

LA POLÉMICA, LAS «BUENAS NOTICIAS» Y LAS «MALAS NOTICIAS» COMO VALORES NOTICIOSOS PREDOMINANTES EN EL DISCURSO SOBRE LA SALUD EN TRES DIARIOS NACIONALES ESPAÑOLES¹

José Antonio Díaz Rojo

(Instituto de Historia de la Medicina y de la Ciencia (CSIC-Universitat de València). Grupo de Investigación en Comunicación e Información Científica)

Controversy, «good news» and «bad news» as new values in the discourse on health in three spanish newspapers

Este artículo enmarcado en el análisis del discurso tiene como objetivo analizar los valores noticiosos predominantes en una muestra de 224 textos periodísticos sobre salud publicados en *El País*, *El Mundo* y *ABC* en la primera quincena de febrero de 2008. Los valores noticiosos son los factores o propiedades que convierten un hecho en noticia, es decir, los criterios empleados por los medios de comunicación con dos fines: seleccionar qué acontecimientos de la realidad son noticiables y cuáles no lo son, y presentar periodísticamente las noticias. Los valores preferidos por los diarios analizados son la polémica, la positividad y la negatividad. En los dos valores más frecuentes subyace el gusto por la controversia y el conflicto como forma de presentación y descripción de la realidad, así como la ideología positivista de la ciencia.

This paper, framed by the discourse analysis, aims to analyze the news values in a sample of 224 journalistic texts on health published in *El País*, *El Mundo* and *ABC* from the 1 until February 16, 2008. The news values are the factors or properties that become a fact in news, i.e., the criteria used by the mass media with two purposes: to select what events of the reality are newsworthy and which are not, and to present journalistically the news. The values preferred by the analyzed newspapers are the polemic, the good news and the bad news. In the two most frequent values, it underlines the taste for the controversy and the conflict as form of presentation and description of the reality, as well as the positivist ideology of the science.

Valores noticiosos, noticias, periodismo escrito, salud, análisis del discurso. News values, news, written journalism, health, discourse analysis

¹ Este artículo se ha realizado en el marco del proyecto I+D titulado «Retórica y cultura en la información periodística sobre salud» (HUM2007-65132), cofinanciado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (España) y los fondos FEDER.

1. Introducción

Este trabajo enmarcado en el análisis del discurso pretende identificar y analizar los valores noticiosos predominantes con que se construyen las noticias sobre salud en tres periódicos nacionales españoles. Los valores noticiosos son los factores o propiedades que convierten un hecho en noticia, es decir, los criterios empleados por los medios de comunicación para seleccionar qué acontecimientos de la realidad son noticiables y cuáles no lo son, tales como las celebridades, la consonancia, la continuidad, la curiosidad, la desviación, la emoción, el drama personal, el entretenimiento, la falta de ambigüedad, la frecuencia, el impacto social, la magnitud, las naciones élites, la negatividad, la novedad, la personalización, el poder, la polémica, la positividad, la proximidad geográfica o cultural, la relevancia, la sorpresa, la utilidad y el valor educativo, según las diversas taxonomías elaboradas a partir de la tipología clásica de Galtung y Ruge (1965). Son los valores que de manera más o menos implícita dan forma a las noticias que publican los medios.

El corpus analizado en este estudio está formado por una muestra representativa de 224 noticias sobre salud publicadas en la edición digital de los diarios españoles de mayor tirada y difusión, *El País*, *El Mundo* (sección «Salud») y *ABC*,² durante los quince primeros días de febrero del 2008. Partimos de un concepto amplio de salud, basado en la definición de la OMS (Organización Mundial de la Salud), según la cual la salud es un «estado de bienestar completo físico, psíquica y social, y no solamente la ausencia de enfermedad o invalidez». En esta noción se incluyen la prevención, la promoción, la conservación y el reestablecimiento del bienestar físico y psíquico, y atiende a aspectos como las enfermedades, la asistencia sanitaria, la investigación y enseñanza médica, las profesiones sanitarias, las terapias, la cirugía, los riesgos sanitarios, las especialidades médicas,

² Según datos de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD), el promedio de tirada y el promedio de difusión de estos diarios en 2007 es el siguiente, respectivamente: *El País*, 571.038 y 435.083 ejemplares; *El Mundo*, 442.058 y 336.286 ejemplares; y *ABC*, 313.875 y 228.158 ejemplares.

la salud pública, las medicinas alternativas, la educación para la salud, la prevención, los estilos de vida, el derecho a la salud y las negligencias médicas.

