicia, sobre todo en la zona sur.

## El Faro de Vigo

---

El Faro de Vigo es el decano de la prensa española, datando su primera edición el 3 de noviembre de 1853. Es el segundo periódico de ámbito autonómico más leído en Galicia, concentrando su influencia sobre todo en el centro y sur de la comunidad. Y cuenta con 6 ediciones para las zonas de Vigo, Pontevedra, Arousa, Ourense, Morrazo y Deza-Tabeirós-Montes.

En 2002 su difusión alcanzó los 42.245 ejemplares de media al día, según datos de la Oficina de Justificación de la Difusión. El Estudio General de Medios en abril de 2010 le otorga 304.000 lectores diarios, lo que lo sitúa entre los trece periódicos españoles más importantes, y le convierte en líder indiscutible en el sur de Galicia<sup>10</sup>.

Por todo esto, se puede considerar un instrumento de especial relevancia, un ejemplo de práctica editorial para conocer la manera de informar sobre el cáncer



en los medios de comunicación escrita de nuestra comunidad. y como esto influye en la idea que tiene la sociedad sobre esta enfermedad.

# Objetivos

- OBJETIVO GENERAL

Analizar la información sobre el cáncer proporcionada en el Faro de Vigo en la primera mitad del año 2016.

- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Conocer el número y la frecuencia de publicación de noticias relacionadas.
2. Conocer los tipos de cánceres que aparecen con más frecuencia en prensa.
3. Conocer las épocas de mayor publicación sobre el tema
4. Identificar el tono utilizado a la hora de informar
5. Identificar las diferentes temáticas.
6. Analizar palabras clave y frases que influyen en la manera de informar.

# Metodología

## Tipo de estudio

---

Se trata de un estudio de metodología mixta con una fase cuantitativa y una fase cualitativa. Con la fase cuantitativa se pretende estudiar el número de noticias y su frecuencia en el tiempo, lo cual nos proporcionó una información objetiva y generalizable; la fase cualitativa nos sirvió para conocer la temática, titulares, palabras clave y tono. Esta segunda parte nos ofreció unos datos mucho más ricos, que nos proporcionó, en su conjunto, una visión más holística de la información; aspecto de especial relevancia, teniendo en cuenta que hablamos del impacto emocional que, estas noticias, generan en nuestra sociedad.

Hablamos pues de un estudio descriptivo, retrospectivo y longitudinal, ya que la recogida de información se hará a lo largo del tiempo y de noticias ya publicadas.

## Criterios de inclusión

---

1. Artículos publicados en el Faro de Vigo.
2. Artículos publicados entre el 1/1/2016 al 30/06/2016
3. Artículos que contengan la palabra cáncer.

## Criterios de exclusión

---

1. Artículos publicados en suplementos
2. Artículos que utilicen la palabra cáncer en sentido metafórico

Secciones que utilizan la palabra cáncer y cuyo fin no es informar sobre la enfermedad; programación, esquelas, horóscopo, etc.

## Muestra

---

Se llevó a cabo un estudio de las noticias relacionadas con el cáncer que hubieran sido publicadas en los medios de comunicación escrita de ámbito local, en la ciudad de Vigo, desde el 1 de enero al 30 de junio de 2016. El estudio se realizó en un único periódico, el Faro de Vigo que proporciona información sobre la zona sur de Galicia.

Se procedió a la revisión de la hemeroteca electrónica de la que dispone la entidad, utilizando filtros para una búsqueda más ágil (período de tiempo y palabras clave) y excluyendo los suplementos, esquelas, programación, etc. Se esperaba recoger entre 60-90 noticias (periódico/año) basándonos en los datos extraídos del Informe Quiral 2011; cifra que varió, obteniendo finalmente 814 noticias, de las cuales solo fueron seleccionadas 416.

El objeto de estudio fue tanto la unidad de registro como la unidad de contexto. Entendemos unidad de registro como segmento específico de contenido que se caracteriza al situarlo en una categoría dada. Esta unidad hace referencia a las palabras, temas, conceptos o símbolos semánticos entre otros. Por otro lado, se analizó la unidad de contexto que es el pasaje donde se encuentra la unidad de registro, por ejemplo, la situación de nuestra noticia en la portada.

## Técnicas de recolección

---

Para la búsqueda de información se acudió a la sede del Faro de Vigo en la ciudad de Vigo, donde se disponía de hemeroteca electrónica. En dicha hemeroteca solo están sólo estaban incluidas las publicaciones en papel, por lo que aquellos artículos que pudieron publicarse exclusivamente en internet no se tuvieron en cuenta en este estudio. E importante comentar que algunos artículos aparecieron varias veces por las distintas ediciones según la localización del periódico, pero solo fueron seleccionados una única vez.

Para realizar la búsqueda se utilizó una palabra clave, limitando las publicaciones entre el 1/1/2016 y el 30/06/2016. Se obtuvieron un total de 814 publicaciones

de las cuales 416 cumplieron los criterios de inclusión. Se recogió la siguiente información de los diferentes artículos:

- Fecha de publicación
- Sección
- Temática
- Detalles (título, subtítulo, frases destacadas y fotografías)
- Palabras clave.

Se guardaron todas las noticias en formato informático (para una búsqueda más rápida) y papel para mayor facilidad a la hora de trabajar. Toda esta información se incorporó al programa Atlas ti. para su posterior análisis.

## Procesamiento y análisis

---

Una vez obtenida la información se procedió al análisis de los datos. Inicialmente se hizo una primera lectura para descartar aquellos artículos que no cumplían los criterios de inclusión y exclusión y que no se habían excluido inicialmente. Posteriormente se modificó el formato de archivo de todas las noticias, pues ATLAS.ti no permite trabajar con pdf (formato de los artículos en la hemeroteca), así que se convirtieron a formato rtf.

Una vez que la información estaba preparada se codificó, es decir, se hizo una descomposición de los datos en unidades que permitieran una descripción del contenido. Para esto es necesario el uso de reglas, y en este caso nos basamos en algunas del sistema de codificación de Bardin:

- Presencia o ausencia de determinada información o palabras.
- Frecuencia de las distintas temáticas.
- Intensidad, siguiendo los criterios de Osgood, teniendo en cuenta el tiempo verbal, adverbios de modo, adjetivos calificativos, ...etc.
- Dirección, haciendo referencia al contenido de los titulares estudiados.

Una vez que la información estaba codificada se procedió a la categorización. El desarrollo de categorías fue inductivo, pues se fueron deduciendo a medida que

se iba trabajando la información, revisándolas continuamente hasta obtener las categorías definitivas.

Por último, se agruparon las distintas categorías en familias y finalmente estas en super familias. Se obtuvieron un total de 2 super familias, 7 familias y 57 categorías (Anexo 1).

Como se comentó anteriormente se utilizó el ATLAS.ti 5 para el análisis de datos, donde nos permitió realizar todo el proceso de codificación y agrupación de forma informático, para un manejo más rápido de los resultados. Se realizó un Network que sirvió para representar gráficamente las relaciones entre las distintas categorías (Anexo 2). Finalmente, se utilizó *Query Tool* para la búsqueda de archivos por categorías y familias.

## Aspectos éticos

---

Dado que cualquier persona puede acceder a la información de la hemeroteca de la sede del Faro de Vigo, en Vigo, no fue necesaria ninguna solicitud o permiso para su recolección.

Debemos tener en cuenta que, aunque en algunos artículos aparecieron datos de carácter personal, por ejemplo, nombre completo y patología del paciente, dicha información apareció, en su momento, en los medios de comunicación, por lo que no se estaría faltando al derecho de privacidad, confidencialidad o anonimato.

