



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

REPORTAJE:

ESCASA DIFUSIÓN DEL CÁNCER DE PRÓSTATA
EN TELEVISIÓN ABIERTA

Tesina que para obtener el
título de licenciada en
Ciencias de la Comunicación,
Área: Producción Audiovisual

Presenta

Luz María Colula Hernández



Asesora: Maestra, Xóchitl Andrea Sen Santos

México D. F. 2012



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

A mis padres, Amalia y Vicente, sencillamente porque sin ellos no estaría aquí y nada de esto hubiera sido posible, les debo todo lo que soy ahora, y sobre todo por respetar y tolerar mi manera de pensar. Este trabajo es de ustedes dos por ser la guía y la vida: GRACIAS.

A mis hermanas, Ofelia y Juanita, son la parte más importante de mi vida, se los dedico por estar a mi lado, por apoyar y respetar mis decisiones, y por ser uno de los pilares de mi existencia. A mi sobrino Daniel por enseñarme que el amor a primera vista sí existe, espero que este documento te sirva en algún momento de tu vida.

A toda mi familia (abuelit@s, ti@s y prim@s) esto es una manera de agradecerles su apoyo en los momentos más difíciles.

A Beto, por ser la inspiración de este proyecto, por ser mi ejemplo de fortaleza, y por enseñarme que pese a no haber esperanza, una persona muere sólo por el hecho de darse por vencido. Siempre estas presente.

Una noche sin luna,
risas casi hasta el amanecer, así
inició todo sin pensar,
entonces supe que era verdad, con
los primero rayos del sol a la orilla del mar.
Sin ti esto no existiría.

A todos mis amigos (de la prepa, Mariks, Pasiars, de la Fac, entre otros),
afortunadamente son muchos y enlistarlos sería casi imposible, pero ustedes
saben quiénes son, y saben lo importante que es para mí tenerlos.

A todos mis profesores, desde la primaria hasta la Universidad, por
compartirme su sabiduría, me llevo algo de cada uno conmigo. A mi asesora,
Xóchitl, por su paciencia, tiempo, esmero y principalmente por las "terapiadas".
Un agradecimiento especial a las sinodales por su apoyo, en verdad valoro el
tiempo que me dedicaron. Y a la Universidad Nacional Autónoma de México
por formarme profesionalmente.

Índice

Introducción	1
1.- El cáncer es parte de la vida	16
La palabra “cáncer”	16
Cáncer de próstata.....	20
Etapas del cáncer de próstata	23
2.- Enfermedad en secreto	26
Campañas de detección y atención de cáncer de próstata en algunos estados	26
Campañas en televisión nacional	34
3.- El cáncer de próstata no es sólo cosa de hombres.....	37
“Dale un K. O. al cáncer de próstata”	37
Existe escasa difusión del cáncer de próstata en televisión abierta	42
Difusión del cáncer de próstata, su importancia	47
Conclusiones.....	52
Fuentes de consulta.....	59

Introducción

Desde el 2003 a la fecha, a nivel federal, sólo se ha realizado una campaña sobre la detección y atención oportuna del cáncer de próstata, la cual contenía un spot, mismo que se difundió a través de canales de televisión abierta, tanto públicos como privados.

Mientras que desde el 2003, a la fecha (2011), se han realizado infinidad de campañas para la detección del cáncer de mama, efectuadas a nivel nacional, y otras dirigidas a la población del Distrito Federal.

Muchas de éstas estuvieron a cargo de la iniciativa privada: de marcas de ropa íntima, cosméticos, realizadas por canales de televisión pertenecientes a empresas privadas; además se difundieron en partidos de fútbol soccer y hasta en las bolsitas de té. Incluso las ONG's hicieron campañas de detección oportuna.

En cambio, a la información sobre el cáncer de próstata no se le ha dado tanta difusión, siendo que, en México, durante 2001 se registraron 14 defunciones por cáncer de próstata al día, es decir, aproximadamente 5 mil 100 al año¹; pero la cifra aumentó, pues se prevé que para 2011 alrededor de seis mil hombres mayores de 55 años perderán la vida a consecuencia del cáncer de próstata, es decir 16 varones al día, según datos de 2010 proporcionados por la Asociación Mexicana de Lucha contra el Cáncer (AMLCC); en cuanto al cáncer de mama, se esperan alrededor de 5 mil 113 muertes de mujeres por esta causa, en el mismo año.

La diferencia no es mucha, pero las defunciones por cáncer de próstata son más, y actualmente este mal ocupa el primer lugar de causa de muerte en varones por neoplastias, superando el cáncer de tráquea, bronquios y pulmón, según datos de 2010 difundidos por el Instituto Nacional de Cancerología (INACAN).

¹ Varios Autores, "Programa de Acción: Cáncer de Próstata", 2001, <http://bibliotecas.salud.gob.mx/gsd/collect/publin1/index/assoc/HASH18a3.dir/doc.pdf>

Es decir, se trata de un problema de salud importante, por ello es necesario darle la debida difusión sobre su detección, pero en este país aún no se ha hecho esto, pues una campaña a nivel nacional en ocho años no es suficiente.

Con el comparativo entre ambas enfermedades (cáncer de próstata y de mama) no se pretende hacer algún tipo discriminación o diferencia de género, pues la difusión y las campañas de detección que se han hecho sobre el cáncer de mama son muy importantes, pues gracias a ellas se han salvado muchas vidas.

La intención de esta mención es dejar claro que se ha atendido más al cáncer de mama que a al cáncer de próstata, cuando ambos merecen el mismo cuidado, pues de lo que se trata es de salvar vidas y ¿por qué no? darles una mejor calidad de vida a las personas propensas a desarrollar dichas enfermedades.

Pues si bien es verdad que se han realizado varias campañas sobre la detección del cáncer de próstata a nivel estatal en los últimos seis años, también es cierto que no han sido lo suficientemente grandes, o no han tenido la difusión necesaria, como para llegar a la cantidad de personas como a las que llegaría una a nivel nacional.

Por ello, este reportaje sobre la escasa difusión del cáncer de próstata en televisión abierta, pone de manifiesto la necesidad de informar, a hombres y mujeres, sobre los daños que ocasiona dicha enfermedad, para poder detectarla a tiempo, y así evitar consecuencias fatales.

Pues dicha información aún no ha sido difundida lo suficiente en medios de comunicación masiva tan importantes como la televisión. Aunque en los hospitales y centros de salud sí existe información al respecto, y haya personas acudiendo al médico a una revisión, de esas personas ¿cuántas estarán informándose sobre el tema?

El cáncer de próstata es una enfermedad que cobra miles vidas al año, pero también es una enfermedad que si es detectada a tiempo puede ser curada. El problema es que muchas personas no lo saben, y desconocen esto porque no les llega la información oportunamente.

La televisión es el medio de comunicación masivo más usado por la sociedad mexicana, su público está conformado por hombres y mujeres de diferentes edades y niveles socio económicos.

Según el Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística IBOPOE/ AGB México, en su estudio de audiencia televisiva realizado en 2010: El mexicano es un ávido consumidor de televisión, en promedio ve más de cuatro horas diarias y deja encendido el televisor aproximadamente ocho horas al día.

“El grupo de edad que más horas ve la tv, es el grupo de personas mayores de los 50 años (5 horas/día)”², por lo tanto, la televisión es el medio masivo de comunicación idóneo para difundir información referente al cáncer de próstata, porque éste se desarrolla en varones mayores de 40 años.

Y, según datos el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, arrojados de una encuesta nacional, “de estas personas, el 51 por ciento de los televidentes son hombres, y el 49 por ciento restante son mujeres”³.

Estos hombres y mujeres, quienes conforman el grupo de receptores que ve televisión, deben estar enterados sobre la existencia, los síntomas y los métodos de detección del cáncer de próstata. Pero al no existir la suficiente información en la televisión, porque son pocas las campañas de difusión al respecto, no pueden tomar las medidas necesarias.

De aquí la importancia de que se difunda más datos sobre dicha enfermedad; sin embargo, no ha tenido la adecuada propagación. Por ello el reportaje es un método viable para mostrar a la sociedad que existe escasa difusión del cáncer de próstata en televisión abierta, con el propósito de darlo a conocer de una forma sencilla y concreta.

El cáncer de próstata es una enfermedad que puede llevar a la muerte, por ello amerita la difusión oportuna de información sobre su prevención y atención, ésta debe ir desde los datos básicos, hasta los especializados como el tratamiento.

²Gráfico Fuente: Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística (Ibope/AGB México) “Medición de audiencia de televisión en México”, 2010.

³ “Encuesta nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales”, CONACULTA, 2010, http://www.conaculta.gob.mx/encuesta_nacional.php

Todo esto se puede exponer dentro del reportaje, porque “es un relato periodístico de tema libre, redactado, por lo común en el estilo propio de quien lo escribe. En éste se explica con detalle y criterio personal un hecho noticioso que es de interés”⁴, ya sea para la sociedad en general o para un determinado sector de la misma.

Realizar un reportaje para exponer dicho tema es la mejor opción “pues se trata del género periodístico más completo, en él caben las revelaciones noticiosas, la vivacidad de la entrevista, las notas cortas de la columna, la crónica y la interpretación propia de los hechos”⁵.

La atracción por realizar un reportaje surge por la diversidad de elementos que lo conforman, los cuales sirven para reafirmar y complementar la información.

Pues la investigación va impregnada del toque personal de quien lo escribe, se apoya en los materiales que conforman al reportaje, y con todo esto poder dar una perspectiva diferente al público lector sobre el problema que ahí se expone.

Entre las funciones de este reportaje, está el dar a conocer la escasa difusión del cáncer de próstata, prevenir a la población, y llamar de atención hacia un problema que es más común de lo que parece.

Y en cuanto a los lectores, con lo expuesto dentro de este reportaje cada quien decidirá si lo toma en cuenta, y si se decide darle la importancia de un problema, cada persona decidirá de qué magnitud es éste, he aquí la importancia de difundir información al respecto.

Todo con el objetivo de reflexionar sobre la existencia de la escasa difusión del cáncer de próstata en televisión abierta, exponiendo diferentes puntos de vista, desde una perspectiva neutral, con ello informar sobre la existencia de dicho problema, para que el público pueda formar su propia opinión al respecto, con la finalidad de concientizar sobre la existencia de la enfermedad y la importancia de atenderla a tiempo.

⁴ Carlos Marín y Vicente Leñero, *Manual de periodismo*, Grijalbo, pp. 223.

⁵ *Op Cit*, pp. 223.

Para lograrlo, este reportaje está dividido en tres apartados: en la primera parte aparece la definición de cáncer, y su proceso de desarrollo en el cuerpo humano, con el objetivo de ubicar al lector en el contexto del tema, pues no podemos hablar del cáncer sin antes saber qué es. Además podremos encontrar tipos de cáncer y de tratamientos.

Una vez entendido esto, lo siguiente es aclarar qué es cáncer de próstata, pues el tema base de esta investigación es dicha enfermedad. Ahí se exponen datos importantes como, a qué edad son más propensos los varones a desarrollarlo, qué hombres corren más riesgo ante este tipo de cáncer, qué tipos de pruebas existen para detectarlo y los tratamientos.

Para este apartado fueron usados como fuentes de consulta: la *“Enciclopedia médica moderna”*, de Marcelo Hammerly; el libro de Domingo González *“Cáncer: verdad y esperanza”*; el tomo tres de la serie *“Anatomía Humana: descriptiva, topográfica y funcional”* de Víctor Götzens; *“Información médica en internet”* escrito por Roberto Kiley; y la obra de Winsor Bowsher llamada *“Cáncer de próstata”*.

Además de la información obtenida de una consulta con el médico familiar por la UNAM, Azael Gilberto Vidal García, y el médico especialista en Urología por la UNAM, Carlos Castañeda López, esto con el fin de recopilar los datos suficientes para exponer el tema.

Lo que nos lleva al apartado número dos, donde se exponen algunas de las campañas que se han realizado en diferentes estados de la República Mexicana, para informar a la población sobre la detección y atención oportuna del cáncer de próstata.

En este punto se debe hacer un paréntesis para aclarar por qué no fueron mencionadas las treinta y dos entidades que conforman el país. Porque para este apartado sólo se pretende resaltar que los gobiernos estatales han puesto su granito de arena para contribuir a la detección y atención oportuna del cáncer de próstata, y lo han hecho según sus posibilidades.

En este mismo apartado se presentan datos sobre cuántas campañas se han hecho, quién las realizó (si las instancias de gobierno encargadas del sector

salud, las instituciones no gubernamentales o la industria privada) y hace cuánto tiempo se llevaron a cabo.

Para así llegar a las campañas en televisión abierta nacional que se han realizado desde 2003 al 2011, con el fin de proporcionar un espectro más amplio sobre lo que se ha hecho al respecto y poder comparar un poco sobre cómo se ha trabajado en el tema en los diferentes gobiernos.

Finalmente, en el tercer apartado aparece lo referente a la última campaña realizada en el Distrito Federal, y un breve seguimiento de los resultados de ésta, todo ello para poner de manifiesto la escasa difusión del cáncer de próstata en televisión abierta.

Para sustentar esta observación un especialista en urología, así como un monitorista y analista de medios de comunicación, y un hombre que sobrevivió al cáncer de próstata exponen su punto de vista al respecto, además de varias personas comunes, es decir, que no son especialistas en el tema, dan su opinión sobre si existe o no poca información en televisión sobre este tipo de cáncer.

Pero, antes de llegar a la investigación sobre la escasa difusión del cáncer de próstata en televisión abierta, es importante entender qué es un reportaje, pues si conocemos su estructura sabremos a qué género del periodismo nos estamos adentrando y será más sencillo comprenderlo tanto en su forma, como en su contenido.

Antes de iniciar con la investigación se debe reflexionar sobre: ¿de dónde surge el tema que será tratado en el reportaje?, éste surge de las vivencias del reportero, tanto propias como de las que puede observar en su entorno, por ello la materia prima del reportaje es la vida misma.

Debido a esto podría afirmarse que el reportaje es tan antiguo como la humanidad, pues "es de suponerse que siempre hubo hombres dispuestos a contar aquellos hechos o sucesos de que habrán sido testigos y que se juzgaban dignos de ser contados y, por tanto, divulgados"⁶.

⁶ Gonzalo Martín, *Géneros periodísticos*, 3ª edición, Paraninfo, Madrid 1981, pp. 64.

El reportaje, tal como lo conocemos hoy día, es posible que sea resultado de una polémica surgida a finales del siglo XIX. La polémica consistió en que, por una parte los objetivistas en Europa sostenían: “que al lector de periódicos sólo había que darle los hechos, pues se le consideraba capaz de obtener conclusiones propias”⁷.