Clarke y Robinson (1999: 263) han puesto de manifiesto la función desempeñada por los medios de comunicación en la construcción social de la salud, la enfermedad y la medicina:

Health and illness are socially constructed and experienced. Their social construction is inextricably bound up with fundamental 'health' policies related to diagnosis, treatment, prevention, associated health promotion activities, research, supportive services, and the like. One reflection of the socially constructed meanings associated with disease can be found in the mass media. The mass media do not describe diseases in objective and neutral terms. Instead, they are described within ideological frameworks or discourses [...] that reflect competing interests in society.

Considerando específicamente la cobertura periodística sobre la enfermedad, Fox señala que las noticias sobre enfermedades pueden ser consideradas discursos, en la medida en que reflejan los intereses de diferentes fuerzas de poder y conocimiento (profesionales, autoridades sanitarias, empresas, pacientes, consumidores).

2. Marco teórico

Nuestro marco teórico es el análisis del discurso. Fairclough (1995^a, 1995b, 1999, 2000, 2003) considera que existe una relación entre el uso del lenguaje y las estructuras socioculturales. Distingue tres dimensiones en todo acto comunicativo: las opciones lingüístico-textuales (léxico, modalidad epistémica, implicaturas y presuposiciones, sintaxis, metáforas, metonimias, etc.), las prácticas discursivas y las prácticas sociales (que divide en prácticas ideológicas, prácticas políticas y prácticas económicas; p. ej., las campañas llevadas a cabo por los medios de comunicación, el sensacionalismo, etc.). Las prácticas discursivas van más allá de los

recursos y mecanismos lingüísticos, y se definen como «processes through which journalists produce texts, and readers use and understand them» (Richardson, 2007: 75). Son los medios o mecanismos a través de los cuales se establece la relación dialéctica entre los productores (periodistas) y los consumidores (lectores) de los textos periodísticos. Entre estas prácticas o procesos, junto a las normas deontológicas, la objetividad, las preferencias estilísticas o la intertextualidad (citas), se sitúan los valores noticiosos.

Hall et al. (1978: 54) los han definido del siguiente modo:

[...] the criteria in the routine practices of journalism which enable journalists and editors to decide routinely and regularly which stories are newsworthy and which are not, which stories are major lead stories and which are relatively insignificant, which stories to run and which to drop.

Para Golding y Elliot (1979: 114), los valores noticiosos son empleados de dos maneras: por un lado, como «criteria of selection from material available to the newsroom of those items worthy of inclusion in the final product»; por otro, «they are guidelines for the presentation of items, suggesting what to emphasise, what to omit, and where to give priority in the presentation of the items to the audience». Esto implica, pues, que los valores noticiosos no son sólo características intrínsecas de los hechos narrados, es decir, propiedades que radican en la naturaleza del evento noticiable, sino también formas discursivas de tratar y presentar periodísticamente los acontecimientos para convertirlos en noticia que atraiga al lector. Los valores también derivan, por tanto, de los intereses y gustos del auditorio, que sirven de guía al periodista para seleccionar y construir la noticia. Asimismo, la propia estructura organizativa y profesional de los medios de comunicación (organización de las redacciones, medios técnicos, ideología periodística) condiciona que se prioricen determinados criterios de elección y presentación de noticias.

Los valores noticiosos representan además valores sociales con los que se identifican los lectores, de ahí que varíen dependiendo del

contexto sociocultural en que opera el medio de comunicación. Bajo los valores noticiosos subyacen creencias, actitudes y valores propios de una cultura o sociedad. Hogdson (1990: 10) afirma al respecto:

[...] it can be argued that the disclosure of an event which makes news in one country, or in one area even, might not be considered newsworthy in another [...] It demonstrates an important characteristic of news –that there is no absolute value judgment by which new information is selected and published.

En suma, los valores funcionan como normas de trabajo o de referencia que guían la elección, priorización, clasificación y presentación de los hechos convertidos en noticia, es decir, son pautas para llevar a cabo la recogida y producción de las noticias periodísticas.