## Limitaciones y sesgos

---

A lo largo de esta investigación se irá concretando la metodología del estudio, tomando las precauciones necesarias y evitando los posibles sesgos que puedan aparecer. Se hará especial hincapié en el diseño ya que, si no, los errores sistemáticos no se podrán resolver en ninguna otra fase de la investigación. Esto tiene especial interés en relación con la validez interna, lo que supone una garantía de los resultados del estudio, y un prerrequisito para que pueda darse validez externa.

Debido a la escasez de recursos de los que se disponen, en este estudio no se recopilará información de todos los periódicos disponibles en la localidad de Vigo; lo que unido al corto periodo de tiempo analizado, limita su validez externa.

En cuanto a lo que se refiere a los tipos de errores y sesgos diremos que:

- Existirá error aleatorio (debido al azar) ya que trabajaremos con muestras y no con la totalidad de la información.
- Errores sistemáticos, referidos al diseño del estudio, ya sean:
  - Selección: Se recopilará la información del diario más leído en la ciudad de Vigo, con el fin de tener una fuente con el mayor número de lectores.
  - Información: a pesar de que se intente analizar la información cualitativa de la manera más objetiva posible, será inevitable la influencia de la opinión subjetiva del investigador.
  - Factores de confusión: como hemos visto, hay múltiples factores que influyen en la percepción del cáncer en nuestra sociedad, por lo que existe la opción de que haya variables externas que influyan en las conclusiones del estudio.

Desde el punto de vista de la precisión, el hecho de manejar información escrita y registrada en las hemerotecas disponibles, nos ofrece una gran seguridad de ser cierto todo lo referido a los datos recogidos.

# Resultados

Se estudiaron un total de 416 documentos, sin embargo, la saturación de información se alcanzó con las 250 primeros, pero por acuerdo del equipo se decidió estudiar los 416 con el fin de obtener mayor número de resultados para la confección del estudio. Queremos puntualizar que se estudió un total de 422 artículos, pues algunos documentos contenían más de un artículo.

Se publicaron una media de 69,33 artículos/mes donde estuvo incluida la palabra cáncer.

De los 416 artículos emergieron 57 categorías. Se establecieron relaciones y vinculaciones de pertenencia entre categorías dando lugar a 7 familias y 2 super familia. (Anexo I).



## Estructura

Esta super familia hace referencia a la “imagen” de la noticia, es decir, se estudian aquellos aspectos que pueden ser llamativos para el lector, y por lo tanto incitar a la lectura de la misma. Por otro lado, también pareció relevante estudiar en que sección aparece el artículo y la relación de esta con la salud; y por último las temáticas más destacables.

## Temática

La clasificación de la temática se hizo teniendo en cuenta los temas más comentados, incluyendo en el grupo “otros” aquellos temas que no se consideraron tan relevantes.

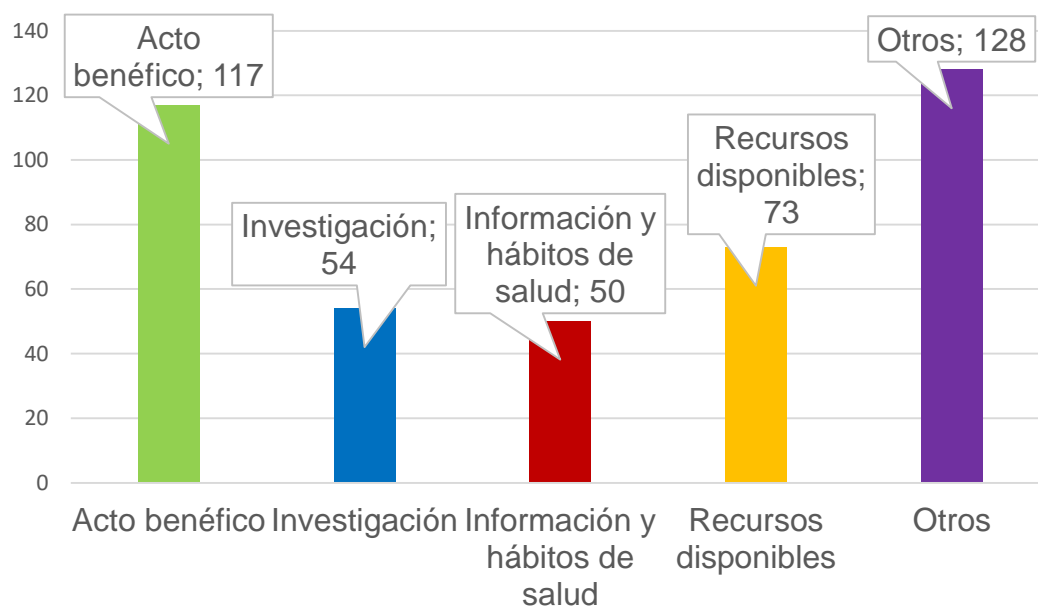


Ilustración 1. Gráfico de barras de la familia Temática.

En la Ilustración 1 podemos observar ya una gran diferencia: *Acto benéfico* fue la temática más destacada, con un total de 117 artículos. Esta categoría hace referencia a la convocatoria de carreras, conciertos o actos, tanto para recaudar dinero como para aumentar la visibilidad de la enfermedad. Llama la atención la cantidad de cosas que se organizan para la obtención de fondos, con el fin de proporcionar mejores servicios para los pacientes y medios para la investigación. En la mayoría de los casos están promovidos por la AECC (Asociación Española Contra el Cáncer) y Adicam (Asociación de diagnosticadas de cáncer de mama)

o por clubes deportivos, colegios o asociaciones de carácter privado que recaudan fondos para donar a algunas de estas asociaciones.

En segundo lugar, encontramos *Recursos disponibles*, etiqueta que hace referencia a aquellos servicios, programas o medidas que se toman para fomentar la prevención, un diagnóstico más precoz por parte de las instituciones sanitarias o alguna asociación sin ánimo de lucro.

A continuación, está la *Investigación*, los avances en la rama de la Oncología y en el conocimiento de la enfermedad. Destacar que, en muchos casos, estas noticias hacen referencia a estudios que aún están en curso, o resultados de estudios en laboratorio o con animales, dando por hecho que los resultados que se obtendrán en humanos serán igual de positivos.

En la categoría *Información y hábitos de salud*, se tratan temas de prevención como hábito tabáquico en relación al cáncer de pulmón y el uso de fotoprotectores en el cáncer de piel, así como incidencia de ciertos cánceres, tasa de curación y datos en relación a los screenings y diagnósticos precoces.

Finalmente, en *Otros* encontramos una gran variedad, desde referencias al cáncer como causa de la muerte de personajes célebres, entrevistas a pacientes y personal sanitario o noticias relacionadas con personalidades políticos, en relación a medidas adoptadas u objetivos alcanzados.

## Secciones

La Ilustración 2 nos muestra que el cáncer ha acaparado las portadas del Faro de Vigo un total de 11 veces, ha aparecido en 394 secciones y en 11 ocasiones

se desconoce la sección concreta, pero se reconoce que no hacen referencia a portadas.

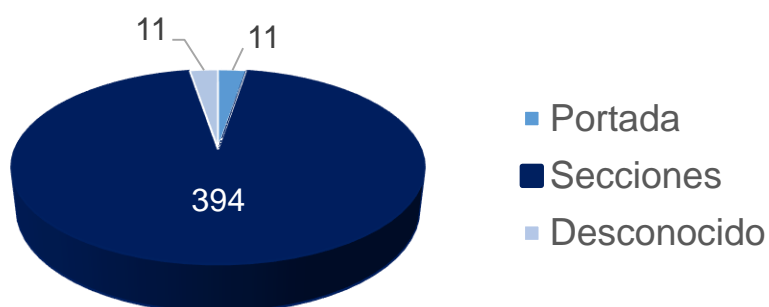


Ilustración 2. Gráfico de sectores de la familia sección

Más concretamente, en la Ilustración 3 podemos ver las secciones más utilizadas para publicar noticias relacionadas con el cáncer. No se incluyeron todas las secciones en la gráfica con la finalidad de facilitar su comprensión, por lo que sólo aparecen las de mayor presencia.

