

EL CÁNCER EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Mayte Brea Carrasco
Departamento de Comunicación de la Sociedad Española
de Oncología Médica (SEOM). Madrid.

LA SEOM Y LA COMUNICACIÓN

En el año 1999 Dr. Vicente Guillem Porta, entonces presidente de la Sociedad Española de Oncología Médica (SEOM), inició una nueva etapa en la que impulsó un cambio profundo y definitivo en las estructuras administrativas de la Sociedad. La SEOM estaba creciendo –y continúa haciéndolo– cuantitativa y cualitativamente, y para su buen funcionamiento necesitaba una estructura que prestara el apoyo necesario para el desarrollo de nuevas actividades propias de la Sociedad. La modernización y transformación de la organización comenzó con la inauguración de una nueva sede –que continúa siendo la actual de la SEOM– en la calle Conde Aranda 20 de Madrid. La reestructuración contempló la creación de la figura del gerente, la secretaría técnica, la secretaría científica y se contrataron los servicios de un gabinete de prensa externo.

Dos años más tarde, en 2002, y con la estructura consolidada, el Dr. Javier Dorta continuó la labor, siempre con el ánimo de mejorar día a día el servicio a los socios y posicionar a la SEOM como un referente científicamente cualificado en el ámbito de la oncología ante la administración sanitaria central y autonómica, ante el resto de las sociedades científicas, ante los medios de comunicación y ante el público en general. Así se creó un Departamento de Congresos y un Departamento de Comunicación internos, con el fin de prestar un mejor servicio y atención a los medios de comunicación.

Todo ello contribuyó a estrechar la relación de la SEOM con los medios de comunicación hasta el punto de convertir a la Sociedad en fuente informativa de referencia constante ante la aparición de determinadas noticias relacionadas con diferentes aspectos de la oncología.

Con el fin de fortalecer la posición de la SEOM como referente informativo científicamente cualificado en el ámbito de la oncología ante los diferentes medios de comunicación, promover la



aparición de informaciones que se hagan eco de las actividades de nuestra Sociedad, acercar a la opinión pública la oncología y fomentar actitudes preventivas frente al cáncer, el Departamento de Comunicación de la Sociedad constituyó **“Los desayunos de la SEOM”**.

Bajo esta denominación la Sociedad Española de Oncología Médica ofrece a los medios de comunicación un foro monográfico de formación y de debate sobre un tema de actualidad relacionado con el cáncer.

Los desayunos de la SEOM nacieron con el objetivo de facilitar a los periodistas especializados en temas de salud el desempeño de su labor informativa en materia oncológica. Este foro permite analizar y debatir sobre aquellas cuestiones oncológicas de máximo interés que la inmediatez de la actualidad unido a la proliferación de noticias en torno a esta patología no permite abordar en la práctica diaria y habitual de las ruedas de prensa convencionales.

Estos desayunos están teniendo muy buena acogida entre los profesionales que habitualmente escriben o emiten reportajes sobre temas de salud de los diferentes medios de comunicación. Prueba de ello es la gran asistencia de periodistas de diarios, revistas, emisoras de radio y cadenas de televisión, tanto de medios de difusión nacional como de medios especializados en salud a estos foros monográficos, con los que hemos tenido la oportunidad de analizar y debatir diversos aspectos relacionados con el cáncer, como los denominados “productos milagro”, a raíz del “caso Bio-Bac”; el cáncer hereditario y el consejo genético, los cuidados continuos en Oncología Médica, entre otros aspectos.

Asimismo, la SEOM continúa convocando anualmente su Premio de Periodismo, en colaboración con la Asociación Nacional de Informadores de la Salud (ANIS). En su IV edición ha introducido una novedad estableciendo dos categorías, la primera para prensa escrita y la segunda para audiovisual, dotada cada una con 6.000 euros. Esta iniciativa cuenta con una gran acogida, prueba de ello es que la calidad y cantidad de los trabajos presentados se van superando de edición en edición.