El punto de partida de la clasificación de los valores noticiosos es el estudio pionero de Galtung y Ruge (1965), que analizó un corpus de noticias internacionales y extranjeras. Diversos autores han señalado su importancia e influencia en investigaciones posteriores. Peterson (1979, 1981) cree que la observación del trabajo de los periodistas sirve para apoyar la hipótesis de Galton y Ruge. Bell (1991) considera la investigación como el estudio fundacional de los valores noticiosos. MacQuail (1994) califica el trabajo como el análisis más influyente sobre el tema. Sin embargo, otros autores han puesto de manifiesto las limitaciones del estudio. Tunsall (1971) considera que el trabajo se centra en tres crisis internacionales, y no atiende a las noticias cotidianas. MacQuail (1994) piensa que el estudio presupone admitir que existe una realidad externa que los periodistas se encargan de incluir o excluir en sus noticias, lo que no es aceptado como axioma por todos los estudiosos.

La taxonomía de Galtung y Ruge (1965) incluye los siguientes valores: frecuencia, intensidad, falta de ambigüedad, significado cultural, consonancia, sorpresa, continuidad, equilibrio, referencia a naciones élites, referencia a personajes élite, referencia a personas y referencia a elementos negativos. Posteriormente se han elaborado

otras taxonomías, más o menos basadas o inspiradas en Galtung y Ruge. Gans (1979) distingue entre los valores que convierten un relato en «importante» y aquellos que lo hacen «interesante». Entre los primeros señala los siguientes: rango en el gobierno u otras jerarquías, impacto sobre el país o el interés nacional, impacto sobre un gran número de personas y significación para el pasado y el futuro. Entre los factores que propician que la noticia sea interesante, incluye estos valores: relatos personales, intercambio de roles, relatos de interés humano, anécdotas, relatos de héroes y relatos gee whiz (asombrosos, impactantes).

Schulz (1982) elabora una taxonomía más original formada por 19 valores agrupados en seis dimensiones: estatus (nación, instituciones y personas), valencia (agresión, controversia, estimaciones y éxito), relevancia (consecuencia, interés), identificación (proximidad, etnocentrismo, personalización, emoción), consonancia (temática, estereotipos, predicibilidad) y dinamismo (oportunidad, incertidumbre, sorpresa). Hetherington (1985) confecciona su tipología con las siguientes categorías: significación; drama; sorpresa; personalidades; sexo, escándalo y crimen; número; y proximidad.

Schlesinger (1987) añade dos nuevos factores a la clasificación de Galtung y Ruge: temporalidad y logística, ambos ligados a la estructura organizativa y profesional del periodismo. Bell (1991) amplía también la taxonomía de dichos autores e incluye cuatro valores más: competición, contagio, predicibilidad y prefabricación. Herbert (2000) incluye en su taxonomía los siguientes valores: prominencia, proximidad, oportunidad, acción, novedad, interés humano, sexo y humor. Harcup y O'Neill (2001) revisan y actualizan la clasificación de Galtung y Ruge, y elaboran una tipología con estos valores: élite del poder, celebridades, entretenimiento (sexo, espectáculo, interés humano, animales, drama), sorpresa, malas noticias, magnitud, relevancia, continuidad y agenda del periódico.

A partir de estas taxonomías generales que hemos empleado como base del estudio, así como del análisis particular de los textos de la

muestra, hemos elaborado la siguiente clasificación:³

1) *Continuidad*. Consiste en el seguimiento o cobertura de un hecho durante un período determinado de tiempo (varios días, semanas e incluso meses); por ejemplo, la epidemia de gripe aviar o un debate bioético.

2) *Curiosidad*. Lo pintoresco y lo anecdótico son un factor determinante en la sección de determinadas noticias sobre salud; por ejemplo, una creencia o costumbre médica de un pueblo o cultura lejana puede tener un carácter curioso para los lectores de un periódico, sin despertar más interés.

3) *Celebridades*. Son personajes famosos, relevantes o importantes que son objeto de tratamiento periodístico por el interés que despiertan sus vidas en los lectores; en el campo de la salud, por ejemplo, es noticiable la enfermedad de un famoso cantante, un célebre actor o un destacado político.

4) *Desviación*. Es la trasgresión o separación de la norma, como las conductas sancionables por violar un código moral o deontológico; en materia de salud, se incluyen en este apartado los errores y negligencias médicos, los delitos contra la salud pública o los fraudes alimentarios, por ejemplo.

5) *Drama personal*. Es la base de historias o relatos personales cargados de sentimiento que despiertan la sensibilidad del lector por su impacto emocional, como, por ejemplo, las historias dramáticas de enfermos o heridos.