Por otra parte los subjetivistas decían que: “era necesario decirle al lector por qué ocurre lo que ocurre y qué significan las cosas que pasan”⁸. A principios del siglo XX, en Estados Unidos, se encontró una solución, se diferenció en los periódicos la noticia como tal, del comentario del hecho, es decir, de la valoración del periodista.

Así surge la idea de dividir los periódicos en secciones. Por una parte estaba las dedicadas a las noticias, y por la otra, las secciones dedicadas a editoriales y referentes a la opinión. Pero las necesidades del lector no eran cubiertas del todo con decisión.

Los periodistas se dieron cuenta que el lector necesitaba algo más que simples noticias o una opinión. Necesitaba de ambas para completar su información, y el tener la seguridad de que, lo que tenía en sus manos, era lo que realmente le interesaba leer.

Entonces nuevas formas empezaron a tomar espacio en los periódicos. “Ante la rigidez de los objetivistas, surge el periodismo comprometido, un tipo de periodismo que tiende a romper con las fuentes tradicionales de la información y busca defender un estilo subjetivo”⁹, es un periodismo más creativo.

Martínez Albertos, en su Curso General de Redacción Periodística, opina que "a partir de 1920 la Prensa de información se impone en todo el mundo occidental". Este nuevo modo de hacer Periodismo, enfocado en los hechos, abarca los siguientes géneros periodísticos informativos: la noticia, el reportaje, el informe, la entrevista y la crónica (que en realidad es un género híbrido con información y opinión).

⁷ Javier Ibarrola, *El reportaje*, 3ª edición, Paraninfo, Madrid 1981, pp. 18.

⁸ *Op Cit*, pp. 18.

⁹ *Op Cit*, pp. 19.

Así surge el reportaje, al romper con los esquemas previamente establecidos como género periodístico. “Reportaje era el término periodístico que denominaba un artículo que cayese fuera de la categoría de noticia, propiamente dicha. Lo incluía todo, desde los llamados *encabezados breves y brillantes*, hasta anécdotas de interés humano.”¹⁰

REPORTAJE

Dentro del periodismo existen varias maneras de comunicar al público lo que está pasando en su entorno y alrededor del mundo, pues en algún momento, esos sucesos que parecen tan lejanos, nos pueden afectar.

Algunos periodistas escriben sólo notas, para dar a conocer un hecho en palabras más concisas. Otros escriben crónicas, para crear en el receptor un contexto; o tal vez una entrevista o una crítica, dependiendo de los fines para los que sea escrito.

Pero hay un género periodístico que reúne todos lo anteriores: es el reportaje. Se dice que éste es el género periodístico más vasto de todos, debido a que tiene la virtud de unir a otros géneros como: la nota, la entrevista, la crónica, e incluso géneros periodísticos de opinión como el ensayo.

Es reportaje es una exposición viva de los acontecimientos, que emergen como una necesidad del periodismo para expresar los hechos que se suscitan cotidianamente, y se exponen para demostrar una tesis

Entre sus objetivos, los más importantes son: investigar un suceso, explicar un problema o describir un evento. El autor se vale del reportaje para lograr estos objetivos.

Justamente el objetivo de este reportaje sobre La escasa difusión del cáncer de próstata en televisión abierta es explicar un problema, apoyándose en el reportaje.

Pues este género no siempre tiene que tratar sobre una realidad inmediata. Porque aquí el periodista intenta reflejar la razón de ser de los hechos y sus

¹⁰ Tom Wolfe, *El nuevo periodismo*, Anagrama, Barcelona 1984, pp. 30.

circunstancias explicativas sin darle demasiada importancia al momento en que se está exponiendo, pues un tema de interés social nunca caduca.

Dependiendo de los fines para los que se ha realizado en reportaje, éste toma un carácter. El cual puede ser sólo con el fin de informar un hecho de carácter general, y también con el fin de denunciar.

De una manera u otra el fin del reportaje siempre será ayudar a la sociedad, proporcionándole temas de interés, con datos que contribuyan a mejorar su vida en algún aspecto, ya sea para un sector específico o en general.

“El reportaje parte de una noticia, usa las técnicas de una entrevista para la investigación y las de la crónica para la redacción, cuenta los antecedentes de un hecho, explica los que sucede alrededor de él y las posibles consecuencias”¹¹.

Además, el reportaje debe responder al *qué* (qué sucede), *quién* (quién o quiénes intervienen), *cuándo* (fecha o fechas de suceso), *cómo* (cómo pasó), *dónde* (lugar), *por qué* (causas) y *para qué* (consecuencias) del hecho que se está exponiendo. Es importante destacar que la persona que lo escribe no puede expresar dentro de éste sus valoraciones personales.

El autor debe ser completamente objetivo y sólo limitarse a exponer el tema a manera de que el receptor pueda sacar sus propias conclusiones basándose en la investigación. Además debe mostrar todas las versiones del suceso, es decir, diferentes puntos de vista.

Para Federico Cambell: “...el reportaje es una indagación: una investigación sustentada en datos provenientes de la realidad, de uno o varios declarantes”¹². Mientras que para Eduardo Ulibarri “... el reportaje se hermana con el análisis en sus afanes de interpretar los hechos, y coquetea con el

¹¹ Guillermina Baena, *El discurso periodístico: los géneros periodísticos hacia el nuevo milenio*, Trillas, México 1999, pp. 71.

¹² Julio del Río, *Reflexiones sobre periodismo, medios y enseñanza de la comunicación*, UNAM, 1993, pp. 150.

editorial, el artículo y la crítica cuando el autor sucumbe a la tentación de emitir sus juicios sobre aquellos o aquello que cuenta”.¹³

Por ello se dice que el reportaje es el género más completo, pues puede apoyarse, incluso, en la crítica, por su puesto sin abusar de ella, y sin dejar de la lado el objetivo primordial que es el de informar.

TIPOS DE REPORTAJE

El reportaje escrito o de prensa es un género del periodismo basado en el testimonio directo de hechos y situaciones que explica con palabras, desde una perspectiva actual, expone historias vividas por personas reales (entrevistas) y las relaciona con su contexto. También puede apoyarse en imágenes fotográficas (fijas) o en video.

Además, como se mencionó anteriormente, según su estructura, su fin y su contenido, el reportaje se puede clasificar en diferentes tipos.

En este punto es importante detenernos en el hecho de que autores como Tom Wolf y Guillermina Baena coinciden que tanto los géneros periodísticos, en este caso el reportaje, y sus tipos, han sufrido diversas transformaciones al paso del tiempo.

Dichas transformaciones se deben a los requerimientos y necesidades tanto del periodista como del periodismo, por lo tanto que no extrañe que dentro de poco aparezcan otros tipos de reportaje, por ahora se tomarán en cuenta sólo cinco tipos, pues son los más conocidos.

Esto se debe a que el periodismo es una rama de las Ciencias Comunicación, la cual pertenece a Ciencias Sociales, y éstas pueden variar para adaptarse a nuevas circunstancias.

Según Guillermina Baena hay cuatro tipos de reportaje:

Narrativo – descriptivo: el cual ofrece una información completa, jerarquizada, tiene tiempo, espacio y profundidad, explica al lector el cómo y el porqué de las cosas, ofrece al receptor la posibilidad de formar su opinión

¹³ Ibídem.

sobre el suceso, esto significa otorgarle el poder de constatación, es decir, que puede consultar la información en cualquier momento.

Argumentativo: este tipo de reportajes se reconocen, pues por lo general, mantienen una tesis a lo largo de todo lo escrito. También se les conoce como explicativos porque se prestan a ahondar en hechos de trascendencia entre la opinión pública, tienen un fondo predominantemente noticioso y detallan las causas y efectos de eventos noticiosos.

Cronológico: los reportajes de este tipo son frecuentes, aquí los hechos se exponen en una sucesión de tiempo y espacio determinados, a manera que su orden lleva de la mano al lector.

Histórico – anecdótico: se refiere a los reportajes que cuentan sucesos pasados, descubren aspectos novedosos de interés humano para los lectores que están viviendo otra época.

La ideal sería conjugar todas las técnicas para así lograra un reportaje más completo. Es decir, el reportero puede echar mano de varios tipos de reportaje y necesariamente de uno sólo.

Por otra parte, también se debe valer de toda su astucia para que el reportaje sea llamativo, pues en muchos de los casos el receptor no está acostumbrado a la lectura, por lo tanto puede perder pronto el interés si el tema no se trata de manera adecuada.

El reportaje sobre “La escasa difusión del cáncer de próstata en televisión abierta” será redactado siguiendo los lineamientos y la estructura del reportaje narrativo - descriptivo, para que pueda entrar en esa categoría.

Se buscará, principalmente, en investigación documental (bibliografía, hemerografía, estadísticas, entre otros) la cual podrá ser consultada por el lector, apoyada en los testimonios y entrevistas para exponerlo y dejar que el público forme su propia opinión sobre el tema del reportaje.

Y también mantendrá una tesis a lo largo de todo lo escrito, como se hace en los reportajes argumentativos.

Es importante mencionar que hay periodistas que se apoyan en más de un tipo para proporcionar estructura a su reportaje. Y es válido, de ahí que puedan surgir otros tipos de reportaje con el paso del tiempo.

ELABORACIÓN DE REPORTAJE ESCRITO

El primer paso de la elaboración del reportaje es la selección del tema, pues será el centro del reportaje, es por ello que también es denominado como “el elemento motivador”, porque al ser el tema el núcleo de toda la investigación, volvemos los ojos a él para explicar cómo es, cómo ocurre y cómo trabaja.

Cuando ya se tiene planteado el tema, el cual no necesariamente debe ser de actualidad, pero sí de interés público; el siguiente paso es la delimitación. Debemos seguir la orientación que planteamos hace un momento: qué, quién, cómo, dónde, por qué y para qué.

De esta manera se dará una orientación al tema, pues sólo se tomará en cuenta lo especificado en la delimitación. Por ejemplo: si investigamos sobre la nueva Secretaría de la Ciencia creada por el gobierno¹⁴, de este modo me interesa saber y explicar cómo será estructurada y los planes que tiene.

“Lo que se debe hacer es buscar sus antecedentes, y tal vez sus causas, así intentar darle una cierta dimensión vertical, retrospectiva. Y no aumentaremos el radio de nuestra percepción para buscar consecuencias”¹⁵, sin que debemos buscar su cimientos para conocer sus bases y de ahí llegar a sus efectos.

Si le da a nuestro tema una dimensión vertical, entonces debemos ir a los antecedentes y a las causas, se esa manera la investigación nos llevará al futuro, encontramos respuestas a preguntas que normalmente no hacemos ¡al inicio de la investigación, una de éstas es: ¿a qué conducirá el hecho?, proyecciones y repercusiones.

¹⁴ Se menciona este tema sólo con la intención de ejemplificar.

¹⁵ Eduardo Ulibarri, Trillas. México 1999, *Idea y vida del reportaje*, pp. 47.

Pero también está la dimensión presente, horizontal, “es la que responde al propósito de salir del núcleo temático que produjo nuestro interés inicial para ahondar en los elementos contemporáneos”¹⁶ implicaría considerar sus significados, implicaciones inmediatas y conexiones con lo actual.

“Las posibilidades de esta dimensión son múltiples, porque también lo son los lazos que entre sí establecen los hechos; precisamente, su existencia es una de las razones de ser del reportaje.”¹⁷

Además, existe otra posibilidad: la de la polémica, la discusión y el enfrentamiento.

Se debe tener presente la polémica que se iniciará entre las personas que se encuentran a favor o en contra. Hay que buscar o hacer la síntesis de las opiniones representativas de las corrientes en pugna y esto nos llevará a realizar reportajes sobre las confrontaciones de situación o acontecimiento.

Es importante destacar que en el reportaje se puede incluir la opinión personal de quien lo escribe, es necesario exponer todos los puntos de vista posibles sobre el tema, aunque el objetivo del reportaje se exponer la polémica, como mencioné anteriormente, es necesaria la objetividad.

En cuanto a la redacción del reportaje siempre se debe de tomar en cuenta el lenguaje, éste debe ser el adecuado para que llamar la atención del lector. Además es importante saber a quién está dirigido, de esta manera también se podrá saber qué tipo de lenguaje es el adecuado.

Por ejemplo, si es para el público en general, el lenguaje debe ser sencillo para que todas las personas puedan entenderlo. Si es para un público en específico, por ejemplo, para una comunidad científica, es válido utilizar términos científicos, pues con seguridad este tipo de lectores lo entenderán.

De esta manera el receptor entenderá lo que el autor quiere decir, se informará, y, posteriormente, sacará sus propias conclusiones; o, reaccionará ante el

¹⁶ Javier Ibarrola, *El reportaje*, Editorial Gernika, México 2004, pp. 41.

¹⁷ *Ibidem*.

hecho. “El reportaje, por esto mismo, es un género más libre. El enfoque de la redacción depende en gran medida de la imaginación del periodista.”¹⁸

Los temas para hacer reportaje no están limitados a unos cuantos, pues el reportaje es capaz de exponer cualquier tema: deportes, política, ciencia, sociedad, salud y un largo etcétera. No es necesario que el tema sea reciente, puede ser sobre hechos pasados como se hace en el reportaje histórico - anecdótico, pues el fin siempre será el mismo: que sea e interés y aporte algo a la sociedad.

La elaboración del reportaje se divide básicamente en tres etapas: *planeación* (tomar en cuenta todos los aspectos que envuelven una investigación: tiempo, recursos materiales y humanos) *investigación* (consultar en todas las fuentes posibles para recopilar datos) y *redacción* (cómo vestir todo para que el lector lo entienda).

Tomando en cuenta todas las características del reportaje, y las ventajas con las que cuenta su estructura, pues se puede echar mano de varios géneros periodísticos para dar a conocer un tema o un hecho, se ha decidido realizar uno sobre “La escasa difusión del cáncer de próstata en televisión abierta”.

Y de esa manera exponer al lector la falta de difusión de dicha enfermedad en la televisión abierta de nuestro país, mostrarles que no existe esta información en el medio de comunicación más usado por los mexicanos, el cual es la televisión.

Dicho medio de comunicación masivo es el de más fácil acceso a la población, de todos los extractos sociales e intelectuales, por lo tanto la información sobre el tema debería estar ahí, más aún si tomamos en cuenta que el cáncer de próstata es una enfermedad que puede llevar a la muerte si no se detecta a tiempo.

Por esta razón, tanto hombres como mujeres deben estar informados sobre los métodos de detección del problema, pues esto llevará a los hombres a tratarlo a tiempo y evitar consecuencias. Pues el índice de muertes a causa de esta enfermedad es cada vez mayor.