Además de estas actividades periódicas, el Departamento de Comunicación atiende diariamente las demandas informativas; identifica oportunidades de comunicación; gestiona entrevistas; redacta, difunde y hace el seguimiento de todos los documentos de prensa, convoca y organiza ruedas de prensa y presta su apoyo de comunicación a las actividades científicas institucionales. Todo ello con la celeridad que los periodistas y la actualidad informativa requieren, hecho que en reiteradas ocasiones agradecen los profesionales de los medios de comunicación y hacen que sigan acudiendo a la Sociedad Española de Oncología como fuente informativa.



Mención especial merece la atención y gestión de cualquier eventualidad informativa o alerta sanitaria relacionada con la oncología. Como ejemplo cabe destacar la redacción y difusión de un comunicado de prensa de la SEOM a raíz de las noticias aparecidas sobre la sedación de pacientes oncológicos en fase avanzada y el llamado "caso Bru".

EL INTERÉS INFORMATIVO DEL CÁNCER

El cáncer es una de las enfermedades que más interés informativo despierta en los medios y, por su prevalencia y características, es uno de los temas socio-sanitarios de mayor importancia para el ciudadano.

Según el Estudio "La Salud en los Medios de Comunicación Escritos de Información General", elaborado por el Instituto de Estudios Médico Científicos (INESME), el 26,5% de las noticias de salud en la prensa escrita de nuestro país son de cáncer.

Este estudio, presentado en noviembre de 2007, está basado en la recopilación de un total de 7.251 artículos publicados en una gran diversidad de periódicos a lo largo de ocho meses (de junio de 2006 a enero de 2007, ambos inclusive).