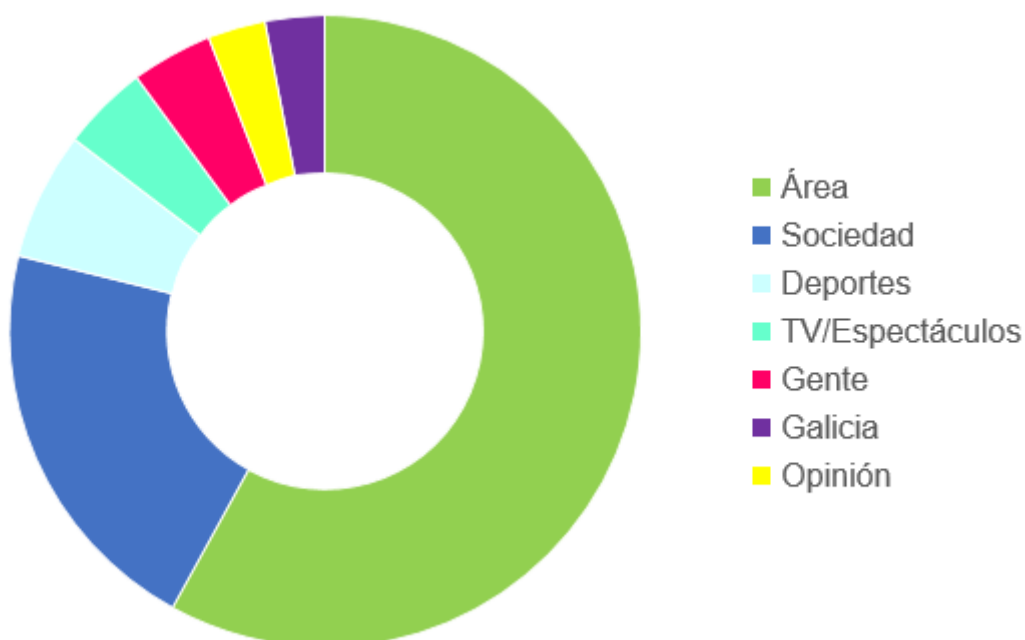


Ilustración 3. Gráfico de sectores de las secciones más relevantes

Como se puede ver la mayoría de las referencias se encuentran en la sección *Área*, es decir cada una de las comarcas de Galicia para las que escribe el Faro de Vigo. En segundo lugar se encuentra *Sociedad* y *Deporte* debido al gran

número de noticias sobre personajes famosos que padecen o han fallecido a causa de un cáncer.

## Detalles

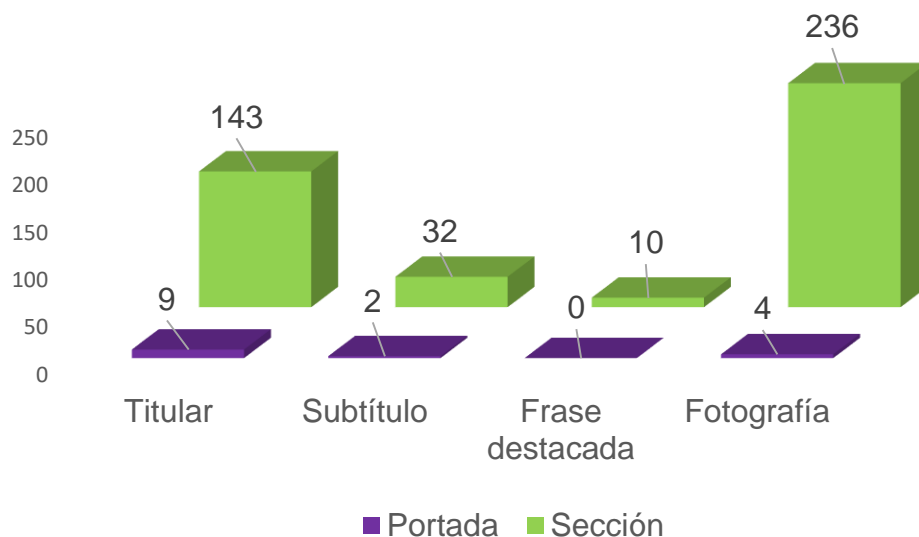


Ilustración 4. Gráfico de barras de la familia detalles

Como podemos ver en la Ilustración 4, 9 de los 152 artículos que incluyen la palabra cáncer en el titular están en la portada. De estos, 4 hacen referencia a actos benéficos como *“Gala benéfica en Cangas contra el cáncer de mama”*; y una de ellas iba acompañada de una foto en el centro de la portada que decía *“Cortes de pelo para ayudar a personas con cáncer en A Estrada”*. También se hace referencia al fallecimiento de un personaje famoso: *“Muere David Bowie, el camaleón del rock, a los 69 años víctima de un cáncer”*; a la investigación: *“El instituto Biomédico de Vigo participa en el mayor estudio genético del mundo sobre cáncer de mama”*; y a recursos: *“Adicam estrena su Grupo Interactivo de Pacientes con 30 afectadas de cáncer”*.

De los 34 subtítulos que aparecieron en la muestra, 4 de ellos iban acompañados con un titular que contenía la palabra cáncer; y de las 10 frases destacadas aparecía en 4. Por lo que en un total de 190 artículos (45,02%) aparece destacada una frase que contiene dicha palabra.

En el apartado de *Frases destacadas* encontramos algunas tan llamativas como “Los niños nacidos “*in vitro*” podrían tener más riesgo de padecer cáncer en la edad adulta” y “El cáncer es una enfermedad que cada vez sufrimos más, el problema es la falta de medios, siempre vamos por detrás”.

Un total de 240 artículos van acompañados de una imagen, ya sea una foto o una ilustración cuya finalidad es facilitar la comprensión de la información incluida en el texto. En el caso de las fotografías, presentan principalmente personal sanitario, en la mayoría de los casos ataviado con indumentaria profesional, ya sea bata o uniforme propio del centro al que pertenecen (Ilustración 5).

También podemos encontrar fotografías de los personajes sobre los que trata el artículo o del acto del que se habla: carreras, recogida de donativos o entrega de premios (**¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**).



Ilustración 5. Foto personal sanitario y de investigación



Ilustración 6. Foto carrera benéfica

## Información

En esta super familia estudiaremos más a fondo las palabras y frases utilizadas en los artículos, tanto para referirse al cáncer como a experiencias relacionadas. Se consideró relevante estudiar la diferencia de información en cuanto a tipos de cáncer se refiere o el uso de palabras excesivamente técnicas, pues se trata de un medio de comunicación dirigido a la población general.

### Tipos de cáncer

En la siguiente gráfica se muestran los tipos de cáncer más comentados en la muestra.

