Salud y medios de comunicación en España

Gemma Revuelta
Observatorio de la Comunicación Científica. Universidad Pompeu Fabra. Barcelona. España.

(Health and media in Spain)

Resumen

La «agenda de los medios de comunicación» influye en los temas considerados de importancia por la sociedad receptora. En este artículo se analiza la cobertura periodística de la salud en la prensa escrita española tomando como base el denominado Informe Quiral.

En España, la concentración de medios se traduce en una marcada tendencia hacia la homogeneidad de la información; la salud pocas veces tiene un espacio específico o un tratamiento independiente o la información está servida por profesionales escasamente especializados. Los principales temas "crónicos" que ha seguido la prensa española durante los años del estudio han sido: cáncer, sexualidad y reproducción, sida, drogas (incluido el tabaco), trastornos mentales y cuestiones relacionadas con la nutrición. Los políticos o las personas que ocupan cargos politicotécnicos son el grupo de fuentes sobre el que recae gran parte de la información en materia de salud (49%). En contraposición, el sector más especializado sólo supone un 26% de las fuentes.

Para mejorar la información sobre la salud se recomienda establecer plataformas de comunicación y participación entre el sector especializado y los medios de comunicación, fomentar el conocimiento mutuo de las necesidades de cada grupo profesional que interviene en el proceso y desligar al máximo la información en materia de salud de las presiones e influencias políticas.

Palabras clave: Medios de comunicación. Información. Salud.

Abstract

The so-called "media agenda" has a great influence on the issues considered to be important by society. In this article, based on the "Informe Quiral" (Quiral Survey), the author analyses the coverage of health issues in Spanish press.

In Spain, media concentration causes a clear tendency to information homogeneity and thus, health issues are rarely dealt with in an independent way or in its own specific space or by specialized professionals. The main "chronic" issues the Spanish press has followed during the years included in the survey have been: cancer, sexuality and reproduction, aids, drugs (including tobacco), mental disorders and nutrition-related issues. Politicians or individuals with political and technical posts are the sources which carry the burden of informing about health issues (49%). On the other hand, the more specialized sector is the source of information in only 26% of the cases.

In order to improve health information, the author suggests establishing communication platforms and closer collaboration between the specialized sector and the media, fostering mutual knowledge of all professional groups taking part in the process and ridding health information of all political influences.

Key words: Media. Information. Health.

Introducción

El desarrollo –económico, científico, tecnológico– no sólo no es suficiente por sí mismo para garantizar la salud de una población, sino que a menudo resulta negativo al generar entornos competitivos, agresivos y hostiles, a los cuales la población y sus servicios sanitarios deben adaptarse; para ello se precisa de un conocimiento y una comprensión adecuados de las distintas opciones, de los recursos disponibles. Como consecuencia, la salud de la población guarda una estrecha relación con el acceso y la utilización de la información.

Los ámbitos en los que tiene lugar la comunicación en materia de salud son tantos como entornos tiene la relación humana, incluidas las relaciones que se establecen en el marco del sistema sanitario. Sin embargo, en los países desarrollados es preciso destacar el papel fundamental de los medios de comunicación de masas. La influencia de los medios de comunicación en las opiniones y actitudes públicas se ha puesto de manifiesto claramente en diversos estudios[1-5]. Esta influencia se concreta, entre otras, en la relación que existe entre los temas que reciben mayor cobertura periodística en un contexto y un tiempo determinados (agenda mediática) y aquellos que ocupan las prioridades en las preocupaciones de una comunidad o una población determinada (agenda social). Este proceso se ha descrito am-

Correspondencia: Gemma Revuelta.
Observatorio de la Comunicación Científica. Universitat Pompeu Fabra.
C/ Dr. Aiguader, 80. 08003 Barcelona. España.
Correo electrónico: gemma.revuelta@upf.edu

pliamente, en especial por las teorías que en comunicación se han denominado de tematización y de agenda *setting*[6]. En esencia, ambas afirman que los medios, al priorizar unos temas frente a otros, influyen a su vez en las agendas o en los temas considerados de importancia por la sociedad receptora. En resumen, la «agenda de los medios» influye en la «agenda social». Conocer la agenda mediática (no sólo en el sentido de saber cuáles son los temas que la integran, sino también cómo han llegado hasta ahí y quiénes son los agentes informadores) es, por tanto, una cuestión clave para el estudio de una sociedad determinada[7].