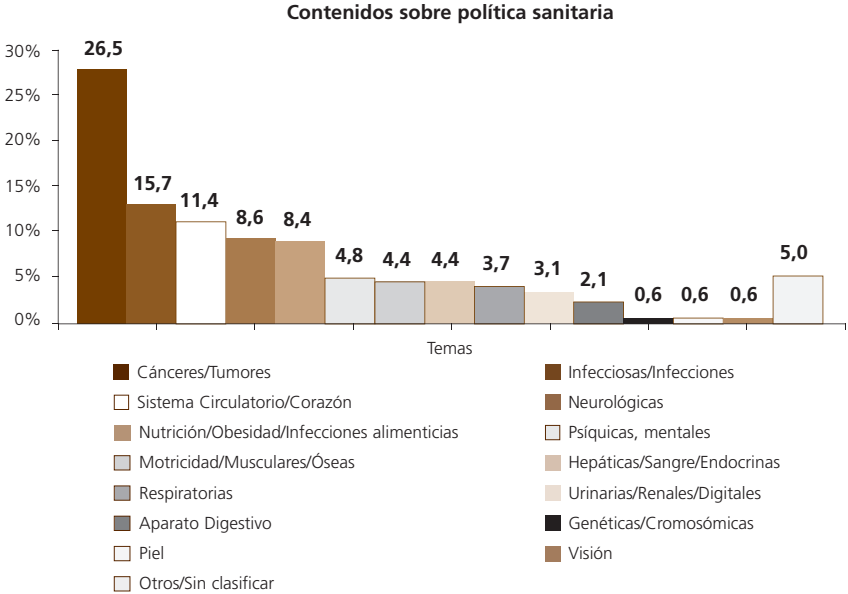


Tabla 1. Distribución de contenidos relacionados con patologías

	Nº	% total	%/con información	Mancha total	Mancha media
Cánceres/Tumores	1.072	14,8	26,5	411,14	0,39
Infecciosas/Infecciones	635	8,8	15,7	276,92	0,44
Sistema Circulatorio/Corazón	462	6,4	11,4	201,55	0,44
Neurológicas	349	4,8	8,6	138,88	0,40
Nutrición/Obesidad/Aliment.	341	4,7	8,4	135,41	0,40
Psíquicas, mentales	193	2,7	4,8	91,22	0,49
Motricidad/Musculares/Óseas	179	2,5	4,4	73,65	0,42
Hepáticas/Sangre/Endocrinas	178	2,5	4,4	81,61	0,47
Respiratorias	149	2,1	3,7	48,66	0,33
Urinarias/Renales/Genitales	125	1,7	3,1	58,21	0,47
Aparato Digestivo	83	1,1	2,1	33,67	0,41
Genéticas/Cromosómicas	25	0,3	0,6	9,43	0,38
Piel	25	0,3	0,6	15,12	0,60
Visión	23	0,3	0,6	11,47	0,50
Otros/Sin clasificar	200	2,8	5,0	91,74	0,46
Sin contenidos relacionados con patologías	349	4,8	8,6	138,88	0,40

Esta necesidad se ha visto reflejada en los medios de comunicación que han experimentado un crecimiento importante de las páginas y espacios dedicados a la enfermedad. En España, en los últimos 30 años, se ha multiplicado por cuatro el volumen de noticias publicadas o emitidas sobre esta patología¹.

El interés de los ciudadanos por los temas de salud es cada vez mayor y así se constata en los medios de comunicación que cada vez dedican más espacios a tratar estos temas. Su papel es clave para divulgar y concienciar a la sociedad sobre la prevención y tratamiento del cáncer.

El trabajo desarrollado por la Oncología Médica en los últimos años ha permitido mejorar la expectativa de vida y las tasas de curación de la mayoría de cánceres. El trabajo en conjunto con



las otras especialidades ha permitido un tratamiento coordinado de los pacientes con cáncer gracias al papel integrador que desempeña el oncólogo médico.

La SEOM considera que es necesaria una información realista sobre el cáncer. Uno de cada dos tumores diagnosticados en España se va a curar, y el nivel de la oncología en España no tiene nada que envidiar a cualquier otro país europeo o a Estados Unidos.

La SEOM a través de su página web: www.seom.org ofrece una información completa, práctica, contrastada y sencilla sobre los diferentes tipos de tumores. Esta información pretende complementar la recibida en los Servicios de Oncología Médica contribuyendo a facilitar la labor asistencial, la comunicación oncólogo médico-paciente y ayudando a los pacientes y familiares en la toma de decisiones. Esta información está disponible en el apartado de Información al público en la sección de patologías.

Los españoles demandan que el cáncer tenga prioridad en investigación

La segunda Encuesta Nacional sobre la percepción social de la Ciencia y la Tecnología, presentada por la ministra de Educación y Ciencia, Excm. Sra. D^a María Jesús San Segundo, el pasado 4 de noviembre de 2004, puso de manifiesto que los españoles consideran que las áreas de investigación prioritarias deben ser la búsqueda de soluciones al cáncer (77%), al SIDA (47%) y a las enfermedades degenerativas (35%).

El interés del ciudadano por los avances médicos es un hecho evidente que ha quedado demostrado en numerosos estudios. En abril de 2001, según un estudio del Consejo Superior de Investigaciones Científicas², al 2 por ciento de los encuestados les interesaban mucho los avances médico y bastante al 51,9%, poco al 15% y nada al 5,4%. Este dato se compara frente a otros temas como son la cultura (interesa mucho al 20,4% y bastante el 51,1%), la economía (al 16 % mucho y al 49.9% bastante) y los deportes (bastante el 33,1 y mucho el 14,2%). Además, esta misma encuesta realizada por el Instituto de Comunicación Biomédica de Novartis, en junio de 2002 aumentaba los resultados hasta llegar a la conclusión de que los avances médicos interesaban mucho al 51,6% y al 40,8% bastante³.