¹⁸Nerio Tello, *Periodismo actual: guía para la acción*, Ediciones Colihue, Argentina 1998, pp. 55.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), en un estudio realizado en 2008: en México, cerca de 9 mil 650 hombres son diagnosticados con cáncer de próstata al año, de estos mueren alrededor de 5 mil 100, entonces sólo logran sobrevivir poco menos de la mitad. Mientras que la Sociedad Mexicana de Urología calcula que para 2011 serán contabilizadas 6 mil muertes a causa de este mal.

Además de la prevención, se deben difundir los nuevos métodos de detección, los cuales son más sencillos hoy en día. Pero la última campaña realizada sobre el tema fue desde el 2003, a cargo de la Secretaría de Salud federal.

Y tuvieron que pasar ocho años, hasta que en junio de 2011, el gobierno del Distrito Federal lanzó una nueva campaña: "K. O. al cáncer de próstata". Pero ésta sólo es al nivel Ciudad de México. Es decir, los tiempos contratados en televisión sólo se transmiten en la capital del país, no en los demás estados.

Aun así han pasado ya ocho años sin que la Secretaría de Salud federal haya realizado otra campaña a nivel nacional, la cual logre informar y prevenir a un mayor número de personas.

Por lo tanto, este trabajo pretende poner de manifiesto que se trata de un problema por demás importante, pero que no se le ha dado la debida importancia para ser difundido en medios de mayor alcance como la televisión.

Más si se trata de una enfermedad que físicamente sólo afecta al género masculino, mismo que en México, debido a la carga social machista que aún existe, no recurren frecuentemente al médico, y menos a contar sus malestares íntimos, por ello se le debería dar un trato especial.

1.- El cáncer es parte de la vida

LA PALABRA “CÁNCER”

Al escuchar la palabra “cáncer” vienen a nuestra mente un sinfín de preguntas y por supuesto temor, pues en muchas ocasiones nos basamos en lo que nos han contado o hemos leído en algún lado. Pero, la realidad es que el estar bien informado al respecto, aparte de resolver nuestras dudas, nos puede ayudar a disipar el temor.

Organizaciones No Gubernamentales (ONG's), dependencias de salud en general, reportan millones de muertos al año a causa de dicha enfermedad, por ello los miedos se hacen presentes y son casi inevitables. Primero, debemos saber qué es la enfermedad del cáncer.

El hombre está compuesto de millones de células. La célula se divide y al hacerlo sus estructuras se dividen también en otras exactamente iguales a las anteriores, con los mismos componentes y funciones que la originaria.

Las células normales crecen a un ritmo limitado y permanecen dentro de sus zonas correspondientes, por ejemplo: las células musculares se forman y crecen en los músculos y no en los huesos; las de los riñones no crecen en los pulmones, etcétera. Estas funciones y este ritmo de crecimiento es determinado por el ADN.

La célula normal pasa a convertirse en una célula cancerosa debido a un cambio o mutación en el ADN. A veces esas células, cuya carga genética ha cambiado, mueren o son eliminadas en los ganglios linfáticos. Pero, otras veces, siguen con vida y se reproducen.

Es cuando las células empiezan a crecer a un ritmo descontrolado, invaden el tejido cercano a ellas, lo que se convierte en metástasis (la metástasis es la propagación a distancia por vía fundamentalmente linfática¹⁹ o sanguínea, de

¹⁹El sistema linfático es considerado como parte del sistema circulatorio, porque está formado por conductos parecidos a los vasos capilares, que transportan un líquido llamado linfa, el cual proviene de la sangre y regresa a ella.

las células originarias del cáncer) y en los lugares del destino de la metástasis es donde se crearán nuevos tumores.

Las células normales, al sentir el contacto con las células vecinas inhiben su reproducción, pero las células malignas no tienen este freno. La mayoría de los cánceres forman tumores pero algunos no, como la leucemia.

Sin duda definir esta enfermedad no es un trabajo sencillo, pero es aún más difícil entenderla, pues aparte de las complicaciones médicas que conlleva, hay muchas otras de carácter económico, familiar, psicológico e incluso, afecta en el entorno social de la persona que la padece.

Pues lo que comienza con un simple tumor benigno en tan sólo días se puede convertir en metástasis, la cual puede degenerar en uno o más tumores malignos. Además de que dicha enfermedad no respeta edades, pueden desarrollarla incluso fetos, aunque no siempre con la misma rapidez.

Lo que ocasiona cambios importantes en la salud, y por lo tanto, en el modo de vida de quien la padece y de las personas que lo rodean.

Sí, es verdad que el cáncer puede ocasionar la muerte de quien lo desarrolla, pero también es cierto que casi el 100 por ciento de los cánceres se pueden curar si se detectan a tiempo, pues el cáncer lleva a la muerte cuando éste invade los órganos vecinos y ocasiona su destrucción.

Este proceso de destrucción implica un alto consumo de energía por la multiplicación exagerada y continua de sus células, causando agotamiento del cuerpo a pesar de contar con una buena alimentación.

Aunque hayamos escuchado que la enfermedad es curable, cientos de veces, y sepamos de casos donde los pacientes se hayan curado de cualquier tipo de cáncer, no deja de causarnos temor, y con ello muchas dudas, por ejemplo:

¿Qué factores contribuyen al desarrollo del cáncer?

Según Domingo González, en su libro Cáncer: verdad y esperanza, "El cáncer tiene etiología múltiple, es decir, muchos agentes causales. Ha habido hipótesis genéticas, físicas, químicas, víricas (es decir, que se trata de un virus)

y metabólicas... Hoy sabemos que, experimentalmente ensayadas en los animales de laboratorio, todas son verdaderas”.

Aunado a esto, la investigación respecto a los seres humanos, específicamente los estudios aplicados a enfermos humanos y los análisis epidemiológico-estadísticos de la población, revelan que también es válida para el cáncer humano esta variedad causal o polietilogía (etiología múltiple).

El primer paso en el proceso es la iniciación, es un cambio en el material genético de la célula, pues la prepara para transformarse en cancerosa. Dicho cambio es causado por un agente llamado carcinógeno (éste puede ser un producto químico, un virus, la radiación o la luz solar).

Sin embargo, no todas las células son igualmente susceptibles a los agentes carcinógenos. Una alteración genética en la célula u otro agente, conocido como promotor, incluso una irritación física crónica, pueden aumentar la posibilidad de las células para convertirse en cancerosas.

Una multitud de factores, genéticos y ambientales, incrementan el riesgo de desarrollar un cáncer. La historia familiar es un factor importante. Algunas familias tienen un riesgo mucho más alto de desarrollar ciertos tipos de cánceres que otras.

Por ejemplo, el riesgo de desarrollar el cáncer de mama en la mujer aumenta de 1.5 a 3 veces si la madre o la hermana lo tuvieron. Muchos de los cánceres, como el de piel y de colon pueden afectar a familias enteras.

El riesgo de cáncer ha cambiado con el paso del tiempo. Algunos cánceres que eran comunes se han convertido en raros, por ejemplo, hace 60 años, en algunos países, el cáncer de estómago era cuatro veces más frecuente de lo que es hoy, probablemente porque la gente hoy consume muchos menos alimentos ahumados, picantes y caducos.

En cambio, el cáncer de pulmón ha aumentado muchísimo (unas 20 veces), especialmente en las mujeres. Se tiene la casi seguridad de que estos cambios son el resultado de un mayor consumo de cigarrillos.

La edad es un factor importante en el desarrollo del cáncer. Algunos tipos de cáncer, como el tumor de Wilms, la leucemia linfática aguda y el linfoma de Burkitt afectan casi exclusivamente a la gente joven. Sin embargo, la mayoría de los cánceres son más comunes en la gente mayor, como el de próstata, estómago y colon.

La rapidez con la que se propaga depende de varios factores, como la edad y el estado de salud de la persona, además del órgano al que haya atacado desde un inicio, por ejemplo el cáncer de pulmón y de mama se extienden con mucha rapidez.

Hay diferentes tipos de cáncer, aunque todos comiencen de la misma manera, es decir, con el crecimiento descontrolado de una célula. Los más comunes entre los adultos son:

Cáncer de piel.- Es el tipo más común de cáncer, afortunadamente, también es el más curable. Es consecuencia de la exposición excesiva a la luz ultravioleta, la cual está en los rayos del sol y en las luces que se usan en camas de bronceado. La mejor manera de detectarlo es estar atentos a cambios en la piel, especialmente en los lunares.

Cáncer de pulmón.- El cáncer de pulmón “no microcelular”, es decir, microcítico o de células no pequeñas, es más común que el “microcelular”, o sea el de células pequeñas que generalmente crece y se expande más lento. Fumar es el factor de riesgo número uno para desarrollar este tipo de cáncer.

Cáncer de colon y cáncer rectal.- El cáncer de colon comienza en el intestino grueso (colon). El cáncer rectal comienza en el recto, que es la parte del intestino grueso que está más cerca del ano o sea la apertura externa del intestino. Estas formas de cáncer tienen muchas características en común, por ello algunas veces se les hace referencia en conjunto como “cáncer colorrectal”.

La mayoría de los casos de cáncer colorrectal comienzan como un pólipo, es decir, una masa pequeña e inofensiva de células en la pared del colon, pero, a medida que los pólipos aumentan de tamaño pueden convertirse en cáncer. Los signos de alarma son: sangre en la materia fecal o en el inodoro después

de defecar, un cambio en la forma de la materia fecal, o dolor tipo cólico en la parte inferior del estómago.

Cáncer de mama o de seno.- El cáncer de mama comienza en el tejido de los senos. La mayoría de los tumores que se forman en el tejido de los senos son benignos. Algunos tumores son cancerosos pero aún no se han expandido a otras partes del cuerpo. Este tipo de cáncer se llama "in situ" y casi siempre puede curarse. El más grave es el invasivo; esto significa que los tumores cancerosos se han expandido a otras partes del cuerpo.

Es importante destacar que, aunque este tipo de cáncer representa el segundo tipo de cáncer más común en la mujer, no es exclusivo de ellas, pues también se puede desarrollar en hombres, por ello hay que poner atención en el área del pecho para detectar cualquier protuberancia.

Cáncer endometrial y del ovario.- El cáncer de los tejidos de revestimiento del útero (la matriz) se llama cáncer endometrial, es más común en la mujer que ha pasado la menopausia. El signo temprano más frecuente es el sangrado vaginal inusual. El cáncer de ovario es cáncer en uno o en ambos ovarios, los tumores pueden crecer dentro o fuera de ellos, desafortunadamente es difícil de detectar pues los tumores suelen ser tan pequeños que es complicado descubrirlos.

Cáncer de la próstata.- Comienza en la glándula prostática, en los hombres, la cual se encuentra justo debajo de la vejiga y en frente del recto, ésta produce un líquido que se mezcla con el esperma y otros líquidos durante la eyaculación. Dicho cáncer puede crecer rápidamente y diseminarse a otras partes del cuerpo, o bien, puede crecer lentamente y permanecer en la próstata.

Es poco probable, pero estos tipos de cáncer pueden aparecer en gente joven, pues se han registrado casos.

CÁNCER DE PRÓSTATA

La próstata es una de las glándulas sexuales del hombre, por ello forma parte del aparato reproductor masculino junto con los testículos, escroto, pene,

vesículas seminales y los conductos que sirven para nutrir, guardar y transportar el esperma.

Es una glándula redondeada, en los adultos tiene el tamaño aproximado de una nuez. Se encuentra debajo de la vejiga, justo donde pasa el ducto que lleva la orina al pene.

Su función principal es producir líquido prostático durante la eyaculación. Este líquido nutre y protege el esperma durante el acto sexual y constituye el principal componente del semen.

La próstata tiene 3 zonas principales, todas ellas encapsuladas dentro de una cápsula fibrosa:

- 1.- La zona periférica o glándula externa, compuesta por aproximadamente un 65% de tejido glandular.
- 2.- La zona central o glándula interna compuesta por un 25% de tejido glandular.
- 3.- La zona de transición, que rodea la uretra prostática y está compuesta por un 10% de tejido glandular.

El cáncer de próstata se desarrolla usualmente en la zona glandular, es decir la zona 2, por lo cual el área más afectada es la glándula externa o zona periférica que contiene más tejido glandular.

Durante la edad adulta, la testosterona (la más importante hormona sexual masculina) es la encargada del desarrollo y maduración de los órganos sexuales masculinos, entre ellos la próstata.

El tamaño de la próstata se equilibra en el adulto con la muerte de células viejas y su reposición por células nuevas. Este equilibrio se regula principalmente por las hormonas andrógenas en especial la testosterona.

Pero, puede llegar un momento en que la producción de células que se realiza en este proceso se salga de control.

La próstata puede aumentar su tamaño provocando problemas. En ocasiones estos cambios en el tamaño y la estructura de la próstata son debido a la aparición de un cáncer.

“El cáncer de próstata, al igual que cualquier otro tipo de cáncer, es el crecimiento desordenado y descontrolado de células que no obedecen las leyes que controlan el crecimiento celular normal”²⁰.

Esto hace, entre otras cosas, que la próstata, por su situación, aumente de tamaño y presione sobre la vejiga y la uretra impidiendo la salida normal de la orina. Este acontecimiento, la sensación de querer orinar y no lograr hacerlo, es una de las primeras señales de alarma a las cuales hay que poner mucha atención.

La mayoría de los tumores cancerosos prostáticos crecen muy lentamente, aunque algunos lo hacen de forma rápida, incluso pueden propagarse, porque existen vasos linfáticos que rodean la próstata y que desembocan en los ganglios linfáticos pélvicos.

Como se mencionó anteriormente, los vasos linfáticos son uno de los medios por los cuales se puede expandir la metástasis, llevando los tumores cancerígenos a otras partes del cuerpo.

Sus síntomas son los siguientes: “dificultad para comenzar a orinar, un chorro débil y con interrupciones, orinar frecuentemente con la sensación de que la vejiga no se vacía, despertarse durante la noche para orinar, goteo al terminar de orinar y vejiga distendida, es decir, que se ha dilatado un poco y presenta un tamaño fuera de lo normal, y esto causa hinchazón abdominal”²¹.

En caso de que el enfermo deje pasar por alto estos síntomas, la enfermedad sigue su curso, entonces, pasa a un grado más avanzado de síntomas, los cuales se producen según el organismo del enfermo y de esa misma manera se manifiestan, hasta llegar a ocasionar la muerte.

²⁰ Varios Autores, “Cáncer de próstata”, Julio de 2011, www.tusalud.com.mx//2011

²¹ Op Cit.

El cáncer de próstata se puede manifestar a cualquier edad, aunque se presenta con mayor frecuencia a medida que aumenta la edad del varón. Por ello hombres de todas las edades deben acudir al médico en cuanto presenten alguno de los síntomas. Pero esto no sólo tiene que ser tarea de los hombres, las mujeres también pueden estar atentas y aconsejar las visitas al doctor.