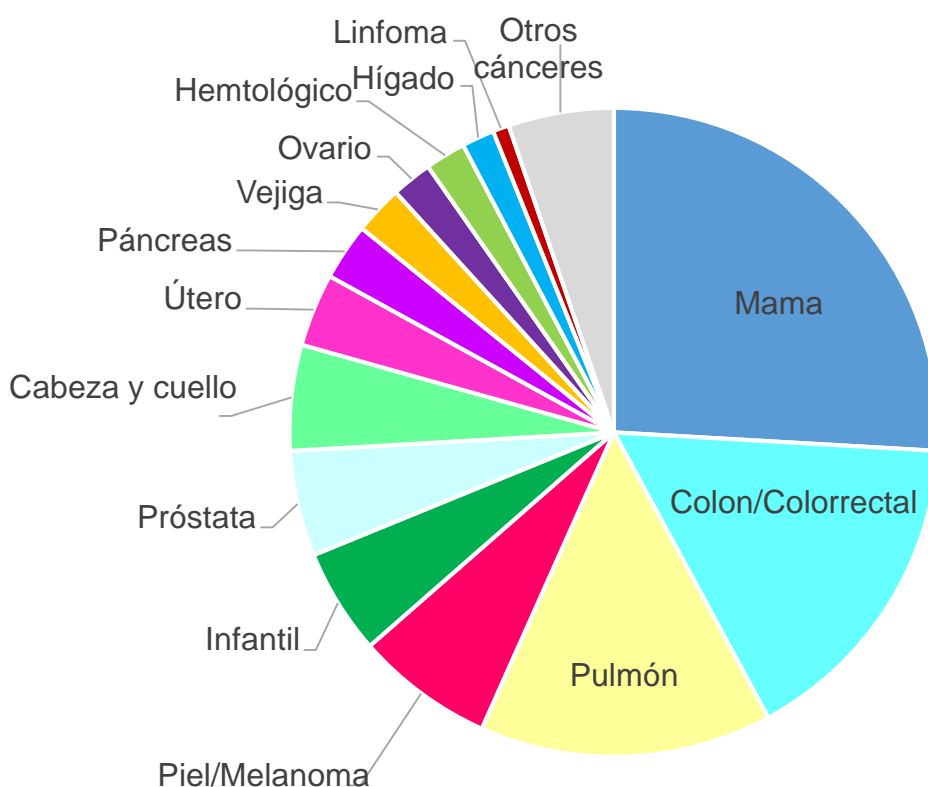


Ilustración 7. Gráfico de sectores de la familia tipo de cáncer.

Como podemos observar en la Ilustración 7, los cánceres más nombrados son el de mama, colon, pulmón y piel. Debemos puntualizar, que en el caso del cáncer de mama no se tuvo en cuenta la palabra “mama”, cuando hacía referencia a Adicam (Asociación de diagnosticadas de cáncer de mama).

En el caso del cáncer de mama las noticias aparecidas están muy ligadas a programas de atención psicológica: *“El cáncer de mama más comunicativo”*; o incluso proyectos para mejorar la autoestima de los afectados: *“Salceda busca mujeres que sufrieran cáncer de mama para ponerles pezones hiperrealistas”*.

En el caso del cáncer de colon, sobre todo las noticias hacen referencia al diagnóstico precoz y a fomentar la participación en programas de screening: *“Todo a punto para el programa de detección de cáncer de colon”*, *“El CHUO ve más de 200 casos de cáncer de colon al año y opta por la detección precoz”*.

Los artículos relacionados con el cáncer de piel tratan especialmente las medidas de prevención. *“recomienda “sensatez” en el consumo de sol (...) evitar la exposición en horas centrales del día y usar protectores adecuados”*, *“hay que examinar lesiones nuevas, sobre todo si hay cambios bruscos, bordes, forma, tamaño o color”*.

Finalmente, en el caso del cáncer infantil se ve una clara relación con actos benéficos: *“Cita benéfica en el pabellón de Os Remedios contra el cáncer infantil”*, *“(...) VII Andaina Solidaria “Nico contra el cáncer infantil””*.

La Ilustración 8 muestra el número de veces que aparece cada tipo de cáncer en relación a los meses del estudio.

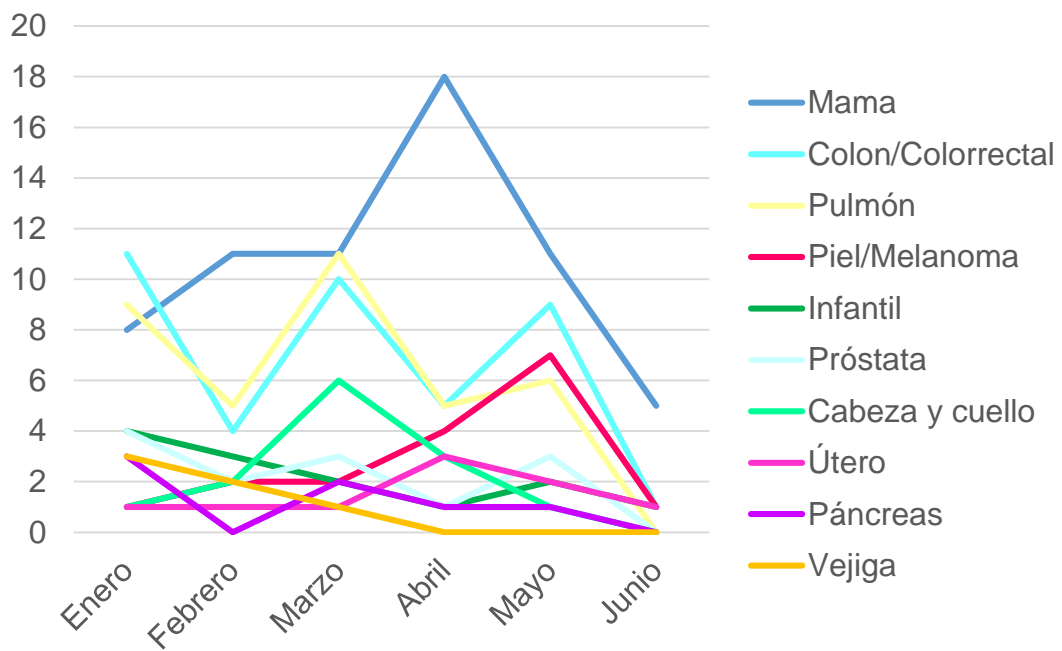


Ilustración 8. Gráfica de líneas relacionando tipo de cáncer con fecha de publicación.

Posiblemente cabría esperar un mayor número de noticias relacionadas con tipos concretos de cáncer en determinadas épocas. Por ejemplo, el cáncer infantil en febrero, pues el 15 de ese mes es el Día Internacional Contra el Cáncer Infantil; sin embargo, no es así, y ese día solo se hace una breve mención: *“Por otra parte y con motivo del Día del Cáncer infantil, el equipo de A Revista conectará en directo con trabajadores del área de oncología infantil del Hospital Clínico de Santiago”*. Lo mismo pasa con el cáncer de pulmón, pues el 31 de mayo es el Día Sin Tabaco, y de hecho se observa un menor interés que otros meses.

En el caso del cáncer de piel, vemos un mayor aumento de interés en el mes de mayo, y dado que, como hemos comentado antes, la mayoría de las noticias hacen referencia a su prevención y buenas conductas de salud, podría estar relacionado con la llegada del buen tiempo.

Si se percibe un aumento de interés en relación al cáncer de colon durante el mes de marzo, ya que el día 31 es el Día Contra el Cáncer de Colon,



aunque no alcanza una frecuencia muy diferente a los meses de enero y mayo.

Recalcar, que el cáncer de mama, es el más comentado todos los meses (salvo el mes de enero), y en ningún caso coincide con el Día Contra el Cáncer de Mama (19 de octubre); lo que demuestra un gran interés, por parte de la prensa, de manera constante.

En cuanto a los datos globales de publicación por meses, vemos una tendencia bastante homogénea, siendo enero el mes con más publicaciones (82) y febrero el que menos, con 57; lo que llama un poco la atención, teniendo en cuenta que el Día Contra el Cáncer se celebra ese mes (4 de febrero).

## Sensacionalismo

### Beneficencia

Parece interesante comentar el vocabulario que se utilizó en más del 60% de los artículos relacionados con actos benéficos. En la mayoría de los artículos, se utiliza la palabra solidaridad *“Ourense le regala solidaridad a Nico”, “El ágape solidario contra el cáncer congrega en Silleda a 150 comensales”*; y se utiliza dicha palabra acompañando a los programas o recursos que se están comentando: *“Mechones solidarios”, “Mercadillo solidario”, “Galleta solidaria” y “Areolas solidarias”*.