Este mismo estudio al analizar qué temas médicos interesaban más entre los siguientes valores:

- Cáncer
- Depresión
- Enfermedades coronarias
- Salud infantil



- Tabaquismo
- Salud de los mayores
- Alzheimer
- Drogadicción
- SIDA

El análisis de los últimos años del *Informe Quiral 2003*, -dossier anual elaborado a partir de las informaciones de sanidad publicadas en los grandes medios de comunicación escritos de España, indica un aumento espectacular de textos relacionados con la medicina y la salud⁴. De los 5.984 registros del año 1997 se ha pasado a 12.882 en el 2003. Un aumento que también se ha detectado en los textos de opinión, especialmente en las cartas al director y que constata el creciente interés de la sociedad por este tipo de información.

Sin duda el cáncer es la enfermedad que más preocupa e interesa a los ciudadanos. Sin embargo, según el Eurobarómetro 2001⁵: “La mayoría de los periodistas que tratan temas biomédicos no tienen la base suficiente para hacerlo”. Esta afirmación puede parecer un poco exagerada y confiamos en que haya cambiado desde entonces, pero, sin duda, merece una reflexión a tener en cuenta en las redacciones de los medios de comunicación para que cada vez tengan más profesionales especializados que irradian rigor informativo.

La Sociedad Española de Oncología Médica consciente de la preocupación de los ciudadanos por el cáncer insiste en la importancia de analizar en profundidad la información sobre el desarrollo de nuevos fármacos o tratamientos antitumorales, incluidos los llamados “productos milagro” que se encuentran en fases muy iniciales, con el fin de no generar falsas expectativas, a corto plazo, en los pacientes oncológicos. El tratamiento informativo del cáncer por parte de los medios de comunicación ofrece significativas carencias.

Los estudios o informes que circulan por diferentes canales de comunicación sobre el desarrollo de nuevos fármacos o tratamientos en general antitumorales en fases muy iniciales de investigación requieren un análisis pormenorizado que ayude a desvelar su trascendencia real.

El desarrollo de nuevos fármacos es un proceso complejo que incluye la identificación y caracterización preclínica de un nuevo compuesto, estudios de toxicología animal y ensayos clínicos en pacientes que evalúan la toxicidad y eficacia del fármaco antes de que sea aprobado por las Agencias reguladoras y pueda ser comercializado.



Vuelvo a destacar los denominados “productos milagro” de los que no hay ninguna evidencia preclínica ni clínica de eficacia, como siempre han manifestado los portavoces de la SEOM y sin embargo, crean las informaciones al respecto crean alarma social y se “juega” con la desesperación de los pacientes. El riesgo de estos productos radica en que, en ocasiones, impide que el paciente reciba la terapia adecuada y eficaz para su dolencia o abandone el tratamiento establecido por su oncólogo.

Por otra parte, la falta de novedad relega a algunos tipos de tumores a un segundo plano informativo, cuando precisamente son éstos los que requieren una mayor divulgación y un análisis más pormenorizado.

LOS PACIENTES INFORMADOS

Los pacientes cada vez están más informados. Para la SEOM, el hecho de atender a pacientes cada vez más autónomos en sus decisiones y mejor informados ha revolucionado positivamente la relación oncólogo-paciente. La corresponsabilidad del paciente cada vez está cobrando más protagonismo en las Consultas de Oncología.

El enfermo y el entorno familiar tienen a su alcance una amplia información sobre su enfermedad. Esto les lleva a demandar a su médico aquellos avances en el tratamiento o las últimas técnicas que acaban de descubrir en algún medio informativo. Por ello es fundamental que los medios de comunicación ofrezcan una información precisa, clara, sin alarmismos, ni falsas expectativas. Lo importante es que después de procesar toda esta información, el paciente la intercambie con su médico y decidan cuál es el tratamiento más adecuado. Después viene una parte fundamental, el cumplimiento del tratamiento, vital para la obtención de resultados.