ETAPAS DEL CÁNCER DE PRÓSTATA

Una vez detectado el cáncer de la próstata, se llevarán a cabo otros exámenes para determinar si las células cancerosas se han diseminado de la próstata a los tejidos situados alrededor o a otras partes del cuerpo. Para ello, el médico necesita saber la etapa en la que se encuentra la enfermedad para planificar el tratamiento adecuado. Las etapas son:

Etapa I (A)

El cáncer de la próstata en esta etapa no se siente y no causa ningún síntoma. El cáncer se encuentra solamente en la próstata y se detecta generalmente por accidente cuando se realiza cirugía por otras razones, como por ejemplo, a causa de hiperplasia prostática benigna²². Las células cancerosas se pueden encontrar en una o varias áreas de la próstata.

Etapa II (B)

El tumor puede detectarse por medio de una biopsia por aguja que se realice debido a que un análisis sanguíneo llamado prueba del antígeno prostático específico (APE) mostró en sus resultados niveles elevados de APE, también conocido como PSA, por sus siglas en inglés. O a través de un examen rectal, aunque las células cancerosas se encuentren en la glándula prostática únicamente.

Etapa III (C)

²²"Benigno" significa que el agrandamiento no es causado por cáncer ni por una infección. "Hiperplasia" significa agrandamiento.

Las células cancerosas se han diseminado fuera del recubrimiento (cápsula) de la próstata a los tejidos que la rodean. En esta etapa las glándulas que producen semen (las vesículas seminales) pueden ya tener cáncer.

Etapa IV (D)

Las células cancerosas se han diseminado (por metástasis) a los ganglios linfáticos (cerca o lejos de la próstata) o a los órganos y tejidos situados lejos de la próstata tales como los huesos, el hígado o los pulmones.

Recurrente

La enfermedad recurrente significa que el cáncer ha vuelto a aparecer (recurrido) después de haber sido tratado. Puede reaparecer en la próstata o en otra parte del cuerpo.

Tratamiento del cáncer de próstata

Existen tratamientos para todos los pacientes con cáncer de la próstata, pues el médico, además de evaluar la etapa en que se encuentra, tiene que considerar otros factores como el estado general de salud y la edad para poder decidir por el que más se adecue a las necesidades del paciente. Comúnmente se emplean cinco tipos de tratamientos:

Cirugía.- Es uno de los tratamientos comunes para el cáncer de la próstata. Su médico puede extraer el cáncer, sin embargo, este procedimiento está reservado para aquellos pacientes en buen estado de salud, con menos de 70 años y que escogen la cirugía como su mejor opción.

Radioterapia.- Consiste en el uso de rayos X de alta energía para destruir células cancerosas y reducir tumores. La radiación puede provenir de una máquina situada fuera del cuerpo (radioterapia externa) o de materiales que producen radiación (radioisótopos) a través de tubos plásticos delgados aplicados al área donde se encuentran las células cancerosas (radioterapia interna). Los hombres que han sido tratados con radioterapia pueden sufrir de impotencia.

Terapia hormonal.- Se trata del uso de hormonas para detener el crecimiento de las células cancerosas, este tratamiento puede tomar varias formas. Las hormonas masculinas (especialmente la testosterona) pueden contribuir al crecimiento del cáncer de la próstata. Para detener el crecimiento del cáncer, se pueden administrar hormonas femeninas o unos medicamentos llamados agonistas LHRH que reducen la cantidad de hormonas masculinas.

Quimioterapia.- Consiste en el uso de medicamentos para eliminar las células cancerosas. La quimioterapia se puede tomar en forma oral, o puede introducirse vía muscular o intravenosa. Se denomina “tratamiento sistémico” porque el medicamento se introduce al torrente sanguíneo, viaja a través del cuerpo y puede destruir las células cancerosas fuera de la próstata.

Terapia biológica.- Es tratar de que su mismo cuerpo combata el cáncer. Aquí se utilizan materiales producidos por su propio cuerpo o fabricados en un laboratorio para reforzar, dirigir o restaurar las defensas naturales del cuerpo contra las enfermedades. La terapia biológica también se conoce como terapia modificadora de la respuesta biológica (BMR) o inmunoterapia.

Es importante reiterar la importancia de poner atención a los primeros síntomas de la enfermedad, por insignificantes que parezcan, pues de ello depende la detección temprana del cáncer de próstata, por lo tanto el hecho de que pueda combatirse.

Es cierto que aún no hay cura para el cáncer, pero también es cierto que los científicos de todo el mundo trabajan todos los días para mejorar los tratamientos y poder ayudar a los pacientes a evitar secuelas o consecuencias fatales, y por supuesto que ellos no pueden hacerlo todo, pues los demás podemos ayudar si colaboramos a su detección temprana.

2.- Enfermedad en secreto

CAMPAÑAS DE DETECCIÓN Y ATENCIÓN DE CÁNCER DE PRÓSTATA EN ALGUNOS ESTADOS

En 2003, la Secretaría de Salud federal difundió una campaña a nivel nacional, con el fin de prevenir y detectar el cáncer de próstata. Ésta incluía anuncios en radio, televisión, espectaculares, paradas de autobús, entre otros.

Además de medios masivos de comunicación, la información sobre la enfermedad estaba disponible en centros de salud, clínicas, hospitales públicos y privados y hasta en anuncios del Transporte Colectivo Metro.

Dicha campaña cubrió el Distrito Federal, por ser la capital de país, y por ser la ciudad más poblada y por albergar la sede de la Secretaría de Salud federal, por lo tanto el Gobierno capitalino contribuyó en esta campaña prestando a su personal de salud y sus instalaciones para atender a todos los varones que deseaban consultar algo referente a la enfermedad, al igual que se hizo con hospitales que pertenecen al gobierno federal.

Pero, en el Distrito Federal no se había vuelto a presentar otra campaña para prevenir y detectar el cáncer de próstata en ocho años por parte de la Secretaría de Salud, quien es la encargada de su difusión.

Aunque el tema no estaba olvidado por completo por parte de los medios de comunicación, como la televisión, específicamente en noticiarios, podíamos ver, de vez en cuando, alguna nota o reportaje referente al tema, y aunque estos tienen el objetivo de mantener informada a la población, son las autoridades de salud quienes tienen la obligación de hacerlo, sobre todo en lo referente al bienestar físico de la población.

Si entras a cualquier buscador de internet y escribes la frase “cáncer de próstata” encontrarás infinidad de información referente al tema, la cual fue publicados por alguna ONG, por una revista científica, o por uno de los cientos de especialistas de todas partes del mundo, incluyendo México, claro; todos ellos llenos de cifras y de palabras complicadas que sólo un médico entendería.

Y por supuesto, si acudes a tu médico, a cualquier clínica o centro de salud, y solicitas información te la darán, pero ¿cuántas personas hacen eso? El tener una campaña que incluya a todos los medios masivos de comunicación tendrá más efectos que esto, pues ¿cuántos hombres de 45 años en adelante tienen acceso a internet? ¿Cuántos hay que se interesan por navegar? y ¿cuántos lo hacen, pero sólo con fines laborales?

Según una encuesta realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en 2010, sobre Disponibilidad y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares, el televisor se encuentra disponible en el 95 por ciento de los hogares de México, mientras que el internet sólo está presente en el 22 por ciento de ellos.

De este 22 por ciento que cuenta con servicio de internet, quienes lo usan con más frecuencia son las personas de entre 12 y 17 años de edad, mismas que equivalen a más de tres cuartas partes de los consumidores; mientras que las personas que lo usan menos son las personas de 45 años en adelante, las que equivalen a la cuarta parte de los consumidores.

Esto prueba que millones de personas ven televisión todos los días, sobre todo televisión abierta, es el medio al que la mayoría de la población tiene acceso e interés. Tanto hombres como mujeres.

Pero para tener un horizonte un poco más amplio de esta situación vamos a dar un recorrido por algunos estados de la República Mexicana, y conocer lo que han hecho para difundir y prevenir el cáncer de próstata, y posteriormente comparar con lo que se ha hecho en el Distrito Federal.

Con motivo del Día del Padre, la Sociedad Mexicana de Urología (SMU) lanzó, en junio de 2011, una campaña de detección oportuna de cáncer de próstata llamada "Por la salud de tu Padre". La campaña consistió en informar sobre la enfermedad, además de ofrecer consultas y pruebas gratuitas o con un costo significativo.

Con esto se pretende dar los primeros pasos firmes en relación a poder ayudar a la población, para que el hombre vaya y se cheque médicamente, ya que detectado en etapa inicial el cáncer de próstata es curable.

El presidente de la Sociedad Mexicana de Urología (SMU), Alfonso de Silva Gutiérrez, indicó en entrevista para el periódico La Crónica de Hoy, que el objetivo es ofrecer consultas gratuitas y grandes descuentos en los estudios de antígeno prostático, durante el mes de junio, en la mayoría de las ciudades del país.

Una de estas ciudades es Villahermosa, Tabasco, en este lugar el movimiento es encabezado por el mismo doctor De Silva, quien además es Jefe del Servicio de Urología del Hospital de Alta Especialidad “Doctor Juan Graham Casusus”, de la Secretaría de Salud en dicha entidad.

La pregunta que se planteaba en la campaña a los hombres es *¿Y tú cómo te encuentras? chécate la próstata*, con el objetivo de hacer reflexionar a los varones sobre qué sucede con su salud, y la idea es que la petición, que se plantea después de la pregunta, sea de los hijos hacia el padre para lograr su cuidado.

Guanajuato es uno de los estados que también inició una campaña de detección del cáncer de próstata, el pasado 16 de junio de 2011, el Secretario de Salud de dicha entidad, Éctor Jaime Ramírez Barba, anunció el arranque de una campaña en todas las unidades de salud, la cual consiste en jornada de atención médica.

En entrevista para el periódico AM de Guanajuato, Ramírez Barba, indicó que la finalidad es lograr que los hombres se acerquen más al Sector Salud, pues ocho de cada 10 personas que acuden a consulta son mujeres.

Y agregó que hay más muertes por cáncer de próstata que de mama (en Guanajuato). Pues los esquemas de atención en el Sector Salud no están orientados a la prevención del sector masculino, por ello hay inequidad de género.

La campaña fue creada con el objetivo de reducir el número de muertes en hombres por causa de esta enfermedad, que en Guanajuato es una de las principales causas de mortandad en los varones, según palabras de titular de Salud local.

En Coahuila, con una conferencia de prensa, ante medios de comunicación locales (radio, prensa y televisión) se dio el banderazo de salida a la campaña de detección oportuna del cáncer de próstata, y se invitó a todos los hombres de 40 años y más a acudir a su Centro de Salud más cercano, esto aconteció en el 2007.

Consistió en otorgar 50 consultas completamente gratuitas a las primeras 50 personas que llamaran para solicitarla, mientras que el resto tendría que cubrir 350 pesos, y no los 850 pesos que normalmente se pagan por este servicio.

Esta campaña sólo tuvo una vigencia de tres días, durante febrero de ese año, la campaña no fue difundida por todo el Estado, pues estos beneficios sólo se otorgaban en unidades médicas ubicadas en la Ciudad de Torreón, por lo tanto no tuvieron acceso cientos de hombres que no estaban cerca o vivían en dicho lugar.

Todo esto a sabiendas que en la Comarca Lagunera y Durango las estadísticas de ese año (2007) señalaban que anualmente enfermaban 500 hombres, de los cuales cerca de 200 perdían la vida a causa de una detección tardía de cáncer de próstata.

Un poco más al centro de la República Mexicana, específicamente en el estado de Hidalgo, por lo menos en el primera mitad del 2011 no ha habido una campaña de detección del cáncer de próstata.

Al respecto Adrián Delgado Lara, asesor en sistemas de salud, del Proyecto Internacional de Servicios de Asistencia, (IPAS, por sus siglas en inglés), Organización No Gubernamental con presencia en África, América y Asia. En entrevista para el periódico El Visto Bueno de Hidalgo, hizo hincapié en la importancia de la difusión de este tipo de cáncer, pues en Hidalgo la tasa de mortalidad por cáncer de próstata va a la alza, la cual indica que por 100 hombres de 25 años y más, 18.8 fallecieron, en comparación con el de mama en mujeres, que es de 10.9 muertes.

Delgado Lara reconoce que algunos de los factores importantes que impiden a los hombres acudir a un revisión son los sociales e incluso los de carácter religioso, y opina que los gobiernos deben apoyarse y difundir los nuevos

métodos de detección, como lo es la prueba bioquímica, en la cual sólo se necesita extraer un poco de sangre al paciente, sin necesidad de realizar la prueba del tacto desde una primera etapa.

El especialista expone, como ejemplo, la campaña que realiza en Gobierno del D. F.: “K. O. al Cáncer de Próstata” quien “está haciendo una campaña donde difunde la existencia de una prueba de laboratorio para detectar oportunamente un riesgo para cáncer de próstata”²³.

En cuanto a Michoacán, fue en noviembre de 2010 cuando el Gobierno del Estado, encabezado por el Gobernador Leonel Godoy Rangel, en coordinación con la Fundación IMAH (organización de origen michoacano que tiene como objetivo crear conciencia sobre la detección oportuna del cáncer de próstata) unieron esfuerzos para brindar atención a los hombres de esa entidad.

La campaña surgió de la necesidad apremiante de atender el problema en dicho Estado, pues “de acuerdo con el Registro Histopatológico de Neoplasias Malignas, Michoacán se encuentra como la entidad con mayor índice de mortalidad por cáncer de próstata a nivel nacional”²⁴.

Aunque la campaña ya no se difunde en televisión, la Fundación aún sigue otorgando descuentos y asesoría a los pacientes con este problema, junto con empresas privadas, e incluso con la imagen de un reconocido cantante. Además se puede consultar vía internet en <http://www.fundacionimah.mx/>

En ese mismo año, pero en junio, el Colegio Sinaloense de Urología emprendió medidas encaminadas a cuidar la salud de los hombres, principalmente en lo referente al cáncer de próstata, ya que no existe un programa institucional en la Secretaría de Salud de dicho Estado que atienda este problema de salud pública.

²³LiliodethTorrescano, “Hay inequidad en difusión de prevención del cáncer de próstata: especialista”, Visto Bueno de Hidalgo, <http://www.elvistobueno.com.mx/2011/07/hay-inequidad-en-difusion-de-prevencion-de-cancer-de-prostata-especialista/>, 15 Julio 2011.

²⁴Juan Alberto Fajardo “Michoacán, 1º lugar nacional de cáncer de próstata: Martínez Mejía”, El Independiente, http://www.el-independiente.com.mx/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=1031:michoacan-1o-lugar-nacional-de-cancer-de-prostata-martinez-mejia&catid=1:lcoales&Itemid=3, 27 Noviembre 2010.