6) *Entretenimiento*. Las noticias seleccionadas a partir de este factor describen hechos o relatan historias amables, distendidas, jocosas o divertidas, como la decisión de un gobierno de poner a régimen de

³ Los ejemplos están extraídos de un estudio sobre la retórica sobre la información periodística sobre salud.

adelgazamiento a la policía local, descrita en un tono jocosos o con toques de humor.

7) *Impacto social*. Es el factor determinante de las noticias que describen acontecimientos con efectos, influencia, consecuencias o implicaciones importantes para la sociedad o amplios sectores sociales; por ejemplo, una epidemia o un brote de enfermedad muy extendido.

8) *Magnitud*. Viene determinado por la importancia cuantitativa o cualitativa de un hecho; por ejemplo, el elevado número de afectados por un problema de salud o por una medida política en materia de salud.

9) *Naciones élites*. Son los países con un poder global o gran influencia internacional, como la superpotencia mundial, Estados Unidos, y otras potencias, como Gran Bretaña, Alemania o Francia, cuyos acontecimientos internos tienden a ser convertidos en noticia; por ejemplo, una tendencia en materia de hábitos saludables en Estados Unidos es de interés en otros países por la influencia que puede ejercer en ellos.

10) *Negatividad*. Son las «malas» noticias, es decir, aquellas que tratan de muertes, tragedias, enfermedades, accidentes, desastres, catástrofes, actos de violencia o agresiones.

11) *Novedad*. Las noticias incluidas en esta categoría relatan hechos novedosos, es decir, que ocurren por primera vez, que suponen una innovación importante o que acaban de ocurrir; poseen este valor de novedad los nuevos tratamientos médicos o los más recientes descubrimientos científicos, por ejemplo.

12) *Poder*. Un hecho suele convertirse en noticia si está protagonizado por personajes que ostentan poder, como políticos, autoridades, líderes sindicales o líderes religiosos, en el ejercicio de

sus funciones; así, por ejemplo, decisiones en política sanitaria, leyes y decretos relacionados con la salud o campañas políticas o religiosas en materia bioética.

13) *Polémica*. Es el factor determinante en aquellas noticias que describen explícitamente un litigio, controversia o conflicto entre dos o más posturas enfrentadas; un ejemplo sería la controversia en torno a los efectos de un aditivo alimentario sobre la salud o los debates sobre el aborto.

14) *Positividad*. Es el valor predominante en las noticias sobre curas, rescates, logros, avances, progresos científicos, mejoras económicas, conquistas sociales, éxitos o triunfos; en materia de salud, por ejemplo, son noticias positivas el descubrimiento de una vacuna, la apertura de nuevos hospitales o la mejora de las prestaciones sanitarias.

15) *Proximidad geográfica o cultural*. Un hecho cercano cultural o territorialmente al lector es más susceptible de ser noticia que otro alejado de sus intereses o preocupaciones; así, por ejemplo, los periódicos tienden a recoger noticias sobre la llegada al país de un medicamento nuevo, las estadísticas epidemiológicas referidas a nuestra región o país, o la situación de un colectivo local de enfermos en comparación con la de otros países.

16) *Relevancia*. Son hechos relevantes para los lectores aquellos que afectan más directa e inmediatamente a sus vidas, como la retirada de un medicamento o el aviso de evitar el consumo de un producto por ser perjudicial para la salud.

17) *Sorpresa*. Lo inesperado, lo inaudito, lo raro, lo extraño, lo imprevisto es noticiable; por ejemplo, un resultado inesperado de una investigación científica o la aparición de una extraña enfermedad.

18) *Utilidad*. Está contenida en noticias que ofrecen información

práctica para el lector, como, por ejemplo, consejos o recomendaciones para evitar una intoxicación.

19) *Valor educativo*. Contienen este valor las noticias divulgativas que aportan conocimientos científicos sobre un tema; por ejemplo, una técnica quirúrgica, las causas de una enfermedad o el funcionamiento de órganos o partes del cuerpo.

3. Análisis

En el conjunto de las 224 noticias sobre salud publicadas en los diarios *El País*, *El Mundo* y *ABC*, los valores predominantes son la polémica (que aparece en 91 noticias, es decir, en el 41,6%), las «buenas noticias» (58 textos, 25,8%) y las «malas noticias» (41 noticias, 18%).