También aparecen con frecuencia palabras como voluntarios: *“La AECC moviliza a 270 voluntarios en su tradicional cuestación anual”, “La aportación será voluntaria por parte de aquellos que se acerquen a disfrutar del espectáculo”*; donación *“(…) el precio simbólico de un euro por la entrada se donará a la AECC”, “El dinero recaudado con los donativos de los participantes”*; y benéfico: *“La Asociación contra el Cáncer abre la inscripción para una comida benéfica” y “En cuanto al concierto benéfico (…)”*

## Guerra

Probablemente sea la comparación metafórica más empleada, donde el proceso es una batalla: *“falleció el domingo tras una batalla contra el cáncer”*; que suele durar mucho tiempo: *“llevaba tiempo combatiendo varios tumores”*, *“tras librar una batalla de 18 meses contra el cáncer”*; y que supone pelear: *“llevaba peleando contra esta enfermedad desde 2014”*; y por supuesto matar: *“por eso al cáncer hay que matarlo porque él no se muere solo”*.

Los supervivientes, y aquellos que apoyan la causa, son considerados héroes: *“Las muestras de apoyo sirvieron para reponer el bidón de energía vital para la heroicidad”*, *“que merecen “toda su admiración” por ser “protagonista de la hazaña”, “por una causa tan loable” para “culminar una gran gesta”*. Aquellos que no son tan rápidos son víctimas de un enemigo más fuerte que ellos: *“falleció víctima de un cáncer”*. El hecho de ganar puede llegar a ser objeto de ovación: *“La última vez que recibí una ovación fue cuando superé el cáncer”*; pues la persona muestra su fortaleza: *“pelea contra un cáncer convencido de que su fortaleza, la que demostró siempre en la cancha, le ayudará a salir adelante”*.

En algunos casos nuestras defensas no son suficientes para combatir y por eso se busca *“Un aliado en la lucha contra el cáncer”*; aun así, a veces es *“imposible detener su avance, pero existen armas, tratamientos para intentarlo”*. En ocasiones si es suficiente con nuestras *“células “asesinas”*, pero en otros casos son necesarios tratamientos específicos, considerados *“Un veneno con licencia para matar”*.

A la hora de hablar de metástasis también vemos frases relacionadas, pues *“los tumores empiezan a crecer invadiendo vasos sanguíneos y órganos”* y los tratamientos *“captarían las células malignas evitando que colonicen otros órganos”*.

Pero sin ninguna duda la palabra más utilizada con esta connotación es lucha, pues cualquier proceso que tenga relación con el cáncer así se identifica, ya sea en relación a la investigación o al tratamiento: *“lucha contra esa lacra”, “batallan o han batallado contra la lacra del cáncer y sus terribles consecuencias”*.

### Vida propia

En muchos casos se habla del cáncer como si este tuviera vida propia y estuviera retándonos con su mera presencia. Se le dan cualidades propias de un ser humano, como un ser agresivo (*“tipos de cáncer más agresivos”*) al que no debemos enfadar pues *“podría haber vuelto a mostrar su peor cara”*.

No existe lugar donde el cáncer no pueda entrar: *“Se cuele en todas partes”, “a veces avisa cuando es demasiado tarde”,* es una *“dolencia normalmente silenciosa”* pues *“las células que causan metástasis se esconden del sistema inmunitario”* para no ser vistas.

Se hace referencia al cáncer, como un ser que les lleva al inframundo (Estigia): *“ha vuelto más allá de la Estigia, ha engañado al temible barquero que amenazaba con llevarse su alma antes de tiempo y, gracias a los médicos, se ha librado de un cáncer de páncreas que amenazaba con ser incurable”*.

### Carrera/Competición

Son muchas las personas que hacen referencia a esta etapa de su vida como un camino: *“me di cuenta de que siempre hay que seguir andando. Y si no das, arrastrarte”*. A veces ese camino debe recorrerse a contrarreloj, pues se trata de una competición y ganará aquel que llegue antes a la meta: *“el cáncer fue más rápido que él, en menos de seis meses se lo llevó por*

*delante*”; y no debemos confiarnos pues, aunque pensemos que vamos ganando *“Quizás el cáncer hizo trampas...”*

Estas comparaciones también incluyen la competición, como el deporte del fútbol, como si se tratara de *“afrentar el partido de su vida”*, *“Ahora mismo, tengo la sensación de ir 2-0 en la primera parte de un partido que aún no ha terminado, pero estoy seguro de que acabará ganando (...) El cáncer se ha impuesto en esa reanudación”*.

Y también lo es, también lo ven así aquellos que investigan: *“La carrera en el diagnóstico precoz del cáncer podría dar frutos en el año 2019”*, *“Está claro que hace falta más preparación porque nos está cogiendo por encima esta enfermedad”*. Y es importante estar en las primeras filas para llegar cuanto antes: *“Galicia se coloca en el pelotón de salida de Europa de la medicina de precisión contra el cáncer”*.

## Expectativas

### Expectativas en investigación

Aproximadamente el 20% de los títulos, subtítulos y frases destacadas que incluyen la palabra cáncer hacen referencia a temas de investigación. En la siguiente tabla (Tabla I) se hace una comparación de la información proporcionada en los titulares y las aclaraciones a lo largo del texto.

Tabla I. Relación de titulares y aclaraciones del texto

Titular	Aclaración del texto
<ul style="list-style-type: none"><li><i>“Galicia se coloca en el pelotón de salida de Europa</i></li></ul>	<i>“Va a ser una especie de estudio para confirmar que la biopsia líquida es factible” “Otra posible</i>

<p>de la medicina de precisión contra el cáncer”</p>	<p>aplicación de la medicina de precisión sería la detección precoz de tumores, lo que “está más verde”</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• “El cáncer de mama en mujeres con riesgo se detectará en sangre en 10 años”</li> </ul>	<p>“Una simple prueba de sangre podrá detectar en cinco o diez años cáncer de mama”</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• “El estrés extiende el cáncer a través del sistema linfático”</li> </ul>	<p>“Según un experimento en ratones publicado en la revista “Nature””</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Biólogos diseñan un método para predecir cáncer de pulmón cuando existe sospecha”</li> </ul>	<p>“La prueba rápida e indolora evitaría en muchos casos la realización de procedimientos invasivos y complementaría las herramientas diagnósticas actuales”</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Las bacterias abren puertas para la futura vacuna contra el cáncer”</li> </ul>	<p>“podrían ser las futuras vacunas con las que tratar el cáncer”</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• “El cáncer de mama podrá detectarse a través de la saliva”</li> </ul>	<p>“por lo que un equipo (...) está desarrollando un dispositivo para facilitar este proceso a través de la saliva”.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Descubren un mecanismo para potenciar el sistema inmunitario contra el cáncer”</li> </ul>	<p>“proponen localizar una molécula, un fármaco, que bloquee esa proteína CIS, que actúa de freno</p>

- |  |   |
|--|---|
|  | para la activación de las células “asesinas”  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• “El Chuvi estrena la biopsia líquida en pacientes con cáncer de pulmón”</li> </ul>        | “Es el caso de la mutación del EGFR (...). La tienen el 10 % de los pacientes”                  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• “Un fármaco abre la vía a un tratamiento para el cáncer de mama más agresivo”</li> </ul>  | “Es una investigación que todavía no se ha probado en pacientes”<br>“está en fase experimental” |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• “PharmaMar lanzará su segundo fármaco en 2017 y retrasa su cotización en EEUU”</li> </ul> | “ya está licenciando el compuesto antes incluso de conocer el resultado del estudio pivotal”    |

### **Subtítulos**

- |   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• “Una firma de Bill Gates promete detectar con un test sanguíneo casos en pacientes sanos”</li> </ul> | “se encuentra en fase experimental su técnica para detectar con una gota de sangre células malignas” |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• “Un equipo internacional desarrolla una nueva molécula contra tumores de cabeza y cuello”</li> </ul> | “han desarrollado una molécula que, en modelos animales, ha demostrado eficacia terapéutica”         |

### **Frases destacadas**

- *“Un avance que atacaría a cualquier tumor”* | *“todavía es muy prematuro afirmar que esto se va a trasladar a un tratamiento para los pacientes en un corto plazo de tiempo”*

Como podemos observar, existen múltiples casos donde la información que en el titular se da como un hecho, en el texto se aclara que o bien está en fase experimental o que sólo ha sido demostrado en animales. En otros casos hablan de nuevas formas de diagnóstico que sólo sirven para el 10% de los afectados de un tipo de cáncer concreto.