Sin embargo dicha dependencia apoyó al Colegió en los trabajos de la campaña de difusión, para sensibilizar a la población sobre el cáncer de próstata, ya que muchos de los hombres no acuden a revisión médica por tabúes o falta de información, señaló José Alfredo Contreras Gutiérrez, presidente de dicha Institución.

Este especialista resalta la importancia de proporcionar información oportunamente, pues en las primeras etapas de este tipo de cáncer no se presentan síntomas, por ello las personas no buscan atención médica, pero es importante que el hombre se revise antes de sentir algún síntoma, ya que el diagnóstico oportuno da la posibilidad de salvar la vida del 80 por ciento de los pacientes.

Este 2011, el Gobierno mexiquense, a través del Instituto de Salud del Estado de México, implementó una campaña que tuvo por objetivo “Prevenir o retardar la aparición de cáncer de próstata, mediante acciones de promoción de la salud, la detección y el tratamiento oportuno de la enfermedad, con el propósito de disminuir la mortalidad por esta causa y elevar la calidad de vida en los pacientes con hiperplasia prostática benigna y cáncer de próstata”²⁵.

Pues la tasa de mortalidad en aquella entidad ha ido en aumento desde 2002 a la fecha. Sus estrategias son: realizar la difusión de la normatividad vigente entre la comunidad médica e informar a la población general sobre la enfermedad.

Además de desarrollar campañas de comunicación social y educativa para identificar oportunamente los factores de riesgo, entre otras. Para lograrlo pone a disposición de la población todas las unidades de salud en el estado, además de atención gratuita. Pero dicha campaña no se ha difundido en los canales de televisión abierta pertenecientes a empresas privadas en el Estado de México, por lo menos en la primera mitad de 2011.

Jalisco está entre los tres primeros lugares nacionales, con una tasa de mortalidad del 25.8 por ciento, es decir que, de cada 100 hombres que

²⁵ Instituto de Salud del Estado de México, “Hiperplasia y cáncer de próstata”, 2011, <http://salud.edomex.gob.mx/html/article.php?sid=311>.

desarrollan la enfermedad, aproximadamente 26 pierden la vida, esto durante el 2009, año el que se contabilizaron 472 muertes en total.

Sin embargo, hasta la primera mitad del 2011 se han contabilizaron 489 decesos a causa de este tipo de cáncer en aquel estado. Ante esto, el director del Instituto Jalisciense de Cancerología (IJC), José Luis Camacho Cortés, señala que “pese a no ser una enfermedad que implique un gran índice de mortalidad, comparado con otros padecimientos en ese estado, es necesario abordarla de manera temprana²⁶”, desgraciadamente los tabúes siguen siendo un obstáculo difícil de librar.

Diversas instancias, entre ellas la Asociación Mexicana de Lucha contra el Cáncer, han presentado estudios de fármaco-economía en el tema de cáncer de próstata para corroborar la dificultad que atraviesan quienes padecen la enfermedad y no están bajo régimen de seguridad social.

Además, Camacho Cortés indicó que la propuesta ya está hecha, pero aún no hay respuesta. No obstante, una de las opciones que se plantean es fortalecer el rubro de Cauces del Seguro popular, en donde se podría agregar al cáncer de próstata.

Pero no hay una campaña de difusión como tal en los medios masivos de comunicación, sólo dentro de las instancias de salud. Así lo señala el jefe de del Servicio de Oncología del Antiguo Hospital Civil en Guadalajara, Enrique Cabrales Vázquez. Quien opina que de manera recurrente escuchamos campañas sobre cáncer de mama (dirigidas al público femenino) o cérvico uterino, pero poco se oye sobre la prevención enfocada a los hombres, pues hay muchos que pasan años con la enfermedad pero no lo saben a causa de la desinformación.

En el norte del país, específicamente en Monterrey, Nuevo León, en noviembre de 2010, el alcalde de la capital neoleonense, “Fernando Larrazabal Bretón, anunció una campaña permanente, mientras dure su mandato, de atención y

²⁶ Redacción “La prevención salva a los hombres del cáncer de próstata”, El Informador, Salud, Lunes 20 de Junio de 2011, pp. 12 - B.

prevención de enfermedades que puedan causar muerte, entre ellas el cáncer de próstata”²⁷.

Sin embargo durante la presentación de la campaña se le dio más peso a enfermedades como el cáncer de mama y la osteoporosis. Es decir no hay una campaña en concreto dedicada al cáncer de próstata.

Aunque el Hospital Universitario Dr. José E. González, perteneciente a la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), ha realizado estudios de caso, éstos han sido meramente con objetivos científicos, que ayudan mucho para conocer más la enfermedad, pero no para difundir información sobre ella.

Pero hay casos como el de Colima, donde ni siquiera se tiene un registro exacto, o un estudio enfocado a los casos de cáncer de próstata en esa entidad, sólo se cree que el índice de enfermos es casi igual al de Jalisco.

Sin embargo, un grupo de especialistas asegura que “en Colima el cáncer de próstata se encuentra en cuarto lugar de las 10 principales localizaciones de los tipos de cáncer más comunes, según se señala en el Registro Estatal de Tumores 2009”²⁸. En dicho informe también se explica que el cáncer de próstata es uno de los problemas médicos más importantes en la población masculina en esa entidad.

El presidente del Colegio de Urólogos del Estado de Colima y el Secretario de Salud estatal afirman que, aunque el problema no es tan grande como en otros estados, recomiendan someterse a un chequeo cada año a todos sus pacientes, y destacan que el machismo es la principal razón por la cual la mayoría de los hombres se niega a acudir a una revisión médica de carácter urológico.

Es importante destacar que en este estado no hay una campaña de detección de cáncer de próstata en lo que se refiere al sector salud, es decir, de información dentro las dependencias encargadas de ese rubro, como lo hemos

²⁷Trinidad Moreno González, “Buscan reducir enfermedades contra la mujer en Monterrey”, El Porvenir, http://www.elporvenir.com.mx/notas.asp?nota_id=443577, 10 Noviembre 2010.

²⁸Víctor Manuel Gómez Corona “El cáncer de próstata, entre el prejuicio y el tabú”, Diario Avanzada, <http://www.davanzada.com/noticia.php?id=74047>, 28 Julio 2011.

visto en otros estados, y mucho menos en medios de comunicación masiva como la televisión.

Si atendemos a los datos expuestos anteriormente, notaremos que en la mayoría de los estados aquí mencionados se tienen campañas dentro de las clínicas, hospitales y centros de salud, tanto públicos como privados, y que se proporciona información a todas las personas que así lo requieran.

Además es una constante que todas las instituciones y dependencias encargadas del sector realizaron una presentación ante los diferentes medios de comunicación (prensa escrita, radio y televisión) en el momento en que inició la campaña, como se muestra en líneas anteriores, pero no se le dio difusión constantemente en los medios más utilizados por la población, como la televisión.

Es verdad que las dependencias de salud en estos estados están atendiendo a quienes se acercan a solicitar información, pero ellos mismos reconocen que aún falta mucho por hacer en este sentido, además de los tabúes y el machismo en el que aún viven muchas personas de este país. Sabiendo esto, las autoridades encargadas de la difusión de información sobre el cáncer de próstata aún no se animan a realizar campañas enfocadas a la población que todavía se reserva a acudir con un urólogo.

CAMPAÑAS EN TELEVISIÓN NACIONAL

Después de un recorrido por algunos estados de la República Mexicana, es importante conocer lo realizado por la Secretaría de Salud federal, en cuanto a campañas de detección del cáncer de próstata, y sus acciones en todo el país al respecto.

En 2001, dicha dependencia diseñó y publicó el “Programa de Acción: Cáncer de Próstata”, cuando el Dr. Julio Frenk Mora estaba al frente de esa Secretaría. Dicha acción era parte del Programa Nacional de Salud 2001 – 2006.

“En la cual se considera promover estilos de vida sanos y la prevención de riesgos específicos entre los sectores de la población más expuesta, así como la detección oportuna de los casos y la atención temprana de los enfermos”²⁹.

Desde entonces, como a la fecha, ya era sabido que la detección temprana es una de las herramientas más importantes para someter a los pacientes a un tratamiento oportuno y evitar la progresión de la enfermedad. Además de eso, era conocido que el obstáculo más grande a vencer era la resistencia de los hombres a realizar un reconocimiento médico.

En el documento se expone una estrategia de carácter médico para la detección del cáncer de próstata. Y entre los objetivos más importantes se puede encontrar:

- a) Establecer una campaña de comunicación social para la sensibilización de la población masculina.
- b) Mantener informada a la población respecto de los riesgos, signos y síntomas propios de la enfermedad prostática.
- c) Participar en la Cruzada Nacional por la Calidad de los Servicios de Salud.

Entre las acciones encaminadas para lograr estos objetivos se encontraba la de realizar campañas de comunicación educativa orientadas a identificar oportunamente los factores de riesgo de la enfermedad prostática y el cáncer. Dichas acciones se llevaron a cabo en escuelas, mediante libros de texto y pláticas de orientación y en centros de salud, utilizando el mismo material.

Además se contó con el apoyo de revistas de difusión científica y de algunos portales de internet, todo esto dirigido a la población masculina de 40 años en adelante. Y con esta misma población realizar encuestas durante el periodo 2001 – 2006 para mantener un control de casos.

Es importante mencionar que hasta ese momento no resaltaba en ninguna parte del plan el uso de medios masivos como la televisión para difundir información sobre la enfermedad. Destacan revistas de divulgación científica

²⁹ Secretaría de Salud (Gobierno Federal) “Programa de Acción: Cáncer de Próstata”, 2001, <http://bibliotecas.salud.gob.mx/gsd/collect/publin1/index/assoc/HASH18a3.dir/doc.pdf>

(es decir, las que son dirigidas a un determinado grupo de personas) y portales de internet (mismos que no son tan usados por la población de 40 años en adelante y a los cuales no tiene acceso la mayor parte de la población).

Fue hasta 2003, aún dentro de la administración 2001 – 2006, señalada anteriormente, cuando la Secretaría de Salud lanzó, a nivel nacional y por canales de televisión abierta, una campaña dirigida a hombres, no se especificaba la edad, donde se exponían los síntomas primarios del cáncer de próstata.

Se transmitió un spot donde se hacía una analogía con una llave de agua, la cual presentaba una gotera frecuente, ésta se comparaba con el síntoma más recurrente de la enfermedad, el cual es: tener ganas recurrentes de orinar sin la sensación de haber terminado.

Además de televisión, existió una versión para radio la cual fue transmitida por diversas estaciones con cobertura nacional, y se colocaron anuncios espectaculares, además de los gráficos que se encontraban en dependencias de salud.

Ese spot de televisión fue transmitido en canales de televisión abierta de carácter privado a nivel nacional, y en las estaciones locales en diversos estados de la República, pues los estados que no contaban, en aquel entonces, con una televisora local, fueron cubiertos con los impactos en cadena nacional.

También fue transmitido en canales de televisión abierta de carácter público como el Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional, y el Canal 22, perteneciente a Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Ambos subsidiados con presupuesto gubernamental.

La campaña tuvo una duración, aproximada, de seis meses, y desde entonces a la fecha, el Gobierno Federal no ha realizado otra con estos alcances y encaminada a la detección del cáncer de próstata. Es verdad que en clínicas y demás dependencias de salud pública hay tratamiento y orientación permanente pero, si no existe la difusión adecuada al respecto, entonces no se puede esperar que acudan muchas personas.

3.- El cáncer de próstata no es sólo cosa de hombres

“DALE UN K. O. AL CÁNCER DE PRÓSTATA”

El Gobierno del Distrito Federal inició una campaña de detección y atención oportuna del cáncer de próstata, con el objetivo de sensibilizar a la población masculina sobre la importancia de la prueba de antígeno prostático, así como detectar y prevenir a tiempo enfermedades de tipo urológico.

El jefe de Gobierno capitalino, Marcelo Ebrard Casaubon, lanzó la campaña de Detección y Atención Oportuna de Cáncer de Próstata, con el slogan “Dale un K. O. al cáncer de próstata”, el pasado 30 de mayo de 2011.

Ebrard, quien estuvo acompañado del boxeador Juan Manuel Márquez, imagen de la campaña, celebró la medida, pues dijo que ésta es "sin precedentes, porque no ha habido campañas a gran escala para trabajar sobre este tema: el cáncer de próstata"³⁰.

En esta ocasión hay que darle el crédito al Gobierno del Distrito Federal, a su Secretaría de Salud, a cargo del Dr. Armando Ahued Ortega, y por su puesto al director de comunicación social, pues en conjunto se encargaron de crear dicha campaña.

Además de reconocer la veracidad del titular del Gobierno Capitalino, al señalar que en la capital del país no se tenía antecedente de una campaña así, la cual fue cubierta y difundida por radio, prensa escrita y televisión nacionales, aunque la campaña sólo haya sido dirigida a la población capitalina.

Esto si tomamos en cuenta que la última campaña de la que se tiene registro es la del 2003, a cargo del Gobierno Federal, y que por obvias razones tenía que cubrir la Ciudad de México, y también fue difundida por medios electrónicos, pero desde entonces no hay registro de otra con tal alcance.

³⁰Redacción, “Lanza DF campaña para detectar cáncer de próstata”, El Universal, Metrópoli, <http://www.eluniversal.com.mx/notas/769120.html>, 30 de junio de 2011.

Las autoridades capitalinas conscientes de la falta de atención que hasta este 2011 se había dado al problema del cáncer de próstata, pues su índice de mortalidad seguía en ascenso, decidieron iniciar con el proyecto, Así lo declaró el jefe de Gobierno:

"Nos preocupa mucho porque no está bien evaluado, no sabemos exactamente el número de personas que fallecen por cáncer de próstata y suponemos que es mayor a los reportes que hoy tenemos"³¹.

Incluso, conforme pase el tiempo la pirámide demográfica cambiará, llegará un momento en que los hombres mayores de 40 años serán muchos más de los que hay ahora, por lo tanto esto se convertirá en un problema más grande de lo pensado.

Pues desde ahora en el Distrito Federal el cáncer de próstata es la causa principal de muerte en varones de 40 años en adelante, cuando buena parte de la población llegue a esta edad, sin tener la información adecuada al respecto, la situación derivará en un problema que no será tan fácil de atender.

Dicha campaña está dirigida a los adultos, de 40 años en adelante, con antecedentes familiares de cáncer de próstata, a los cuales se les tomarán muestras de sangre para determinar el nivel del antígeno prostático.

En este contexto, la Secretaría de Salud del Distrito Federal brinda atención hospitalaria a pacientes masculinos, que presentan algún padecimiento urológico frecuente, a fin de mejorar su calidad de vida y contribuir a disminuir la tasa de mortalidad por cáncer de próstata en la Ciudad de México.