1) *Polémica*. El valor predominante en la muestra analizada es la polémica, que parece ser el factor preferido por los medios estudiados como criterio de noticiabilidad en la cobertura de los temas médico-sanitarios en España. Está presente en 98 noticias, que representan el 40,6% de la muestra. La prensa resalta más los aspectos controvertidos y conflictivos de la realidad descrita que el diálogo o el acuerdo. En el tratamiento de los debates sociales sobre salud y medicina, los periódicos se orientan más a describir el enfrentamiento que a destacar los puntos de encuentro.⁴ Este dato coincide con los resultados de un análisis de noticias sobre salud publicadas en diarios gallegos, en los que el conflicto era el valor dominante (Costa Sánchez, 2008).

El área temática que recibe un mayor tratamiento polémico es la

⁴ Es posible que existan otros casos en que por presiones e intereses políticos o económicos se silencien o enmascaren los conflictos sociales, pero este aspecto no ha sido analizado en nuestro estudio. Este trabajo se basa en los hechos convertidos en noticia, es decir, que se reproducen en el discurso periodístico, y no en acontecimientos que quedan silenciados o en hechos de los que se oculta su carácter conflictivo o que son excluidos de la cobertura periodística y que, por tanto, carecen de reflejo en el discurso, que es nuestro campo de estudio.

bioética. Los asuntos predominantes son el aborto (debate reavivado a raíz del descubrimiento de irregularidades en la aplicación de la ley del aborto en España), la clonación y las células madre, todos ellos temas en que se refleja el conflicto entre ciencia y religión. En el corpus analizado aparecen también noticias sobre otro campo que es objeto de debate social: la biopolítica, es decir, la regulación de los hábitos de vida por parte del poder político (hábitos alimentarios para combatir la obesidad, la lucha antitabaco, control de la administración sobre el tallaje de la ropa para luchar contra la anorexia).⁵ Sin embargo, en la muestra analizada las noticias sobre biopolítica no describen las controversias entre dos posturas enfrentadas.⁶

Otro aspecto que es objeto de una cobertura polémica es la política sanitaria, que aborda asuntos como el llamado caso Lamela (en referencia a un consejero de la Comunidad de Madrid a quien se atribuía una persecución política contra un médico acusado de mala praxis profesional), la política municipal madrileña, las listas de espera en la sanidad pública y los conflictos entre médicos y la Administración. Junto a estos temas, aparecen también noticias referidas a las muertes producidas por la cirugía estética, el mercado de medicamentos genéricos, la política educativa en materia de titulaciones en ciencias de la salud, la relación entre contaminación atmosférica y salud, la calidad de información de la divulgación médica en internet, la relación entre salud y medio ambiente, y la salud femenina. Asimismo, es preciso notar que hemos recogido dos noticias sobre la relación entre salud y mercado relativas a China con un enfoque crítico hacia ese país; una de ellas referida al arroz

⁵ El debate biopolítico plantea la disyuntiva entre Estado paternalista o intervencionista y Estado protector, esto es, entre la postura que defiende que los gobiernos no deben intervenir en los hábitos y estilos de vida de los ciudadanos en materia de alimentación, costumbres, sexo y consumo de alcohol y tabaco, pues la intervención política supondría coartar la libertad de elección de las personas, y la postura de quienes creen que un Estado responsable debe regular las conductas sociales como parte de las políticas de salud pública para prevenir enfermedades sociales y reducir el gasto público.

⁶ Existen episodios concretos anteriores al período analizado, como, por ejemplo, el de las hamburguesas XXL (grandes raciones), que la prensa recogió ampliamente y en el que incluso intervino activamente participando en el debate con noticias, editoriales y artículos de opinión.

transgénico introducido en España a través de ese país asiático y otra a fármacos contra la impotencia vendidos por internet. Detrás de estas noticias pueden esconderse guerras comerciales entre la potencia emergente asiática y los países occidentales. Como ejemplos de noticias polémicas, podemos citar: «O vamos a París, o nacerá vegetal» (aborto) (*El País*, 3-2), «El Papa carga contra el bebé probeta» (*El País*, 1-2).