Los avances en el conocimiento de los mecanismos de la división celular parecen abrir nuevos caminos esperanzadores hacia la erradicación de la enfermedad. Actualmente, se están consiguiendo claros progresos en la prevención, detección, tratamiento e investigación del cáncer. Algunos tumores se pueden prevenir, otros se pueden detectar en sus fases de crecimiento temprano, y muchos son curables.

La SEOM va a seguir trabajando para conseguir el mejor nivel asistencial, investigador y docente de la Oncología, dentro de las normas de mayor pureza ética.



INTERNET COMO FUENTE INFORMATIVA

Desde la Sociedad Española de Oncología Médica se han hecho varios llamamientos para alertar sobre el cuidado que hay poner a la hora de buscar información sobre cáncer en internet. Los buscadores son de “cantidad y no de calidad” y no toda la información que circula por la red está contrastada científicamente. En el seminario de periodistas que celebró la SEOM durante el IX Congreso Nacional en Tenerife los expertos congregados coincidieron en destacar que los medios de comunicación deben trasladar al ciudadano que la consulta en internet nunca puede sustituir a la consulta del oncólogo y debe entenderse como una fuente de información complementaria a poner en común con el oncólogo médico.

Un ciudadano europeo de cada cuatro utiliza Internet para informarse sobre salud⁵

Casi un ciudadano de cada cuatro (23%) utiliza Internet para obtener informaciones sobre la salud, aunque la situación varía mucho según los países, puesto que va desde el 40% en Dinamarca y Holanda, hasta cifras inferiores al 15% en España, Grecia, Portugal y Francia.

En cualquier caso, según los resultados del Eurobarómetro hecho público en Bruselas, para la mayoría de los europeos los profesionales de la salud siguen siendo las fuentes de información más importantes.

El informe señala que el 41% de los encuestados piensan que Internet constituye un buen medio de obtener informaciones respecto a la salud, lo que demuestra el potencial de esta forma de comunicación. Este porcentaje se eleva en el 62% en Dinamarca y al 61% en Holanda. Los que creen que no es una buena fuente de información se limitan al 16%, la misma cantidad que considera que depende del tipo de información buscada.

Sin embargo, los medios tradicionales se consultan más que Internet. Un 38,5% dice informarse a través de la televisión, el 24% mediante periódicos y revistas, y el 29% a través de familiares y amigos.

Los ciudadanos confían además mucho en las organizaciones médicas y sanitarias transnacionales, como Cruz Roja y Médicos sin Fronteras, con un 84% de respuestas positivas. Les siguen las organizaciones de consumidores (67%), las universidades (65,5%) y las asociaciones de defensa del medioambiente (63%). La mejora de la información y de los conocimientos en materia de salud constituye precisamente una de las prioridades del programa de acción comunitaria.



rio sobre salud pública para el periodo 2003-2008, puesto en marcha por la Comisión Europea, que está dotado con un presupuesto de 312 millones de euros^{6,7}.

Las mujeres utilizan Internet para informarse sobre salud

Según publicó la agencia de noticias Reuters, los hombres usan Internet con más frecuencia para enviar correos electrónicos e investigar productos, pero las mujeres son las que acuden más a la Red en busca de información de salud para sí mismas y sus familiares.

Un nuevo sondeo, hecho por analistas de mercado de la firma Datamonitor, mostró que el 44% de las mujeres en Estados Unidos y Europa utiliza Internet para buscar información relacionada con la salud, en comparación con el 32% de los hombres.

Los consumidores se están interesando más por los temas y productos médicos, así como por lo que hay que hacer para mantenerse saludable. Casi el 80 de los estadounidenses y el 62% de los europeos consideran que son más conscientes que los demás en lo relacionado con la salud, según el sondeo.

Durante el sondeo se entrevistaron a 4.531 adultos en Alemania, España, Francia, Italia y Estados Unidos. Según los resultados, los consumidores consultan información del gobierno, de las universidades, las empresas farmacéuticas y las páginas de salud.