La Campaña de Prevención de Cáncer de Próstata prevé la difusión del video promocional con la figura del Campeón Mundial de Box, Juan Manuel Márquez, 50 mil trípticos, 20 mil carteles, 10 mil volantes y un `jingle` del músico y compositor, Chacho Gaytán, en radio.

Los carteles fueron colocados en diferentes avenidas de la Ciudad de México, cabe destacar que todas ellas son vías muy transitadas y, por lo tanto, son catalogadas como las más importantes arterias del D. F. Además de avenidas,

³¹Op cit.

otros anuncios gráficos fueron colocados dentro de varias estaciones del Sistema de Transporte Colectivo Metro, en sus diferentes líneas.

¿A través de qué canales fue difundido el spot K. O. al cáncer de próstata?

El spot de 30 segundos de duración, en el cual aparecía el pugilista preparándose para una pelea, y posteriormente se encuentra enfundado en una bata negra dirigiéndose al ring, invitaba a los hombres a poner atención a los síntomas del cáncer próstata y acudir a revisión.

El anuncio apareció durante la programación de Canal 13 de Tv Azteca y en Canal 2 de Televisa, a diferentes horas del día, durante un mes, en la transmisión abierta, es decir que se podía ver sin necesidad de estar conectado a algún servicio de televisión de paga.

Dichos tiempos fueron financiados por el Gobierno del Distrito Federal, en ambas televisoras, los cuales fueron pautados para su transmisión por cada una de ellas. Es decir el Gobierno capitalino es quien pagó a las televisoras para transmitir su spot, pues se trataba de una campaña realizada por autoridades capitalinas de salud y no por las televisoras.

Es importante destacar que el anuncio televisivo sólo se pudo ver en el Distrito Federal y Área Metropolitana, pues aunque tanto Canal 13 y Canal 2 se transmiten en cadena nacional, en las repetidoras de los diferentes estados de la República éste fue bloqueado, pues en el trato con las autoridades encargadas de contratar el tiempo aire sólo se pactó la transmisión en dichos lugares, ya que al ser una campaña local no era necesaria su transmisión en otras entidades.

Es importante mencionar que internet jugó un papel muy importante en esta campaña, pues después de tres meses de haber dado inició, y aunque los spots de televisión ya no sean transmitidos, ésta aún continúa en la página de internet de la Secretaría de Salud del Distrito Federal, en la página: http://www.salud.df.gob.mx/ssdf/index.php?option=com_content&task=view&id=5187

Además, fueron colocados gráficos publicitarios sobre ésta en diferentes portales, como en Hotmail, además las versiones electrónicas de periódicos como Milenio, El Universal, Reforma y portales de noticias, que también cubrieron la presentación de la campaña, y otros que no son locales, es decir pertenecen a otros estados.

La Secretaría de Salud capitalina, encabezada por el Doctor Armando Aued, ofreció un informe de avances de la Campaña de Detección y Atención Oportuna de Cáncer de Próstata: “Dale un KO al Cáncer de Próstata”, a dos semanas de haberla iniciado, esto fue el 14 de junio de 2011.

En conferencia de prensa, a la cual asistieron diferentes medios de comunicación, el funcionario informó:

“Un total de 7 mil 86 personas se han acercado a pedir información, mismas a las que se les ha aplicado un cuestionario, como parte del tamizaje que realiza la Secretaría de Salud del DF; de éstos, 3 mil 893 personas se han hecho la prueba de Antígeno Prostático y 293 que resultaron reactivas, fueron referidas a centros de salud y hospitales para su atención”³².

Éstos son los resultados de una primera etapa de la campaña, posteriormente ofrecería más resultados sobre ésta, para dar cifras exactas sobre los logros obtenidos.

En esa ocasión, el titular de Salud capitalino estuvo acompañado de los actores y comediantes: Jorge Ortiz de Pinedo, Rodrigo Murray, Tony Flores, Marco Uriel, Omar Fierro, Jorge y Alejandro Avendaño, quienes se realizaron la prueba de Antígeno Prostático y la mostraron ante los medios, con el fin de invitar a los varones a realizarse la misma, para la cual sólo se requiere una muestra de sangre.

“Se están sumando voluntades. El mensaje a la población es que el cáncer de próstata se convirtió en la primera causa de muerte en el hombre y que no hay una cultura para la detección oportuna, de cada diez casos que se presentan

³²Redacción, “Dan informe de campaña contra el cáncer de próstata”, Milenio Diario, Cd. de México, <http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/343aff979b6f06237fc4878ffeb8ae9b>, 14 de junio de 2011.

2.5 llegan a tiempo y 7.5 no. Hay que revertir esa tendencia³³”, dijo el funcionario.

En su oportunidad, el comediante Jorge Ortiz de Pinedo señaló que el Gobierno del Distrito Federal está dando una lucha contra la muerte, al tener una campaña como es la detección temprana de cáncer de próstata que afecta un gran número de hombres.

Y alertó que el no hacerse esta prueba podría significar la muerte. Además calificó como positiva la campaña que lleva a cabo la Secretaría de Salud, la cual encabeza el Dr. Ahued.

Por su parte, el actor Rodrigo Murray comentó que es una obligación de los ciudadanos hacerse la prueba de próstata. “Yo me realicé el examen y no duele, no se siente nada, es más hombre el que se hace la exploración, más vale prevenir que lamentar”, apuntó.

Mientras tanto, Marco Uriel y Omar Fierro, dijeron que ellos como mensajeros del arte, deben decir a los demás que la mejor medicina es la preventiva. Por el bien de la familia y la salud del hombre.

Y Tony Flores, comediante, señaló que las cosas serias hay que tratarlas con humor y en el caso de cáncer de próstata, es una buena campaña del Gobierno de la Ciudad de México. “Es una nueva carrera de prevención con sentido del humor”.

Armando Ahued reiteró que dicha acción de prevención está dirigida a los hombres mayores de 40 años, que tienen antecedentes de cáncer de próstata o de mama, en familiares de primera línea, es decir, abuelos, padres, hermanos e incluso hijos; pues se trata de una enfermedad curable si es detectada a tiempo y que la atención que brinda el Gobierno del Distrito Federal es totalmente gratuita.

Esta campaña, la cual es la última de la que se tiene registro en el Distrito Federal, y que sólo se transmitió un mes por televisión, aunque se ha difundido tres meses por internet, nos lleva a reflexionar sobre si es suficiente o no una

³³Opcit

campaña de esta magnitud, es decir, que abarque prensa escrita, radio y televisión e incluso internet, cada ocho años.

EXISTE ESCASA DIFUSIÓN DEL CÁNCER DE PRÓSTATA EN TELEVISIÓN ABIERTA

En la Ciudad de México el cáncer de próstata es la segunda causa de muerte en hombres de 40 años en adelante, sólo después del cáncer de pulmón, así lo confirmó en entrevista el Médico Carlos Castañeda López, especialista en Urología del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).

Además señaló que la difusión de información sobre este tipo de cáncer es muy escasa, comparada con la que se le hace al de mama, la cual es dirigida exclusivamente a la población femenina, o como la que se realiza para difundir el cáncer de pulmón con las leyendas e imágenes incrustadas en las cajetillas de cigarros, la cual es agresiva pero ha funcionado.

Señala que en su mayoría, los hombres que lo visitan es porque ya tienen síntomas muy evidentes de la enfermedad, y por ello los envió un médico general a una revisión especializada cuando éste ya no puede hacer mucho para controlar el caso, pero son muy pocos los que acuden por su propia voluntad; además, asegura que aparte de la desinformación, los tabúes aún pesan mucho sobre la población masculina de esta ciudad.

Como una anécdota relató cómo es que profesionistas que acuden a su consultorio se niegan a realizarse una revisión de tacto, por lo tanto las ideas de que los hombres no pueden ser tocados por otros hombres no son exclusivas de personas de provincia, o de hombres mayores, o con un bajo grado o nulo de estudios, son ideas y costumbres que no tienen nivel socioeconómico.

Además, el Dr. Castañeda reconoce que en los cinco años que lleva trabajando en el área de Urología del IMSS (2006 a 2011) el Instituto no ha realizado alguna campaña en medios masivos de comunicación como la radio y televisión a nivel local, es decir Distrito Federal, y mucho menos a nivel nacional.

Aunque existe un folleto creado en dicha área, llamado “Para hombres de más de 40 años”, cuyo objetivo es informar sobre el cáncer de próstata a los derechohabientes, y es proporcionado a todo el que se acerque a solicitarlo, el IMSS no ha realizado un anuncio para televisión sobre detección oportuna de dicha enfermedad, y señala que los problemas de salud más difundidos por la Institución mediante anuncios televisivos son la diabetes y la hipertensión arterial.

En cuanto al folleto informativo, reconoce que pocas personas saben de su existencia, a pesar de que en las consultas de medicina familiar se les recomienda a los pacientes leerlo, por lo tanto no es mucha su demanda, además del hecho de que este documento no está al alcance de todos, pues las personas que no están aseguradas en el IMSS no tienen acceso a él pues no se entrega a la población general.

Al preguntar sobre cómo harían las personas que no cuentan con Seguro Social o con Seguro Popular, para conseguir información al respecto, el especialista propone a internet como un medio de información, pero está consciente de que éste tampoco está al alcance de toda la población.

Por lo tanto, señala que a las autoridades encargadas de cuidar de la salud de la población les falta mucho por hacer al respecto. Simplemente en esta ciudad no existe una cultura de la revisión médica periódica en cuanto a salud general, mucho menos en lo referente a un chequeo especializado, a eso hay que aumentarle la desinformación, y en el caso específico de la población masculina se agregan los tabúes, todo esto forma una barrera aún más grande para lograr concientizar a la ciudadanía al respecto.

“Hace falta que le den más difusión a este problema de salud, porque es raro ver un anuncio en televisión, donde hagan ver a los hombres mayores de 40 años que pueden presentar ciertos síntomas y deben iniciar con un chequeo preventivo para detectar cáncer de próstata³⁴”, señala el Dr. Castañeda.

³⁴ Carlos Castañeda López, Médico especialista en Urología por la UNAM, Interno del área de Urología de la Clínica número 26 del Instituto Mexicano del Seguro Social. Entrevista realizada por la autora de este trabajo.

Existe desinformación al respecto, porque la mayoría de los hombres que acuden a consulta piensan que de inmediato se tienen que realizar una prueba de tacto rectal, y no es así, antes de eso se realiza una prueba de sangre. “Puede ser machismo, los tabúes, pero también hay un poco de temor y rechazo a estas pruebas, debido a que muchos de los pacientes llegan cuando ya tienen síntomas más avanzados de la enfermedad”³⁵.

Todo esto puede ser derivado de la desinformación, dice el especialista, pues cuando un paciente de entre 50 y 60 años llega a su consultorio, lo primero que se le pregunta es sobre sus revisiones anteriores, y la mayoría no tiene ninguna en su historial, además de que desconocen los síntomas de la enfermedad y cuando acuden a él es porque sus casos ya avanzaron de etapa. Cuando deberían de contar con un historial médico más completo acorde a su edad, pues los chequeos se tienen que iniciar a los 40 años.

Desde el punto de vista de quienes están involucrados en los medios de comunicación, como es el caso del Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Enrique Cárdenas Sánchez, egresado de la UNAM, y actual gerente de Auditoría de Pantalla de Tv Azteca; la difusión sobre la detección y atención oportuna del cáncer de próstata en televisión abierta es casi nula.

Cárdenas Sánchez tiene, desde hace diez años, la tarea de revisar el contenido de la programación de la televisora para garantizar el uso del código de ética de Azteca, así como el reglamento para radio y televisión de la Secretaría de Gobernación, además de vigilar el cumplimiento, en cuanto a tiempos de transmisión, de publicidad comprometida con los diferentes clientes, todo esto realizando un monitoreo diario de la programación de los canales de dicha cadena.

Eventualmente dentro de esa misma área, se realiza un comparativo con los canales nacionales de Televisa, para conocer en qué trabaja la competencia y saber qué anunciantes ofrecen sus productos y servicios a través de la señal de dicha televisora.

³⁵Entrevista citada.

Cárdenas mencionó, en entrevista, que recuerda una campaña en 2003, la cual fue pagada por el Gobierno Federal, donde alertaban a la población masculina sobre los síntomas del cáncer de próstata y los invitaban a acudir a una revisión médica. Ésta sólo estuvo al aire alrededor de un mes, en los canales de televisión abierta nacional, tanto de Televisa como de Azteca.

La campaña comenzó a aparecer en televisión en Guadalajara y Monterrey, posteriormente se transmitió en el Distrito Federal, lo que significó su transmisión en cadena nacional.

“Hubo una campaña hace tres años (2008), pero ésta no la realizó ninguna instancia de gobierno, fue parte del Movimiento Azteca para recaudar fondos y pagar estudios médicos a hombres de escasos recursos. Los spots que preparó Fundación Azteca fueron transmitidos en los canales nacionales y en las locales pertenecientes o asociados a la televisora”³⁶.

En dicha campaña sí se invitó a la población masculina a realizarse chequeos médicos, los anuncios se transmitieron desde quince días antes del día de la recaudación. Además parte del dinero fue utilizado para apoyar a una institución encargada de atender a hombres con cáncer de próstata. Después de esa el Grupo Salinas no ha vuelto a hacer algo al respecto.

“Es importante mencionar esta campaña porque, aunque no la promovió una institución gubernamental, se pudo hacer un llamado a la población, de buena parte del país, a poner atención a dicho problema, utilizando como medio de comunicación a la televisión”³⁷, aclara el Lic. Cárdenas.

La última campaña en televisión fue “K. O. al cáncer de próstata” la cual sólo se pudo ver en el Distrito Federal, ésta inició la transmisión de su anuncio en la segunda semana de junio (2011) y estuvo un mes al aire en canal 13 y 7 de Tv Azteca, y en canal 2 y 5 de Televisa, además se hicieron menciones al respecto en la transmisiones de las funciones de box.

³⁶ Enrique Cárdenas Sánchez, Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la UNAM, Gerente de Auditoría de Pantalla de Tv Azteca. Entrevista realizada por la autora de este trabajo.

³⁷ Entrevista citada.

“No es suficiente la información sobre el cáncer de próstata, falta mucho por hacer al respecto³⁸”, opina Enrique Cárdenas, y reconoce que “las campañas que han promovido, tanto la industria privada como las instituciones de gobierno encargadas de cuidar la salud de la población, sólo son el fin de cumplir y ya, por ello que no sean tan pocas”.