2) «*Buenas*» *noticias*. El segundo valor es la positividad, que está presente en 58 textos (25,8%), a considerable distancia de la polémica. Los temas predominantes son dos: los (supuestos) avances y progresos en investigación médica, y las medidas políticas para mejorar las prestaciones sanitarias y fomentar la salud humana. Entre los primeros, destacan en la muestra la vacuna contra el VIH (virus del sida), terapias contra el cáncer de mama, los avances tecnológicos aplicados a la salud, las técnicas diagnósticas, los nuevos conocimientos fisiológicos y genéticos aplicables en medicina, la reducción de la morbimortalidad, la ingeniería genética y las nuevas fuentes de células madre. En el área de la política, el corpus contiene noticias sobre medidas políticas contra la gripe aviar y el cáncer, la contratación de investigadores de prestigio por parte de la sanidad pública española, la lucha antiobesidad, la lucha contra los delitos contra la salud, las medidas para controlar los peligros para la salud pública y la creación de nuevas facultades de medicina.

En cuanto a las noticias sobre avances médicos, conviene resaltar que la prensa recoge la información sobre hallazgos o experimentos novedosos contenida en artículos recientes publicados en revistas especializadas, cuando aún el supuesto progreso o descubrimiento no ha alcanzado el consenso de la comunidad científica. Para que un hallazgo se convierta en un avance real se requiere que el resto de los investigadores verifiquen la validez de la nueva aportación. El lector que desconoce este hecho interpreta que el descubrimiento es ya un progreso suficientemente probado en el momento de su

publicación.⁷

Las «buenas noticias» sobre salud muestran un triunfalismo moderado, pues contienen una descripción atenuada de la importancia del avance, descubrimiento, hallazgo o logro médico, a pesar de lo cual en ocasiones la noticia tiene el riesgo de infundir falsas esperanzas en algunos pacientes. El lenguaje esperanzador de las «buenas noticias» («paso importante», «solución», «muchos esperan sea algún día útil para tratar patologías», «mejorar el éxito de los trasplantes de médulas que se hacen algunos pacientes con leucemia») se ve equilibrado con un lenguaje atenuador que resta importancia al hallazgo [«cauto», «prudente», «probablemente un día (quizás en un futuro lejano) tales vacunas serán útiles para prevenir o tratar infecciones virales», «estos hallazgos son preliminares y deberán confirmarse en ensayos con ensayos de mayor envergadura», «podría servir para estudiar algunas alteraciones del sueño», «podría ser la solución», «novedades e incógnitas», «autores reconocen que todavía quedan diferentes cuestiones»]. Como se ve, las noticias presentan un procedimiento retórico que intenta equilibrar la esperanza y el éxito con la cautela y la prudencia. Estos son algunos ejemplos de buenas noticias: «Científicos europeos desarrollan una vacuna experimental inhalada contra el VIH» (*El Mundo*, 13-2), «Eslovenia hace del cáncer una prioridad durante su mandato» (*El Mundo*, 8-2).

3) «Malas» noticias. El tercer valor noticioso por orden de frecuencia es la negatividad, que está presente en 41 noticias (18%). En contra de lo esperado, este porcentaje de noticias negativas no es muy alto, lo que contradice el tópico de que las malas noticias «venden» más. Este dato coincide con los resultados del estudio de Harcup y O'Neill (2001), que reveló que, en el corpus analizado, las noticias negativas representaban un tercio del total, en un número equivalente a las

⁷ Dado que, según nuestra hipótesis, los hallazgos científicos reciben escasa continuidad periodística, al lector se le priva de conocer la evolución de un descubrimiento y de saber si finalmente ha alcanzado el necesario consenso de la comunidad científica para convertirse en un avance real.

buenas noticias.

En la muestra analizada en nuestro trabajo, las malas noticias se refieren a fracasos médicos, errores y negligencias médicas; epidemias y extensión de enfermedades; fraudes y delitos contra la salud; deficiencias e irregularidades de la política sanitaria; historias personales dramáticas; problemas medioambientales; enfermedades laborales; muertes; y riesgos y peligros de determinados productos. Como se aprecia, son aspectos que representan amenazas para la salud derivadas de conductas humanas incorrectas e irresponsables – mala praxis médica, delincuencia, mala gestión política o atentados contra el medio ambiente–, así como de otras situaciones negativas, como la enfermedad o la muerte.