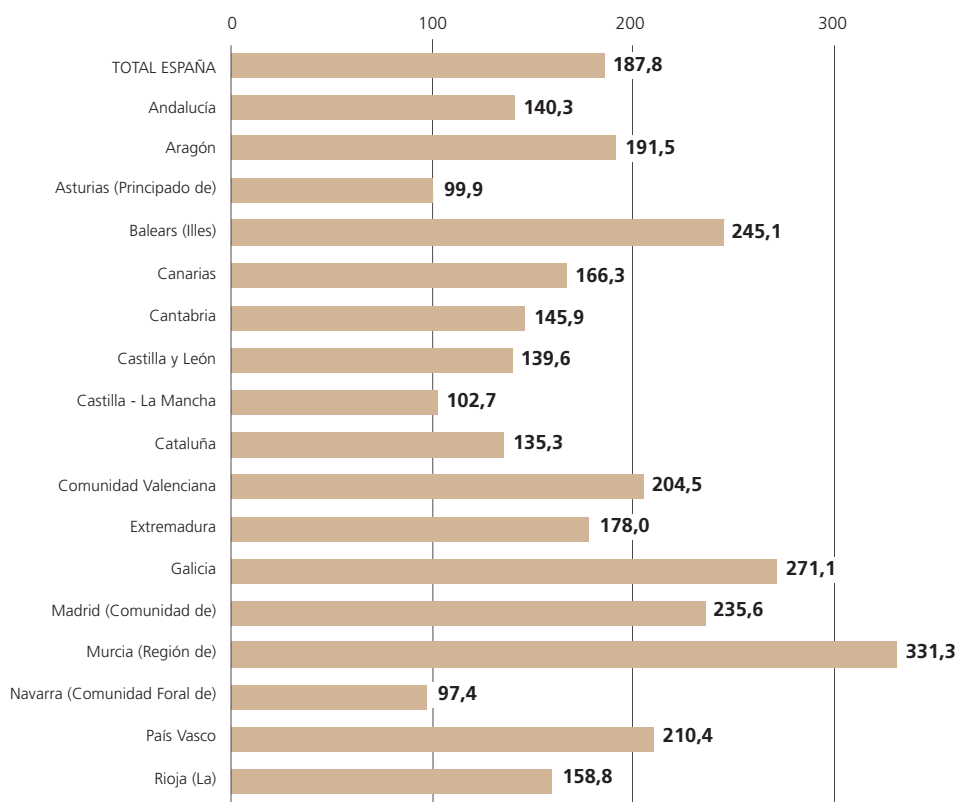
Acceso a Internet desde el hogar⁸

El 17,37% del total de hogares españoles dispone de acceso a Internet en la vivienda.

Este porcentaje representa el 63,17% con usuarios de Internet adultos (de 16 y más años). En el 36,82% de hogares complementario, sus miembros acceden desde otros lugares como son el centro de trabajo, centro de estudios, casas de familiares o amigos, cibercafés, centros públicos, etc.



Disponibilidad de acceso a internet en el hogar (% hogares)



Tasa de penetración

La tasa de penetración de Internet, entendida como el porcentaje de personas adultas que han usado Internet en los últimos tres meses, varía ostensiblemente entre Comunidades Autónomas, y lógicamente guarda un paralelismo con la tasa de disponibilidad de acceso a Internet en el hogar. Así, en la Comunidad de Madrid es del 29,06%, en Cataluña del 23,16% y en el País Vasco del 22,71%, en contraste con las Comunidades Autónomas con menor porcentaje de usuarios, tales como Extremadura (10,84%), Castilla-La Mancha (10,84%) o Cantabria (12,06%).



EL TRATAMIENTO INFORMATIVO DEL CÁNCER: LA CURACIÓN ES NOTICIA, NO LA ENFERMEDAD

En la mayor parte de países desarrollados la forma de tratar, presentar y difundir, en los medios de comunicación para el gran público, los temas relacionados con la medicina, la investigación biomédica y, en general, la ciencia suscita un gran debate.