Además es muy difícil que un hombre acepte que está enfermo, mucho más difícil es lograr que acuda al médico, por ello es necesario hacer conciencia de que se está ante el peligro de desarrollar una enfermedad de consecuencias fatales si no se atiende a tiempo, en ese sentido falta mucho por hacer, pues aún no llega suficiente información sobre el tema a la población, agregó Enrique Cárdenas.

Es importante tomar en cuenta la opinión de quien ha padecido la enfermedad y la ha superado. El Señor Lauro Herrera Jimarez, de 70 años de edad, residente de la Ciudad de México, padeció cáncer de próstata a los 65 años de edad.

A pesar de saber sobre la existencia de ese mal, al llegar a los 65 años nunca se había hecho una prueba para detectar algún tipo de cáncer en su organismo, y mucho menos una revisión de carácter urológico. La manera en que se enteró sobre la existencia de la enfermedad fue por sus hijos, quienes le sugirieron acudir al médico años atrás.

El Señor Herrera se retiró de trabajar hace casi 20 años, ahora se dedica a su esposa y familia, lo que le permite tener el tiempo suficiente para mantenerse informado, escucha diferentes noticiarios de radio y varios espacios informativos de televisión durante la mayor parte del día. Y menciona que alguna vez escuchó en radio algo referente al tema, donde además hablaban de los síntomas.

Sin embargo el cáncer de lo detectaron por casualidad, como refiere él mismo: “Yo asistí al médico, al Seguro Social, porque me subió mucho la presión, soy diabético y tengo que estar al pendiente de todo esto, pero en los análisis que

³⁸Ibídem.

me realizaron descubrieron el cáncer³⁹". Comenta que el primer síntoma que notó fueron las constantes ganas de ir al baño, y la sensación de no terminar de orinar.

Pero en un principio pensó que estos malestares eran parte de los síntomas de la diabetes, mientras que los médicos se preocuparon por un posible problema con el riñón, por eso la necesidad de realizar más estudios, afortunadamente, y aunque por casualidad, la enfermedad fue detectada a tiempo y ahora puede llevar una vida normal.

Don Lauro sólo recuerda el anuncio de televisión del boxeador, donde hace un llamado a los hombres a atender el problema, pero antes de ese no recuerda otro. Dice que ahora él ya cuenta con mucha información al respecto, y sabe dónde encontrarla porque a partir de su problema acude al Seguro Social a sus revisiones periódicas y ahí le brindan los datos necesarios.

Pero dice que a lo largo de su vida no recuerda alguna campaña en varios medios de comunicación, o por lo menos en los que él sigue, como el radio o la televisión, y mucho menos que se hable de un problema de salud que es exclusivo de los hombres.

Además, eso recuerda los comerciales que pasan en la televisión por las mañanas, donde anuncian productos para curar la enfermedad, pero la verdad, es que no confía mucho en ellos "aunque por lo menos sirven para que, los que no saben de la enfermedad, la conozcan⁴⁰", opina el Señor Lauro Herrera.

DIFUSIÓN DEL CÁNCER DE PRÓSTATA, SU IMPORTANCIA

La opinión de la gente común, como es el caso de Lauro Herrera, quien además ha padecido la enfermedad, así como de los especialistas en el tema con el médico especialista en Urología, Carlos Castañeda, son las más

³⁹Lauro Herrera Jimarez, ex comerciante, residente en la Ciudad de México, sobreviviente de cáncer de próstata. Entrevista realizada por la autora de este trabajo.

⁴⁰ Entrevista citada.

importantes, pues son quienes viven de cerca la situación y su experiencia sirve a los demás.

Ambos piensan que la información que se difunde en la televisión es poca, comparada con la que se le hace a otros problemas de salud, igual de importantes que éste, por lo tanto se le debería dar mayor difusión al cáncer de próstata.

Por su parte, el Señor Herrera, espera que quien se encarga de la promoción de la salud hagan más campañas, “sobre todo en provincia, porque ahí casi no hay información, especialmente en los pueblos chicos donde hay muchos enfermos⁴¹”, sugiere. Y es importante que se haga pronto, porque él tuvo suerte, pero ¿cuántos no corren con la misma fortuna que él? Por eso la importancia de contar con la información adecuada.

En cuanto al Dr. Castañeda, opina que el cáncer de próstata, a pesar de ser la segunda causa de muerte en los varones de 50 años en adelante, su difusión no es suficiente tal vez en televisión se llega a hacer algún comentario al respecto, pero no van más allá, se necesita hacer llegar a la población más información sobre esto porque “la prevención es la única forma de detectar a tiempo el cáncer de próstata y poder darle una buena calidad de vida al paciente, o lograr alargar su vida⁴²”, para el galeno ésta es la importancia de la difusión de este tipo de cáncer.

El Licenciado Enrique Cárdenas dice que es muy notoria la falta de información en televisión sobre el cáncer de próstata, y de campañas para de detección, por lo tanto ésta no llega a quienes debería de llegar, y lo que las autoridades de salud han hecho ha sido por “obligación”, y no para llegar verdaderamente a las conciencias. Pues una campaña con el alcance de la del 2003 no se ha vuelto a ver a la fecha, aunque el Gobierno del Distrito Federal haya puesto su granito de arena.

⁴¹ Ibídem.

⁴² Carlos Castañeda López, Médico especialista en Urología por la UNAM, Interno del área de Urología de la Clínica número 26 del Instituto Mexicano del Seguro Social. Entrevista realizada por la autora de este trabajo.

Aun así no es suficiente, pues tanto hombres como mujeres deben estar informados al respecto “porque los hombres somos muy miedosos, esa es la verdad, y muchos necesitamos que alguien esté sobre nosotros para animarnos a hacer las cosas”.

He aquí la importancia de que toda la población, de todas las edades, cuente con la información y orientación adecuadas sobre el cáncer de próstata, y la televisión es el mejor medio para difundirla por ser el medio de comunicación que la mayor parte de la población tiene a su alcance, opinó el Lic. Cárdenas.

En cuanto a las Organizaciones No Gubernamentales que apoyan a las personas con dicha enfermedad, como es el caso de la Asociación Mexicana de Lucha contra el Cáncer (AMLCC), en voz de su Coordinadora de Proyectos, Bibiana Garmendia Félix, quien aseguró que “el Instituto Nacional de Cancerología (INCAN) para nada nos brinda recursos de hecho es lo contrario, nosotros les damos una anualidad para que atiendan a personas sin seguridad social, y ellos nos apoyan a través de filtros de selección con base a un estudio socioeconómico donde se seleccionan a nuestros beneficiarios”⁴³.

La mayor parte de sus recursos la obtienen de los donadores, refiere, la Coordinadora de Proyectos, que se ha abierto la CUENTA CÁNCER para donativos directos en todos los bancos, además se continúa con la solicitud de donativos vía carta personal; así como convocatorias gubernamentales y de empresas que nos permiten obtener recursos por concursos; y de la industria farmacéutica para profesionalización de la Asociación

Bibiana Garmendia refiere que la Asociación básicamente se vale de folletería para lograr la difusión del cáncer de próstata, y al cuestionamiento sobre si considera que el INCAN o la Secretaría de Salud, tanto federal como del Gobierno capitalino, han realizado la suficiente difusión en televisión, contestó: de esa, sencillamente no hay.

⁴³ Bibiana Garmendia Félix, Coordinadora de Proyectos de la Asociación Mexicana de Lucha contra el Cáncer (AMLCC). Entrevista realizada por la autora de este trabajo.

Agregó que el “spoteo” es un arma de difusión muy importante, pero ellos no los realizan por no contar con los medios económicos suficientes, por eso se valen del material más cercano a sus posibilidades para lograrlo.

Para conocer la opinión de varones en general, se realizó un sondeo⁴⁴ a 25 hombres de entre 25 a 55 años de edad, residentes en la Ciudad de México, de diferentes oficios y profesiones. A quienes se les formularon las siguientes preguntas:

- 1.- ¿Qué tanto sabes sobre ese tipo de cáncer?
- 2.- ¿Has acudido o acudirías a una revisión para saber si tienes problemas de próstata? ¿Por qué?
- 3.- ¿La información que te llega sobre detección y atención oportuna del cáncer de próstata mediante la televisión es suficiente?
- 4.- ¿Las mujeres también deben estar informadas al respecto?

Cabe aclarar que aunque el cáncer de próstata se desarrolla principalmente en hombres de 40 años en adelante, y en el sondeo se tomaron en cuenta a varones desde los 25 años, esto se debe a que es importante saber con qué información cuentan los más jóvenes, para tener una referencia sobre si se atenderán o no al llegar a los cuarenta.

La mayor parte coincidió que es bueno que se difundan más campañas por televisión con información sobre el cáncer de próstata, la mayoría sabe de la existencia de la enfermedad, sin embargo, no han ido a una revisión. Por diferentes motivos, el principal es el miedo, la desinformación y la falta de una cultura de salud.

Pues no saben que ésta se puede detectar con una simple prueba de sangre, y gran parte de los participantes piensa que el único método para detectarlo es un análisis de tacto, esto es una prueba más de la desinformación sobre el tema.

⁴⁴Un sondeo de opinión es una medición no estadística tomada a partir de encuestas destinadas a conocer la opinión pública. Estas mediciones se realizan por medio de muestreos que, usualmente, están diseñados para representar las opiniones de una población llevando a cabo una serie de preguntas y respuestas.

La verdadera importancia de la difusión oportuna y adecuada del cáncer de próstata, radica en que de ello depende que se puedan salvar o no muchas vidas, y con ellas la estabilidad de muchas familias.

La propuesta es que sea mediante la televisión, por ser el medio de comunicación más utilizado por la sociedad, es el de más fácil acceso y cuenta con mayor cobertura, aunque la educación inicie desde casa, si los padres están desinformados, es muy probable que pase lo mismo con los hijos.

En cuanto a mantener informados tanto a hombres como a mujeres, en general opinaron que, a pesar de que la enfermedad se desarrolla exclusivamente en hombres, el mantener informadas a las mujeres es un apoyo más para ellos, por ser más observadoras y cuidadoras; es ese aspecto, la enfermedad no es exclusiva del sexo masculino.

Conclusiones

Hombres y mujeres de todos los niveles socioeconómicos, de todo el país, deben contar con la información suficiente sobre diferentes aspectos de la vida, sociedad, política, derechos laborales, derechos humanos, entre los más importantes.

Y uno de los derechos humanos es el de la salud, tanto hombres como mujeres, de todas las edades, deben tener acceso a ésta, y los primeros en garantizarla tienen que ser las autoridades o gobernantes del lugar donde se reside.

El primer paso para lograr esto es proporcionar a la sociedad la información suficiente para conseguir alertarla sobre los riesgos de algunas enfermedades, así como brindar orientación sobre los pasos a seguir y, por su puesto, la atención y tratamiento médicos que se requieran.

En respuesta, la población debe tomar en cuenta las convocatorias y recomendaciones de las autoridades encargadas de cuidar su salud, y acudir a revisiones médicas constantemente, o por lo menos cada que las autoridades difundan alguna campaña de salud.

En México se han realizado campañas para atender diversos problemas de salud como la diabetes, hipertensión arterial, obesidad infantil, cáncer de mama, cáncer cervicouterino, entre otros. Se les ha dado la importancia que el problema requiere pues, incluso, se han reformado leyes al respecto, como es el caso de la obesidad infantil y lo que se ha hecho para erradicarla.

Pero hay otras enfermedades, que también son problemas de salud, y que no son lo suficientemente atendidas como es el caso del cáncer de próstata, causa por la cual mueren cerca de 5 mil 100 hombres al año en nuestro país, y se calcula que para finales de este 2011 serán 6 mil.

Tanto en las entidades federativas, como a nivel nacional, sólo se han registrado campañas de detección oportuna de este tipo de cáncer esporádicamente, en el caso de la última que realizó la Secretaría de Salud federal han pasado ocho años.

En cuanto al Distrito Federal, hasta este año (2011) se realizó una campaña que fue difundida mediante televisión abierta, por los canales de Televisa y Tv Azteca y por canal 11, los cuales pertenecen a empresas privadas, y por el 22, el cual es auspiciado por el gobierno. Es decir pudo llegar a más gente, de diferentes gustos y edades.

Pero ¿qué más se ha hecho al respecto? Desafortunadamente no mucho, pues el número de muertes no ha disminuido y esto en gran medida es porque prevalece la desinformación (aunque se debe aclarar que no es el único factor que influye), pues hay casos como el del estado de Colima donde no tienen una cifra aproximada del número de enfermos y fallecidos a causa de la enfermedad.

Además, como podemos notar en el capítulo tres, la mayor parte de los estados que han realizado una campaña de detección y atención oportuna del cáncer de próstata lo hacen apoyados por las instancias de salud particulares, es decir, en algunos de los casos los análisis clínicos que promueven no son completamente gratis.

Si tomamos en cuenta que la mayor parte de la población no tiene con los recursos necesarios para pagar por ello, entonces las campañas no tienen mucho efecto en ese sentido.

Hay factores igual de importantes en los que las autoridades de salud tienen que trabajar, y es el lograr romper con los tabúes y el machismo que aún imperan en la sociedad mexicana, los cuales impiden que los varones acudan a una revisión médica, todo esto derivado de la falta de información.

Pues hay muchas personas que piensan que un chequeo médico para detectar este tipo de cáncer aún implica una prueba de tacto, y eso ya no es así, pues hoy en día basta con una muestra de sangre para poder detectarlo, pero muchas personas no lo saben, por lo tanto su diagnóstico será tardío y el enfermo tendrá menos posibilidades de recuperarse.

A todo ello se debe agregar la falta de información difundida en televisión abierta. Y ¿por qué ese medio es el idóneo para difundir este tipo de

información?, como ya se mencionó anteriormente es el medio de comunicación masivo más usado por la población, es de fácil acceso y gratis.

Además, las autoridades de salud se pueden apoyar en la industria privada y lograr campañas en diferentes espacios, como lo hacen en cuanto a la detección del cáncer de mama.

Por ejemplo, se pueden insertar supers, plaquetas o hacer menciones al respecto en funciones de box, partidos de fútbol soccer, o transmisiones de carreras de autos, por mencionar algunos, pues este tipo de eventos en televisión son los más vistos por el público masculino.

“De enero 2010 a enero 2011 el único deporte que registra una mayor afición es el box; en tres años ha pasado del 30 por ciento al 44 por ciento el porcentaje de mexicanos que se interesa por ese deporte, siendo en este momento el segundo después del futbol”⁴⁵.

Y no sólo por ellos, pues las mujeres también deben de mantenerse al tanto de todo esto, para poder alertar y apoyar a sus parejas, padres, hermanos e hijos sobre los síntomas de la enfermedad e insistirles para que acudan al médico. Por lo tanto también es importante la difusión de campañas en la programación que normalmente está dedicada al público femenino.