Por otra parte, en estudios de percepción social se repite de forma constante la misma paradoja: la población general manifiesta que la información de salud está entre sus prioridades, pero reconoce sentirse poco o mal informada al respecto[8-10].

En este artículo se analizará concretamente la cobertura periodística de la salud en los medios de comunicación españoles, fundamentalmente la prensa escrita. Para ello se utilizará como base de trabajo el informe anual sobre la salud en la prensa española denominado Informe Quiral[11], que desde 1997 realiza y publica el Observatorio de la Comunicación Científica de la Universidad Pompeu Fabra en colaboración con la Fundación Privada Vila Casas (codirigido por la autora del presente artículo).

Cabe destacar que en los estudios de medios existe mucha más literatura sobre prensa escrita que sobre televisión, radio o Internet. La mayor antigüedad de la primera y una mayor facilidad de acceso y almacenamiento de datos son las causas evidentes de esta desproporción. Este hecho debe tenerse en consideración en todo momento, pues si bien es cierto que muchas de las observaciones que afectan a la prensa pueden extrapolarse a la radio o la televisión, en realidad cada uno de estos soportes tiene su propio efecto. Así, mientras que la televisión es el medio de mayor alcance para el gran público, la prensa continúa desempeñando un papel decisivo como elemento de información y opinión para sectores clave de la sociedad, entre los que se incluye a líderes de opinión y personas con cargos de responsabilidad en materias que afectan a toda la comunidad.

Tabla 1. Principales grupos de comunicación en España

Grupo Prisa (www.prisa.es): este grupo concentra 8 grupos de negocio, entre los más emblemáticos figuran: *El País*, actualmente el periódico de información general más leído en España según OJD y el EGM, así como otras actividades del grupo en prensa, radio (en torno de la Sociedad Española de Radiodifusión [SER]), y la producción televisiva en Pretesa, con la marca Localia. Su porcentaje de facturación al año 2003 fue cercano al 16,9% del total de la industria de comunicaciones española

El Grupo Recoletos (www.recoletos.es) que agrupa sus actividades en 6 áreas de negocio; los más conocidos son el periódico deportivo *Marca*, dedicado casi en exclusiva a noticias sobre el equipo de fútbol Real Madrid; el diario económico *Expansión* y el periódico especializado en sanidad *Diario Médico*. A principios del año 2003, este grupo vendió su participación en la empresa Unidad Editorial, editora del periódico *El Mundo*, al grupo italiano RCS MediaGroup. Se calcula que al año 2003 este grupo facturaba cerca del 8% del total

Vocento (www.vocento.net): con 7 unidades de negocio, este grupo es el editor del diario *ABC*, el más antiguo de los periódicos españoles actualmente a la venta, y de 12 periódicos de tamaño medio en diferentes comunidades autónomas. Este grupo pasa a llamarse Vocento en mayo de 2003, fruto de la culminación del proceso de fusión entre el Grupo Correo y el grupo Prensa Española en septiembre de 2001. Tiene participaciones en la cadena de televisión Telecinco (13%) y es dueño del 60% de la agencia de noticias Colpisa, entre otros medios. Porcentaje de facturación en 2003: 11%

Grupo Zeta (www.grupozeta.es): este grupo, dividido en 4 unidades de negocio, edita 13 diarios españoles, entre los que destacan *El Periódico de Catalunya* y el diario deportivo *Sport*. Además, publica las revistas semanales *Tiempo* e *Interviú*, revista con la que nace este grupo en 1976; es dueño de la Editorial B, entre otros medios. Su porcentaje de facturación era del 9,4% en 2003