Hay titulares que destacan el descubrimiento de moléculas contra un cáncer, sin embargo, no se trata de algo que podamos aplicar a día de hoy, pues es sólo el comienzo para empezar a investigar posibles tratamientos.

Puntualizar que alguno de los titulares habla de avances que ocurrirán en el futuro, en un plazo de 5 o 10 años, incluso sin especificarlo, pero evidentemente es difícil garantizar eso con total seguridad.

## Recursos y hábitos

La información proporcionada en el Faro de Vigo en relación a los recursos suele hablar en presente o, en caso de hablar de medidas futuras, no son mayores a un año. Sin embargo, encontramos un artículo en el que no se especifica: *“El Chuvi creará un comité multidisciplinar para abordar los casos de cáncer de piel”*; por lo que se desconoce si dicho comité ya ha sido creado. Otro caso destacable es una noticia que trata sobre una nueva técnica de detección precoz, que sin embargo parece que llegaría (si es que llegaba) más tarde a los hospitales españoles, que es como realmente se beneficiaría la población: *“Científicos españoles presentan una nueva*

*técnica de detección precoz del cáncer” “La intención de la compañía es trasladar esta herramienta a hospitales generales”.*

Otro titular que puede llevar a confusión fue *“Un tercio de los nuevos casos de cáncer de próstata no se tratan”*; lo que quiere decir que el personal sanitario no tome ningún tipo de medida, sino que se puede *“optar por una “vigilancia activa”.*

En cuanto a los hábitos de salud, hubo un dato que llamó la atención, y es que en menos de un mes se dieron 3 cifras diferentes para relacionar el cáncer con conductas saludables: *“El 35 por ciento de los cánceres están relacionados con la mala alimentación bien por déficit de ciertos alimentos o por exceso de grasas”* (17/01/2016), *“el 30% (...) Se evitarían con mejores hábitos de vida, sobre todo alimentación y ejercicio”* (28/01/2016), *“aproximadamente la mitad de los cánceres podrían evitarse educando en hábitos saludables”* (30/01/2016).

Por último, hacer referencia a un artículo cuyo titular incita a un alarmismo, que más adelante, muestra que es excesivo: *“La OMS alerta sobre el efecto cancerígeno de consumir bebidas muy calientes”, “No obstante asegura que el riesgo de cáncer de esófago por el consumo de bebidas calientes es muy muy bajo”.*

## Experiencias

Podemos observar múltiples referencias sobre cómo han experimentado, o incluso como esperan experimentar, esta enfermedad aquellas personas que la padecen o la han padecido.

En alusión a esta época de su vida, la caracterizan como muy dura y con mucho sufrimiento: *“...después de un duro recorrido, con gran dolor y sufrimientos, decidimos emprender la lucha”, “La primera fase fue la peor para mí porque me dolía cada vez más a pesar de que me estaban dando quimio. No entendía bien lo que estaba pasando (...). Hasta noviembre*



*seguía con dolor. Después me devolvieron un poco la vida” y “Además, llegó un punto que incluso tenía vergüenza (...) me hinché muchísimo (...) se me cayó el pelo.”, “Literalmente, vivo al día. Cada día me levanto y doy gracias a Dios por estar vivo.”*

En algunos casos se hace referencia al sentimiento de desesperanza que viven a lo largo de esta etapa: *“Llegas con la intención de superar el cáncer, pero la sala de espera te hunde psicológicamente”, “No todo el mundo se cura o puede remontar y lo ves ahí, durante mucho tiempo. No ayuda”, “Parece que llegamos, pero nunca damos llegado”.*

Hay referencias a la dureza del tratamiento: *“Hoy iniciará un duro tratamiento de quimioterapia”, “Además, los tratamientos afectan a la libido, provocan menopausias precoces, en las mujeres más jóvenes afectan a su posible maternidad...”.*

El cáncer afecta a muchos aspectos de la vida de aquellos que lo padecen, entre otros al laboral, lo que en algunos casos puede suponer un problema, ya sea por ser *“despedida de su trabajo en un hotel al poco de que le diagnosticaran un cáncer”* o por un cambio de funciones al considerar que ya no tiene las mismas capacidades, *“...me dicen “bueno, pues ven a ver si te buscamos un teléfono para que contestes”. Me pareció horrible la respuesta (...) sé que no valdría para estar allí sin hacer nada”.*

En algunos casos, los titulares dan falsas esperanzas de vida: *“La mitad de los pacientes con cáncer de hígado sobrevive gracias a la inmunoterapia”.* Y aclara a lo largo de la noticia: *“Más de la mitad de los pacientes con cáncer de hígado avanzado evaluados han sobrevivido más de un año tras el tratamiento”.*

En uno de los artículos un neumólogo habla sobre una experiencia muy similar a la que se imagina deben vivir sus pacientes, la cual considera enriquecedora, pues le ayudará a empatizar con ellos: *“Me gusta siempre meterme en la piel del enfermo para entenderlo mejor y quería subir hasta*

*allí (base del Everest) para darme cuenta de lo mal que se pasa. A 5000 metros aceleré la marcha (...) No me llegaba el oxígeno. Fueron como dos minutos en los que lo pasé fatal y me acordé de los pacientes que trasplantamos y los entendí mejor a nivel terapéutico”.*

## Terminología

### Sinónimos

Podemos ver como en varios artículos se utiliza la palabra muerte como sinónimo de cáncer: *“Me he enfrentado a la muerte”, “enfermo de muerte”* y *“Se fue como dice su tema “Killed by death”, como nos iremos todos: asesinados por la muerte”*. Aunque en algunos casos no se habla de ella exactamente como la muerte, si se hace como algo maligno: *“...el mal fue detectado en sus primeras etapas”*, o algo sucio: *“Pau Donés está limpio de cáncer”*.

Se hace alusión a esta enfermedad por características como *“grave enfermedad”, “temida enfermedad”* y a su fortaleza *“es una especie de coche de carreras tremendamente blindado y con muchos pilotos que se adaptan a cualquier tipo de condiciones del entorno”*.

En una ocasión, se hace referencia a una frase poco utilizada hoy en día *“una larga y penosa enfermedad”*, pero se nombra justamente como crítica a esta manera de referirse al cáncer. Sin embargo, si aparece un titular que dice *“tras una larga enfermedad”*, lo cual no siempre es así.

En el caso de la metástasis se describen como *“semillas latentes”* que pueden volver a activarse en cualquier momento.

## Palabras raras

Debemos tener en cuenta que el medio analizado es un periódico de información general, para todo tipo de público, no exclusivamente para personal sanitario, por lo que se ha considerado interesante constatar aquellas palabras que podrían suponer cierta dificultad en la comprensión del texto.

Se hace referencia a nombres muy específicos de tumores, que con su simple lectura no permiten al lector hacerse una idea de la localización de este *“neuroblastoma”, “mixofibrosarcoma de alto grado” y “glioblastoma”*.