Al igual que las noticias positivas, las «malas noticias» presentan una estructura retórica formada por dos partes: una primera parte en que se enfatiza la gravedad de un hecho, y una segunda en que se atenúan los aspectos negativos, lo que da como resultado un alarmismo moderado. Así, por ejemplo, en una información sobre el dramático aumento de casos de fiebre amarilla en Brasil y Paraguay, tras ofrecer cifras del crecimiento de la enfermedad, se informa sobre las medidas para romper la cadena de contagio y el encargo de vacunas para la población en riesgo. El lenguaje empleado en las noticias negativas analizadas está más intensificado que el de las noticias positivas: un brote de cólera se describe como «azote»; de un estudio científico con resultados inesperados se dice que ha sido «confuso e inquietante»; un titular afirma lo siguiente: «La sombra del suicidio planea sobre el tratamiento de la depresión pediátrica». Ejemplos de este valor son los siguientes: «Los refrescos aumentan el riesgo de gota» (*El Mundo*, 1-2), «Una epidemia de cólera azota el Congo» (*El Mundo*, 15-2).

4. Conclusiones

En la muestra analizada hay un claro predominio de la polémica (98 noticias sobre un total de 224), lo que indica que la confrontación y la disputa goza de un mayor interés para los medios en el tratamiento de un asunto de vital importancia como es la salud. Es un valor

relacionado sobre todo con la gestión política, las campañas electorales, el conflicto entre ciencia y religión (bioética) y el conflicto entre Estado e individuo (biopolítica).

A notable distancia, los valores que siguen por orden de presencia son las buenas noticias (58) y las malas noticias (41). Se trata de dos aspectos complementarios de la realidad descrita, pues la positividad de los avances científicos y los progresos médicos se complementa con la negatividad de la mala gestión, los errores y los fracasos, aunque de forma algo desequilibrada, pues las buenas noticias superan a las malas. En el corpus analizado, la prensa escrita española presta más atención a los aspectos positivos que a los negativos, lo que indica que, en asuntos relacionados con la salud, los medios prefieren transmitir el optimismo que infunden los logros de la ciencia actual que despertar los miedos y recelos que representan los peligros y excesos de la ciencia y los fracasos de la sanidad, aunque sea de forma moderada y atenuada. Este dato contrasta con el tópico de que «venden» más las malas noticias. El hecho puede deberse a que en asuntos relacionados con la investigación médica y sanitaria los medios periodísticos tienden a ofrecer una imagen positivista de la ciencia, retratado como un conocimiento objetivo, neutral e imparcial que avanza mediante un progreso lineal sobre la base de una correcta aplicación del método científico.

Los datos anteriores nos revelan que cuando la salud se aborda como asunto de interés político por parte de los medios, éstos tienden a seleccionar sobre todo las polémicas generadas en la sociedad. Sin embargo, cuando la salud se aborda por la prensa con una perspectiva científica, abunda el tratamiento de las «buenas noticias» (avances), y en menor grado, de las «malas noticias» (errores y negligencias), sin prestar mucha atención a las controversias puramente científicas, quizás porque los medios suponen que éstas poseen menos interés para el lector medio, porque representen mayor dificultad conceptual y cognitiva para el periodista, o por sus prejuicios ideológicos positivistas, que conducen a considerar la ciencia como un saber objetivo que describe una verdad no disputada.

Estas observaciones nos indican que el discurso periodístico sobre salud está determinado por estos principios o valores ideológicos del periodismo actual:

- 1) el gusto por la controversia, el conflicto y el enfrentamiento de posturas, presentadas frecuentemente como irreconciliables, tal como ha puesto de relieve Tannen (1999), para quien los medios de comunicación muestran una marcada tendencia hacia la denominada por ella cultura de la polémica. Esta autora sostiene que la prensa tiende exageradamente a presentar los problemas como una lucha o polarización entre dos visiones contrapuestas (el cara a cara, tan del gusto periodístico), más allá de la legítima discrepancia dialéctica, de ahí el abuso de la metáfora bélica en las noticias. Según Tannen (1999), se trata de una tendencia cultural profunda de nuestra sociedad occidental que considera que la oposición y la disputa, en muchas ocasiones sin cerrarla por medio de la armonía y la síntesis, es la mejor forma de analizar o describir la realidad. En las noticias sobre salud, este interés por la polémica es en parte fruto de la politización de la salud, que conduce a percibir los hechos desde el punto de vista de sus implicaciones políticas.