Grupo Godò (www.grupogodo.com): este grupo catalán es el editor del diario *La Vanguardia* y divide sus actividades en 5 áreas, de las que este diario es el de mayor importancia pública. Cuenta además con 2 cadenas de radio (más participaciones en otras 2) y el canal de televisión local CityTV de Barcelona. Su porcentaje de facturación en 2003 fue del 9,6%

Grupo Serra (http://www.gruposerra.com): este grupo concentra sus actividades en 3 áreas de negocio y es el líder en la comunidad de las Islas Balerares, tanto en prensa escrita como en radio y televisión. Está formado por diferentes sociedades anónimas como Hora Nova, Majorca Daily Bulletin, Última Hora Radio y M7 Televisión, además de ser propietario del diario *Última Hora* y del *Diari de Balears*, y editar el *Majorca Daily Bulletin*, periódico en inglés, desde 1962

Grupo Negocios (www.gruponegocios.com): principalmente dedicado a la publicación de información económica, publica el diario *Gaceta de los Negocios*, el semanario *Dinero* y es dueño de la emisora de radio FM Intereconomía, entre otros medios

Fuente: elaboración propia con datos de la Oficina para la Justificación de la Difusión (OJD) y el Estudio General de Medios (EGM).

El sistema mediático español

El panorama general del sistema mediático español actual dibuja una estructura en torno de 7 grandes grupos empresariales (tabla 1, elaborada a partir de los datos de la Oficina para la Justificación de la Difusión[12], el Estudio General de Medios[13] y la información contenida en el portal European Media Landscape[14]). Esta distribución en grandes grupos multimedia que controlan tanto la prensa escrita como la industria audiovisual es similar a la de otros países vecinos y resulta de las diversas fusiones, los cambios de cabecera y aparición de nuevos formatos que han tenido lugar sobre todo en las últimas décadas. En el caso español, además de estos grupos empresariales, debe tenerse en cuenta también la influencia que tienen las empresas públicas de radio y televisión, tanto las de alcance nacional como las autonómicas y, en los últimos años, las locales.

Esta concentración de medios se traduce también en una marcada tendencia hacia la homogeneidad de la información, así como en un estilo similar en la programación de las parrillas de emisión. La salud pocas veces tiene un espacio específico o un tratamiento independiente. En televisión, por ejemplo, no hay tradición en España de programas de divulgación específicos sobre salud ni tampoco sobre ciencia[15]. La excepción son algunos programas matinales en los que se tratan de forma ligera temas relacionados con el bienestar en general, incluidas cuestiones médicas y de salud, o, prácticamente, un único programa de divulgación científica (*Redes*, de TV2), emitido en horas de poca audiencia.

En la prensa diaria española la información se clasifica dividida en secciones temáticas (política, nacional, internacional, cultura, deportes, etc.). Tampoco aquí la salud suele tener un espacio independiente (salvo excepciones) y en lugar de ello debe compartir espacio con otro tipo de informaciones, normalmente en la sección denominada «sociedad». En esta sección se publican, entre otras, noticias sobre crímenes y violaciones, ecos de sociedad, grandes catástrofes naturales, etc. Es decir, el periodista que quiere publicar un artículo sobre un tema médico o de salud –una información sobre los efectos nocivos del tabaco, una investigación sobre el cáncer, los datos del síndrome agudo respiratorio severo, etc.– debe competir con el que tiene en sus manos otras noticias normalmente más espectaculares (p. ej., el embarazo de Letizia, el huracán Katrina o un asesinato múltiple). Esto implica un inevitable enfrentamiento, una especie de subasta en la que cada reportero utiliza sus mejores argumentos para convencer a su inmediato superior (normalmente el jefe de sección) de que su noticia es la más interesante[16]. Después de esta primera «subasta», tienen lugar dos o más reuniones durante el día (para decidir el número de páginas de cada sección, para escoger el tema del día o las noticias de portada, etc.). De este modo, la información original va adaptándose a los distintos contextos, rodeándose más de una vez de una espectacularidad que no presentaba en un principio, de una tendencia a la simplificación y a la magnificación.