Por otro lado, se habla de cánceres cuyo nombre es más familiar, pero acompañados de un “apellido” que da a entender que es un subtipo, pero sin aclarar que supone esta clasificación: *“linfoma periférico de tipo tres”, “nominados T3” y “cáncer pulmonar no microcítico”*

En algunos casos se da el nombre específico del gen, proteína o diana a la que hace referencia el artículo, sin influir en la comprensión; *“Oncogen MYC”, “dianas epigenéticas”, “gen RAS”, “quinasa ALK 5”, “proteína (...) Cerb-b2”, “mutación del EGFR”, “proteína AMP” y “proteína CIS”*.

Algunas palabras como *“estroma”, “epiplon” y “omen”, “cáncer hormonorrefractario”, “cromatina” y “antiandrógenos”,* si parece relevante conocer su significado para una lectura comprensiva.

Hay términos que hacen referencia a la biotecnología y genética, difíciles de comprender con exactitud, pero el lector podría hacerse una idea de a que hacen referencia en líneas generales; por ejemplo: *“nanomateriales”, “investigación genómica translacional” y “genes hipermetilados”*.

En un caso aparecen las siglas “SPF” (Niveles mínimos de protección solar) sin explicar su significado en el texto, como ocurre con otras siglas.

Finalmente destacar dos palabras creadas con lexemas de la lengua inglesa, y aunque se trata de slogans de campañas, tampoco van acompañadas de su significado, son “*Skinchecker*” y “*FuckCáncer*”.

# Discusión

Este estudio ha permitido hacer una descripción de la “imagen” que proyecta la prensa, así como el estudio de la información y el vocabulario empleado en la difusión de información sobre esta enfermedad.

Acorde con los datos obtenidos en el Informe Quiral de 2011 el cáncer de mama fue el más comentado con gran diferencia seguido del cáncer de pulmón, próstata, colon y piel. Este desequilibrio de información ya se criticaba en Guía de Salud y medios de comunicación, pues algunos cánceres quedan relegados a menciones anecdóticas. Sin embargo, y contrariamente a las conclusiones de este último informe, no se observa un aumento de noticias sobre un cáncer concreto en fechas señaladas y existe una tendencia homogénea en cuanto al número global de noticias sobre este tema.

Uno de los temas más comentados en relación al cáncer son los avances científicos. En la Tabla I se hace patente las importantes diferencias de información proporcionadas en los titulares y en el texto. Vladimir de Semir hacía hincapié en el uso de titulares llamativos con avances científicos que aún tardarían mucho tiempo en ser aplicables a la población. Parece interesante resaltar la noticia concreta que decía *“El estrés extiende el cáncer a través del sistema linfático”* y posteriormente puntualiza *“Según un experimento en ratones publicado en la revista “Nature””*. Recuerda a la noticia publicada en 1998 en *The New York Times* *“Esperanza en el laboratorio: un informe especial, se intuye que existen medicamentos que eliminan tumores en ratones”* y que fue tan criticada. A su vez, esto origina una falta de contextualización, pues el lector desconoce cuándo podrá hacerse uso de los beneficios de esos avances *“Las bacterias abren puertas para la futura vacuna contra el cáncer”*. Se intuye pues, una búsqueda exclusivamente por la atención del lector, focalizándose en los resultados con una tendencia al amarillismo.

Las metáforas son muy frecuentes a la hora de informar sobre cáncer, incluso son utilizadas por la población general. Es muy frecuente encontrar comparaciones bélicas, haciendo alusión a la fortaleza de aquellos que lo superan, pero a su vez dando a entender “la insuficiente fortaleza” por parte de aquellos que quedaron en el camino. También podemos ver referencias a esta enfermedad con la muerte, silenciosa y agresiva, lo que inevitablemente la convierte en una “*angustiosa enfermedad*”.

Parece llamativa, la gran cantidad de noticias sobre actos benéficos, utilizando vocabulario que, inevitablemente, llevan al lector a compadecer a aquellos que padecen un cáncer. Se hace alusión a los donativos, la solidaridad y a la participación voluntaria, creando un sentimiento de pena, que los propios enfermos rehúsan.

En la Guía sobre Salud y medios de comunicación, se hace hincapié en la importancia de cumplir ciertos requisitos para una buena comunicación. Una de ellas es la necesidad de mostrar la información de manera clara y comprensible idea totalmente contraria cuando encontramos casos de utilización de términos “*glioblastoma*”, “*estroma*” o “*genes hipermetilados*”, conceptos que no iban acompañados de explicación. También recalca la Guía la necesidad de ser rigurosos a la hora de informar, pues frases como “*tumores transmisibles*” pueden llevar a la falsa idea de que es una enfermedad infecciosa, caso del VPH (virus del papiloma humano), cuando sabemos que su mera presencia no origina necesariamente un cáncer.

Esto genera en el lector, una idea del cáncer como una enfermedad no prevenible, incurable y que genera sufrimiento y dolor en aquellos que la padecen.

# Conclusión

El objetivo general que se planteaba al comienzo del estudio, era analizar la información proporcionada por el Faro de Vigo en relación al cáncer. Viendo los resultados obtenidos, parece que la manera de informar sobre esta enfermedad corre riesgo de generar falsas expectativas en el lector.

A lo largo de los años, el número de noticias relacionadas con el cáncer, y la salud en general, ha ido aumentando considerablemente, sin embargo, no han aumentado el número de periodistas especializados en esta área. Dicha especialización es demandada por los profesionales del periodismo desde hace años.

Hoy en día, existen formas más rápidas de conseguir información que la prensa; ejemplo claro es Internet y las Redes Sociales, no siempre fiables. Por esta razón se enfatiza en la necesidad de informar de manera real y sin tendencia al sensacionalismo por parte de los periódicos, pues son referentes de veracidad en nuestra sociedad. Para ello, podría considerarse la opción de crear nuevos protocolos para que el paso de información del personal especializado a la población, a través de los periodistas, se ajuste más a la realidad.

El uso de metáforas, crean una imagen del cáncer como un ser maligno, con vida propia, que inevitablemente, nos lleva a la muerte. Destaca el uso de la palabra “lucha”, que crea una especie de rivalidad entre el cáncer y el enfermo, donde se valora la fortaleza de cada uno, pudiendo suponer un cierto menoscabo hacia aquellos que no consiguen “superarlo”. Parece conveniente dejar de utilizar dichas metáforas con la finalidad de no herir la sensibilidad de las personas que padecen esta enfermedad.

Finalmente, recalcar la importancia del papel del personal sanitario en la correcta información, en la desmitificación y en el desengaño ya sea sobre temas de prevención como avances en el diagnóstico y tratamiento de la

enfermedad. Y en el caso de que las personas que quieran obtener más información, recomendar lecturas o páginas de internet de probada veracidad, aprovechando la buena valoración social de la que disfruta el personal del sector sanitario como símbolos de transparencia y conocimiento.