- 2) la ideología positivista de la ciencia, que considera que el conocimiento científico es neutro, imparcial, objetivo y autónomo, lo que lleva a concebir los avances médicos como resultado del progreso lineal y ascendente.⁸

- 3) la tendencia a la negatividad, que resulta ser más moderada de lo que hace creer el tópico de que las malas noticias son

⁸ Esta afirmación debe matizarse, pues los medios de comunicación también se ocupan de errores y fraudes científicos, como hemos visto, aunque con menor frecuencia. El positivismo científico se refleja asimismo en el hecho de que los periodistas suelen cubrir la información sobre ciencia sin atender al contexto social, político, cultural y económico en que se desarrolla la actividad científica.

preferidas por los periodistas.

- 4) la función de los medios de comunicación como servicio público, que tiende a primar los valores relacionados con los aspectos racionales y prácticos de la salud (el logos, según la retórica clásica).

Referencias bibliográficas

- BELL, A. *The Language of News Media*, Oxford: Blackwell, 1991.
- CLARKE, J., ROBINSON, J., Testicular cancer: medicine and machismo in the media (1980-94). *Health*, 1999, vol. 3, nº 3, p. 263-282.
- COSTA SÁNCHEZ, C. Medicina y salud en la prensa. Las noticias sobre salud en los principales diarios de Galicia, *Revista Latina de Comunicación Social*, 2008, vol. 63, http://www.ull.es/publicaciones/latina/_2008/03/Costa_Sanchez.html. Consulta: 24-9-2008.
- FAIRCLOUGH, N. *Media Discourse*, London: Edward Arnold, 1995a.
- FAIRCLOUGH, N. *Critical Discourse Analysis*, London: Longman, 1995b.
- FAIRCLOUGH, N. *Discourse in Late Modernity. Rethinking Critical Discourse Analysis*, Edinburgh: Edinburgh University Press, 1999.
- FAIRCLOUGH, N. *New Labour, New Language?*, London, Routledge, 2000.
- FAIRCLOUGH, N. *(Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*, London: Routledge, 2003.
- FOX, Nicholas J. *Post-modernism, sociology and health*, Toronto: University of Toronto Press, 1994.
- GALTUNG, J.; RUGE, M. The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four foreign newspapers. *Journal of International Peace Research*, 1956, vol. 1, p. 64-90.
- GANS, Herbert J. (1980). *Deciding What's News*, London, Constable.
- GOLDING, P.; ELLIOT, Ph. *Making the News*, London and New York: Longman, 1979.

HALL, S., CRITCHER, C., JEFFERSON, T., CLARKE, J., Roberts, B. Policing the Crisis: Mugging, the State, and Law and Order, London: Macmillan, 1978.

HARCUP, T.; O'NEILL, D. What Is News? Galtung and Ruge revisited. Journalism Studies, 2001, vol. 2, n° 2, p. 261-280.

HERBERT, J. Journalism in the Digital Age, Oxford: Focal Press, 2000.

HETHERINGTON, A. News, Newspapers and Television, London: Macmillan, 1985.

HODGSON, W. F. Modern Newspaper Practice: A Primer on the Press, London: Heinemann Professional Publishing, 1990.

Informe Quiral, Tendencias, 2007, diciembre, <http://www.fundacionvilacasas.com/tendenciasc.htm>. Consulta: 15-8-2008.

LUPTON, D. Feminity, responsibility, and the technological imperative: discourses on breast cancer in the Australia press, International Journal of Health Services, 1994, vol. 24, p. 73-89.

LUPTON, D. Health, Illness and Medicine in the Media, Health, 1999, vol. 3, n° 3, p. 259-262.

MACQUAIL, D. Mass Communication Theory, London: Sage, 1994.

PETERSON, S. Foreign news gatekeepers and criteria of newsworthiness, Journalism Quarterly, 1979, vol. 56, p. 116-25.

PETERSON, S. International news selection by the elite press: a case study, Public Opinion Quarterly, 1981, vol. 45, n° 2, p. 143-63.

RICHARDSON, J. E. Analysing newspaper. An approach form critical discourse analysis. Hampshire, New York: Palgrave Macmillan, 2007.

SCHLESINGER, P. Putting Reality Together, London: Methuen, 1987.

SCHULZ, W. News structure and people awareness of political events, Gazzete, 1982, vol. 30, p. 139-153.

TANNEN, D. La cultura de la polémica. Del enfrentamiento al diálogo. Paidós: Barcelona, Buenos. Aires, 1999.

TUNSTALL, J. Journalists at Work, London: Constable, 1971.

YEATON, W. H. et al. Evaluating understanding of popular press reports on health research, Health Education Quarterly, 1990, vol. 7, p. 223-34.