La calidad de las informaciones ofrecidas en los medios generalistas no ha avanzado a la par del incremento de su cantidad.

Las buenas noticias priman sobre las malas en las informaciones referidas al cáncer, hasta el punto de que en ocasiones estas últimas parecen haber sido relegadas del ámbito de lo informativo.

El número de informaciones que han circulado en torno al cáncer durante los últimos años se inclina más a dar la sensación de que éste es un problema que tiende a remitir que una enfermedad cuya incidencia está aumentando con el envejecimiento de la población y el cambio de hábitos experimentado especialmente a lo largo de la segunda mitad del pasado siglo. El hecho noticable es la curación y no la enfermedad.

Canales informativos

Analizada la información en la red, pasamos ahora a analizar los medios de comunicación haciendo tres grandes divisiones: prensa escrita -sin adentrarnos en las revistas científicas- radio y televisión.

Las menciones al cáncer aparecen generalmente en tres secciones de los periódicos o de las programaciones de radio y televisión: salud, ciencia y sociedad.

La inmediatez de la radio, el poder de penetración de la televisión y el tiempo de reflexión que permite la elaboración de la prensa escrita posibilita a una cierta especialización informativa.

La radio cuenta con espacios más adecuados para tratar muchas de las noticias relativas al cáncer que sus espacios informativos horarios. Pero quizá sea en la televisión donde, dado su poder de penetración e influencia, temas tan delicados como el del cáncer encuentran más dificultades de ubicación, tanto en los propios informativos como en el resto de la programación. En este sentido, la importancia de los espacios divulgativos o, en todo caso, de los magazines



resulta especialmente relevante. A esto hay que añadir la dificultad de encontrar imágenes que ilustren el cáncer –“El cáncer no tiene imágenes”– y contar con testimonios de pacientes o familiares.

En contadas ocasiones la información publicada sobre un hallazgo científico indica su aplicabilidad real en el tratamiento del cáncer. Los medios de comunicación, en general, abordan más a menudo y con mayor relevancia nuevos descubrimientos científicos fruto de la investigación biomédica que resultados de la investigación clínica y su repercusión en los pacientes.

Sirva esta última reflexión como una llamada de atención, si me lo permiten, a los medios de comunicación. Muchos de los profesionales especializados en sanidad llaman a menudo para conocer la opinión de la Sociedad Española de Oncología Médica al respecto de este u otro hallazgo, desde aquí nuestro agradecimiento y para los que no lo han hecho todavía les invitamos desde aquí a que descubran la agilidad de respuesta de la SEOM – o al menos en el intento de conseguirla y de ir superando día a día”.

BIBLIOGRAFÍA

1. Fundación Universidad Rey Juan Carlos de Aranjuez. Curso de Verano ¿Qué es el cáncer? Junio 2004.
2. Consejo de Investigaciones Científicas. Estudio 2412. Abril 2001.
3. Instituto de Comunicación Biomédica Novartis / El Mundo Salud. Junio 2002.
4. Informe Quiral. Dossier anual elaborado a partir de las informaciones de sanidad publicadas en los grandes medios de comunicación escritos de España. Fundación Privada Vila Casas y el Observatorio de la Comunicación Científica de la Universitat Pompeu Fabra (Barcelona).
5. Eurobarómetro 2001.
- 6 y 7. Asociación Nacional de Informadores de la Salud. Página web (21 / 4 / 2003). “Uno de cada cuatro ciudadanos de la UE utiliza ya Internet para informarse sobre salud”.
8. Instituto Nacional de Estadística y Comisión del Mercado de Telecomunicaciones. Encuesta a hogares españoles sobre equipamiento, uso y valoración de servicios de telecomunicaciones, audiovisual e internet. Diciembre de 2000. Índice.