Pero eso no es todo, pues la información también puede llegar a la población masculina por otros medios, por ejemplo, las marcas de ropa para caballero pueden insertar en sus empaques y etiquetas advertencias al respecto, o invitaciones a acudir al médico; las marcas de ropa interior pueden hacer lo propio, como lo hacen en las cajetillas de cigarro para advertir sobre el cáncer de pulmón.

Además pueden participar otras compañías como las de vinos y cervezas, las tiendas y marcas de artículos deportivos. Los condones deberían de incluir en sus empaques un poco de información al respecto. Se trata de que, además de la televisión, le llegue la información a la población mediante otros artículos que los varones consumen normalmente.

⁴⁵ Encuesta sobre: La afición al fútbol en México, Consulta Mitofsky, www.mitofsky.com.mx, 15 de marzo de 2011.

Estas marcas, cadenas de tiendas y compañías también pueden brindar apoyo de la Secretaría de Salud, tanto federal como estatal, para hacer donaciones, las cuales llegarían gracias a la venta de sus productos, y con ellas realizar estudios clínicos, tratamientos e investigación sobre el cáncer de próstata.

Además existe el internet, el cual es el medio más usado por jóvenes para informarse, aunque el cáncer de próstata se desarrolle principalmente después de los 40 años, siempre es importante que los jóvenes estén enterados, pues se les irá creando una cultura de acudir al médico periódicamente, y en caso de desarrollar la enfermedad la podrán detectar a tiempo. Si hay jóvenes bien informados, habrá más adultos sanos.

Es decir, hoy en día las autoridades encargadas de cuidar la salud de la población cuentan con más medios para lograr hacer llegar a la gente la mayor cantidad de información posible, por supuesto la sociedad también tiene la responsabilidad de acudir al médico y atenderse oportunamente.

Aunque sí es verdad que en México existe escasa difusión del cáncer de próstata en televisión abierta, como lo corroboraron especialistas y ciudadanos en general en esta investigación; también es cierto que aunque ésta sea difundida oportunamente, en muchos lugares del país aún no se cuenta con la infraestructura hospitalaria y los medios suficientes para atender una enfermedad de este tipo.

Por ello se debe estar bien informado, para poder exigir a las autoridades pertinentes que nos hagan llegar lo necesario para cuidar de nuestra salud.

Ellos como autoridades están obligados a cumplir con esto, y nosotros como sociedad estamos obligados a participar, y una buena manera de hacerlo es deshacernos de tabúes, buscar y solicitar información, estar atentos a cualquier síntoma de la enfermedad y acudir a revisión médica periódicamente, lo cual nos lleva a una detección y atención oportuna del cáncer de próstata y por lo tanto se podrán salvar más vidas.

Algo más personal

Al iniciar esta investigación me encontré con un obstáculo importante, la falta de bibliografía al respecto. Muchos saben que existe el cáncer de próstata, y si tecleas en cualquier explorador de internet estas dos palabras te arroja cientos de resultados como respuesta, sucede lo mismo si escribes esto mismo en la sección de consulta de la Biblioteca Central pero, toda la información es estrictamente médica.

Los datos están explicados en términos científicos que para mí no fueron fáciles de entender, de no tener un médico y una enciclopedia de medicina cerca, el capítulo uno hubiera sido aún más difícil de escribir de lo que de por sí ya fue.

Pero eso sólo fue el primer bache en el camino que, gracias a la ayuda antes menciona, pude librar, pues todavía seguía algo aún más difícil: no hay información acerca de la escasa difusión del cáncer de próstata en televisión abierta, es más, nadie se ha dedicado a hacer una investigación al respecto al respecto de la difusión de dicha enfermedad en algún otro medio de comunicación masiva, o al menos yo no la encontré.

Por si fuera poco no hay datos, abiertos al público, sobre cuántas campañas se han hecho en el último sexenio, y mucho menos en el último año, tampoco de lo que gastan al respecto. Pero lo peor es que las autoridades de salud, como es el caso del Instituto Nacional de Cancerología (dependiente de la Secretaría de Salud federal) encargado de canalizar estos recursos, no brinda las facilidades suficientes para realizar una investigación a respecto, a pesar de mi insistencia.

Puedo entender que las personas encarga del área Difusión del Instituto tengan múltiples ocupaciones, y precisamente por esta situación, dicha información debe estar al alcance de quien la solicita, por ejemplo, en un apartado dentro de su página de internet, dedicado exclusivamente a tratar estos puntos, la cual se debe actualizar constantemente.

Con todos estos obstáculos opté por valirme de los recursos a mi alcance para lograr mi objetivo, uno de éstos fue lo aprendido durante la carrera de Ciencias

de la Comunicación, y es verdad lo que dicen: no es lo mismo estar en el salón de clases que enfrentarse a la realidad.

No es lo mismo escribir notas para entregarlas al profesor y aprobar la materia, que salir a buscar tus propias fuentes de información y que obtengas por respuesta un retundo NO, y te sean cerradas las puertas, en sentido figurado, pero finalmente las encuentras cerradas.

Hay algo que sí ha sido de mucha ayuda, y es la bibliografía que recolecté a lo largo de la enseñanza profesional. Desafortunadamente no pude evitar “darme de topes en la pared”, como se dice vulgarmente, porque no seguí el consejo de muchos de mis profesores, y era el de practicar la escritura; pues cuando terminas la carrera y no te dedicas específicamente a escribir, se pierde la práctica, y ahora es cuando pienso: antes esto no era tan complicado para mí y no era tan mala, pero la falta de este hábito no me ayudó.

Aun así fui sacando adelante poco a poco esta investigación, cuando por fin me armé de valor y decidí ir a buscar a una persona que padeciera cáncer de próstata, para preguntarle, a manera de entrevista, si es que la difusión sobre la detección y atención oportuna de dicha enfermedad es suficiente, desde su punto de vista, y otras cuestiones referentes al tema.

Una tarde, después del trabajo, me trasladé hasta el Instituto Nacional de Cancerología, dispuesta a encontrar a alguien que quisiera exponer su punto de vista, llegué al lugar, crucé la primera puerta de cristal, al llegar a la segunda puerta el encargado de vigilancia me pidió mi gafete de visitante, se lo mostré y él me mostró el camino a seguir con un ademán.

Continúe caminando de frente, ya podía ver la escalera azul con blanco por donde debía subir, al lado de ésta se encontraba un elevador, cuando me acerqué para comenzar a subir el ascensor se abrió, tuve que detenerme en ese momento porque de seguir adelante obstruiría el paso de una silla de ruedas que salía, en ese momento me quede paralizada al ver a la persona que ocupaba la silla, era un hombre de mediana edad, sin cabello, en su rostro y en el resto de su fisonomía se podían notar los estragos de la quimioterapia.

Cómo es qué sé esto, porque cuando se vive de cerca el cáncer, el que sea, esas características se quedan muy presentes, y esa mirada que refleja cansancio y desconcierto, pero a la vez esperanza, se vuelve inconfundible.

En ese momento no pude evitar recordar a la persona querida que paso por esa enfermedad, y todo lo que hice en ese instante fue salir apresuradamente del lugar, con un nudo en la garganta, tratando de evitar por todos los medios que éste se desatara, caminé apresuradamente por la calle casi sin rumbo, hasta que unas calles adelante tuve que detenerme para recuperar el ritmo de mi respiración y tratar de ubicar el sitio donde estaba.

Días después pude darme cuenta que lo que quería no era evitar llorar, sino escapar del lugar, pues el recuerdo de lo padecido por una persona cercana aún esta presente, todavía no estoy preparada para sentarme frente a alguien que padece cáncer a platicar sobre su experiencia.

Pero sí puedo hacer algo por ellos, y lo que hice fue apoyarme en lo aprendido en mis clases de Géneros Periodístico y de Técnicas y Metodología de la Investigación, para realizar esta investigación, y desde mi trinchera pelear contra este mal.

Ahora puedo decir: benditos sean quienes tuvieron que padecer cáncer, para que otros seres humanos se decidieran a ayudar a sus semejantes, con las armas a su alcance, a combatir en esta lucha.

Esa fue la parte más difícil para realizar en esa investigación, porque no hay materia que te enseñe a superar la realidad, ni maestro que resuelva este problema.

Fuentes de Consulta

BIBLIOGRAFÍA

- ABDEL-WAHAB, May, *Cáncer de próstata: guía práctica*, Amolca, México 2010, pp. 312.
- CAMPS, Silvia y PASOS, Luis, *Así se hace periodismo*, Paidós, Buenos Aires 2003 pp. 331.
- BAENA, Guillermina, *El discurso periodístico: los géneros periodísticos hacia el nuevo milenio*, Trillas, México 1999, pp. 120.
- BOWSER, Winsor, *Cáncer de próstata*, Ars Medica, Barcelona, España 2002, pp. 298.
- DEL RÍO, Julio, Reynaga, *Periodismo interpretativo: el reportaje*, Trillas, México 1994, pp. 195.
- DEL RÍO, Julio, Reynaga, *Reflexiones sobre periodismo: medios y enseñanza de la comunicación*, FCPyS (UNAM), México 1993, pp. 197.
- ESCALANTE, Beatriz, *Curso de redacción para escritores y periodistas*, Porrúa, México 2006, pp. 344.
- GONZÁLEZ, Domingo, *Cáncer: verdad y esperanza*, Dossat Bolsillo, España 1982, pp. 269.
- GÖTZENS, Víctor, *Anatomía Humana: descriptiva, topográfica y funcional*, Tomo 3, Masson, Barcelona, España 1999, pp. 755.
- HAMMERLY, Marcelo, *Enciclopedia médica moderna*, Segunda Edición, Publicaciones Interamericanas, Estados Unidos, 1980, pp. 684.
- IBARROLA, Javier, *El reportaje*, Editorial Gernika, México 2004, pp.351.
- KILEY, Robert, *Información médica en internet*, Elsevier, España 2005, pp. 185.
- MARÍN, Carlos y LEÑERO, Vicente, *Manual de periodismo*, Grijalbo, México 2004, pp. 351.
- MARTIN, Gonzalo, Vivaldi, *Géneros Periodísticos*, 3ª edición, Paraninfo, Madrid 1981, pp. 394.
- MARTÍNEZ, José Luis, Albertos, *Curso general de redacción periodística*, 5ª edición, Paraninfo, España 2001, pp. 593.

- TELLO, Nerio, *Periodismo actual: guía para la acción*, Ediciones Colihue, Argentina 1998, pp. 179.
- ULIBARRI, Eduardo, *Idea y vida del reportaje*, Trillas. México 1999 pp. 281.
- WOLFE, Tom, *El nuevo periodismo*, Anagrama, Barcelona 1984, pp. 214.

HEMEROGRAFÍA

- Redacción “La prevención salva a los hombres del cáncer de próstata”, *El Informador*, Salud, Guadalajara, Jalisco, Lunes 20 de Junio de 2011, pp. 12 - B.

INTERNET

- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), “Encuesta nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales”, 2010, http://www.conaculta.gob.mx/encuesta_nacional.php
- Consulta Mitofsky, “Encuesta sobre: La afición al fútbol en México”, www.mitofsky.com.mx, 15 de marzo de 2011.
- FAJARDO, Juan Alberto, “Michoacán, primer lugar nacional de cáncer próstata: Martínez Mejía”, *El Independiente*, http://www.el-independiente.com.mx/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=1031:michoacan-1o-lugar-nacional-de-cancer-de-prostata-martinez-mejia&catid=1:lcoales&Itemid=3, 27 Noviembre 2010.
- GÓMEZ Corona, Víctor, “El cáncer de próstata, entre el prejuicio y el tabú”, *Diario Avanzada*, <http://www.davanzada.com/noticia.php?id=74047>, 28 Julio 2011.
- Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística (Ibope/AGB México) “Medición de audiencia de televisión en México”, 2010, <https://www.ibopeagb.com.mx>

- INSTITUTO DE SALUD DEL ESTADO DE MÉXICO, “Hiperplasia y cáncer de próstata”, 2011, <http://salud.edomex.gob.mx/html/article.php?sid=311>
- INSTITUTO NACIONAL DE CANCEROLOGÍA (INCAN), sitio oficial en: www.incan.edu.mx
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA (INEGI), “Encuesta sobre Disponibilidad y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares”, sitio oficial en: <http://www.inegi.org.mx/>, 2010.
- MORENO González, Trinidad, “Buscan reducir enfermedades contra la mujer en Monterrey”, *El Porvenir*, http://www.elporvenir.com.mx/notas.asp?nota_id=443577, 10 Noviembre 2010.
- REDACCIÓN, “Dan informe de campaña contra el cáncer de próstata”, *Milenio Diario*, Cd. de México, <http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/343aff979b6f06237fc4878ffe8ae9b>, 14 de junio de 2011.
- REDACCIÓN, “Lanza DF campaña para detectar cáncer de próstata”, *El Universal*, Metrópoli, <http://www.eluniversal.com.mx/notas/769120.html>, 30 de junio de 2011.
- REDACCIÓN, “Lanza Sociedad Mexicana de Urólogos campaña contra cáncer de próstata”, *La Crónica de Hoy*, Bienestar, http://www.cronica.com.mx/nota.php?id_nota=586173, 17 de junio de 2011.
- SECRETARÍA DE SALUD (Gobierno federal), sitio oficial en: <http://portal.salud.gob.mx/>
- SECRETARÍA DE SALUD (Gobierno Federal) “Programa de Acción: Cáncer de Próstata”, 2001, <http://bibliotecas.salud.gob.mx/gsd/collect/publin1/index/assoc/HASH18a3.dir/doc.pdf>
- TORRESCANO, Liliodeth, “Hay inequidad en difusión de prevención del cáncer de próstata: especialista”, *Visto Bueno de Hidalgo*, <http://www.elvistobueno.com.mx/2011/07/hay-inequidad-en-difusion-de-prevencion-de-cancer-de-prostata-especialista/>, 15 Julio 2011.

- Varios Autores, “Cáncer de próstata”, Julio de 2011, sitio de oficial de TU SALUD en: www.tusalud.com.mx//2011

ENTREVISTAS:

CÁRDENAS Sánchez, Enrique, Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la UNAM, Gerente de Auditoría de Pantalla de Tv Azteca.

CASTAÑEDA López, Carlos, Médico especialista en Urología por la UNAM, Interno del área de Urología de la Clínica número 26 del Instituto Mexicano del Seguro Social.

GARMENDIA Félix, Bibiana, Coordinadora de Proyectos de la Asociación Mexicana de Lucha contra el Cáncer (AMLCC).

HERRERA Jimarez, Lauro, ex comerciante, residente en la Ciudad de México, sobreviviente de cáncer de próstata.

VIDAL García, Azael Gilberto, Médico Familiar por la Facultad de Estudios Superiores Zaragoza (UNAM).