# Bibliografía

1. AIMC. Medios de comunicación y marketing [Internet]. España: Statista; 2016 diciembre [citado 8 de mayo de 2017]. Disponible en: <https://es.statista.com/estadisticas/476795/periodicos-diarios-mas-leidos-en-espana/>
2. Asociación Española Contra el Cáncer. Guía de estilo. Salud y medios de comunicación. El cáncer. AECC; 2006.
3. Asociación para la investigación de medios de comunicación. Estudio General de Medios, febrero a noviembre de 2016. AIMC; 2016.
4. Colaboradores de Wikipedia. Clonación humana. En: Wikipedia, en enciclopedia libre [Internet]. 2016 [citado 24 de marzo de 2017]. Disponible en: [https://es.wikipedia.org/wiki/Clonación\\_humana](https://es.wikipedia.org/wiki/Clonación_humana)
5. Faro de Vigo. Faro de Vigo. Conócenos [Internet]. Editorial Prensa Ibérica; [citado 8 de mayo de 2017]. Disponible en: <http://www.farodevigo.es/servicios/corporativo/conozcanos.html>
6. Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología. VII Encuesta de Percepción Social de la Ciencia. Ministerio de Economía y Competitividad; 2015.
7. García A, Peris M, Semir V, Borrás J, Revuelta G, Méndez E, et al. Las noticias sobre el cáncer en los medios de comunicación escrita. Gac Sanit. 2000;14(2):139-45.
8. Revuelta G, Semir V, Amengou C, Selgas G. Informe Quiral 2011. Medicina, comunicación y sociedad. Cáncer. Barcelona: Fundación Vila Casas; 2012.
9. Revuelta G. Salud y medios de comunicación en España. 2006;20(1):203-8.

10. Salamanca AB. El aeiou de la investigación en enfermería. Enero 2013. Madrid: FUDEN; 2013. 494 p.
11. Semir V, Amengou C, Chirinos G, Rosero DM. Informe Quiral 2009. Medicina, comunicación y sociedad. Barcelona: Fundación Vila Casas; 2010.
12. Semir V, Revuelta G. La salud en el supermercado de la información. Humanitas Humanidades Medicas. 2006; 4:1-23.
13. Semir V. Periodismo científico, un discurso a la deriva. Rev Iberoam discurso soc. 2000;2(2):9-37.
14. Semir V. La ciencia en el supermercado de la comunicación. España: Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología; 2004 p. 233-63.
15. Semir V. El mutandis de la comunicación en la era de internet. ArtefaCToS. Diciembre de 2010;3(1):49-79.
16. Subdirección General de Información Sanitaria e Innovación. Barómetro Sanitario 2015. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Innovación; 2015 mar. Report No.: 8815.
17. Andreu Abela J. Las técnicas de Análisis de Contenido: una revisión actualizada. Sevilla: Fundación Centro de Estudios Andaluces; 2002.
18. Muñoz Justicia J. Análisis cualitativo de datos textuales con ATLAS.ti 5. Cataluña: Universitat Autònoma de Barcelona; 2005 nov.

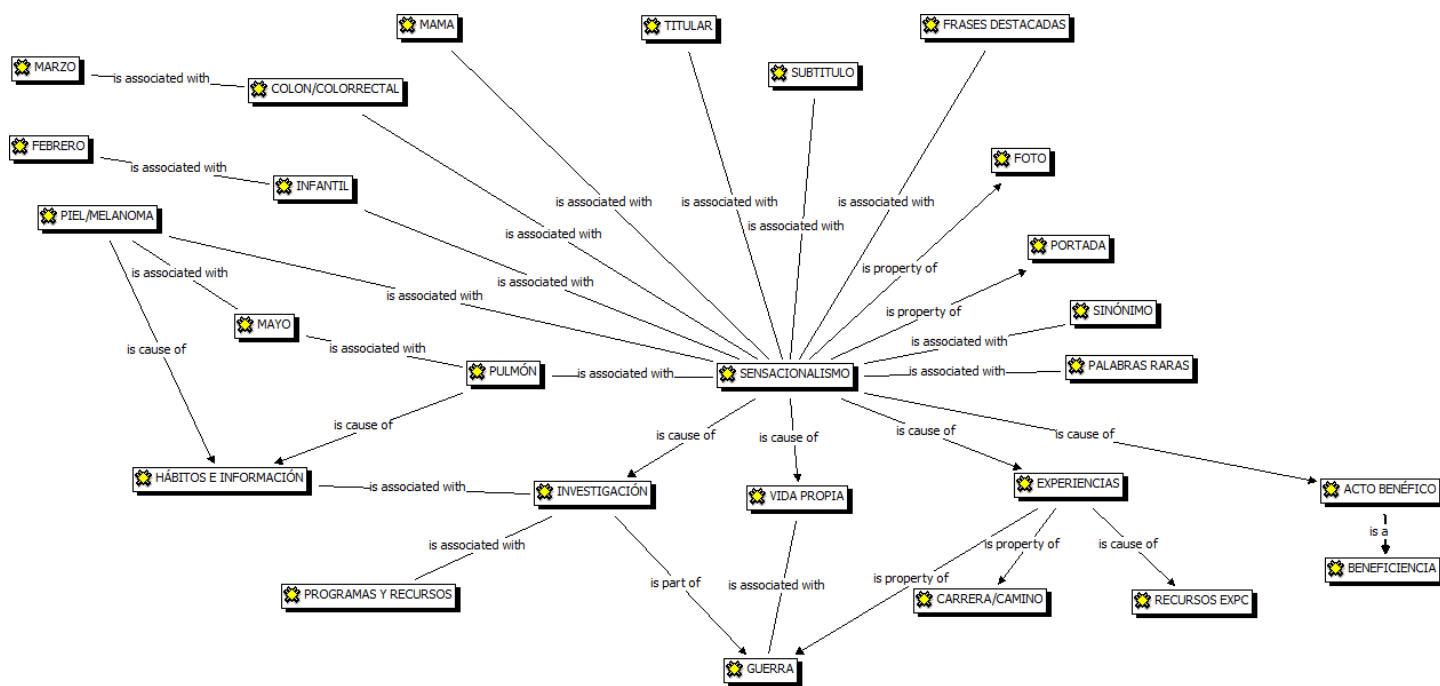
# Anexo 1: Super familias, familias y categorías

SUPER FAMILIA	FAMILIA	CATEGORÍA
	Temática	Acto benéfico Investigación Información y hábitos de salud Recursos Otros
	Sección	Portada Área Deportes Sociedad Servicios Especial Economía España Mundo Mar

Estructura		<p>Sucesos</p> <p>Comarca</p> <p>TV/ Espectáculo</p> <p>Gente</p> <p>Esquela/Cierre</p> <p>Opinión</p> <p>Galicia</p> <p>Desconocido</p>
	Detalles	<p>Título</p> <p>Subtítulo</p> <p>Frases destacadas</p> <p>Foto</p>
	Fecha	<p>Enero</p> <p>Febrero</p> <p>Marzo</p> <p>Abril</p> <p>Mayo</p> <p>Junio</p>
		<p>Mama</p> <p>Colon/Colorrectal</p> <p>Pulmón</p>

Información	Tipo de cáncer	<p>Páncreas</p> <p>Ovario</p> <p>Vejiga</p> <p>Linfoma</p> <p>Útero</p> <p>Piel/Melanoma</p> <p>Hematológico</p> <p>Próstata</p> <p>Infantil</p> <p>Hígado</p> <p>Cabeza y cuello</p> <p>Otros cánceres</p>
	Sensacionalismo	<p>Beneficencia</p> <p>Vida propia</p> <p>Guerra</p> <p>Carrera/Camino</p>
	Terminología	<p>Sinónimo</p> <p>Palabras raras</p>
	Expectativa	<p>Investigación expectativa</p> <p>Recursos expectativa</p> <p>Experiencias</p>

# Anexo 2: Network



# Anexo 3: Tablas e ilustraciones

Tabla I. Relación de titulares y aclaraciones del texto .....	28
Ilustración 1. Gráfico de barras de la familia Temática. ....	17
Ilustración 2. Gráfico de sectores de la familia sección .....	19
Ilustración 3. Gráfico de sectores de las secciones más relevantes .....	19
Ilustración 4. Gráfico de barras de la familia detalles.....	20
Ilustración 5. Foto de personal sanitario y de investigación.....	21
Ilustración 6. Foto carrera benéfica.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 7. Gráfico de sectores de la familia tipo de cáncer. ....	22
Ilustración 8. Gráfica de líneas relacionando tipo de cáncer con fecha de publicación.....	24