La escasa especialización de la prensa

La distribución de la información en páginas y suplementos especializados permite un tratamiento en mayor profundidad y una mejor utilización de las fuentes de información (con predominio de las fuentes expertas en detrimento de las fuentes «oficiales» y políticas).

Sin embargo, también hay críticas a estas secciones especializadas. La explícita cabecera de la sección o la encuadernación independiente anuncian al lector que se trata de una información particular, de modo que éste puede fácilmente «saltarla» si no es una persona previamente interesada por los temas de salud. Así, la gran crítica a este espacio especializado es que no acaba de llegar a la población general. Esta misma crítica se ha hecho también a los programas de televisión especializados en salud, que a menudo son demasiado técnicos y poco atractivos para la población general (por no referirnos a los horarios de emisión), por lo que su audiencia queda muy limitada.

A partir de la década de los años ochenta y noventa se produjo en diversos países, incluido el nuestro, un fenómeno nuevo: la aparición y expansión de los suplementos especializados. En 1978, sólo el diario *The New York Times* tenía un suplemento específico sobre cuestiones científicas en general (entre las que abundaban las relacionadas con la salud). En 1986, un estudio del Scientists' Institute for Public Information (citado por Bader[17]) encontraba ya 66 diarios en EE.UU. con secciones semanales sobre ciencia.

En España se produjo una evolución similar. En la década de los ochenta aparecen algunos suplementos (como el del diario *La Vanguardia*, que se publicó regularmente entre 1982 y 1997) y páginas especializadas (las páginas de «Futuro» y «Salud» de *El País* son también un conocido y buen ejemplo de esta evolución). En los años noventa se producen nuevos cambios en los principales diarios de alcance estatal.

Pero el fenómeno de los suplementos y las páginas especializadas no es ni mucho menos general (valga el juego de palabras). En los pequeños diarios locales es prácticamente inexistente e incluso en los diarios de mayor difusión es todavía un fenómeno limitado. Actualmente, entre los 5 diarios de mayor difusión en el territorio español, el único que mantiene un suplemento semanal específico para cuestiones de salud es el diario *El Mundo* (además de contar con una página diaria especializada en ciencia, en la cual, de nuevo, abundan las informaciones relacionadas con el campo biomédico).

En una reciente investigación basada en los 57 diarios de mayor difusión en España[18] (representativos además de las distintas comunidades autónomas), se observó lo siguiente: *1)* el 33,3% de estos diarios tenía alguna sección periódica dedicada a la ciencia, la salud o la tecnología (el resto afirmó publicar las noticias de esta temática en la sección de «Sociedad» o similares); *2)* el 27% declaró no disponer de ningún redactor especializado en ciencia, salud o tecnología; *3)* entre aquellos que contestaron afirmativamente, el número de periodistas especializados variaba normalmente entre 1 y 4, y llegó a 6 en una ocasión (*La Opinión* de Málaga) y a 10 en otra (en *El Mundo*, que cuenta con una página diaria), y *4)* el 69% de los redactores encargados de cubrir la información científica, médica y tec-

nológica tenía una formación de periodismo, el 25% procedía de otras carreras del ámbito de las ciencias sociales y el 6% de ciencias experimentales.

¿Qué es la actualidad?

Según los datos procedentes del Informe Quiral, el total de textos periodísticos que trataron temas relacionados con la salud y la medicina, entre 1997 y 2004, en los 5 diarios de mayor difusión en el territorio español (*El País, ABC, El Mundo, La Vanguardia* y *El Periódico de Catalunya*) fue de 87.811. Aunque no se disponga de otra cifra para realizar una comparación (p. ej., cuántos textos se publicaron sobre deporte o sobre política), es fácil imaginar que esta cantidad de textos encierra un esfuerzo inmenso: el trabajo del periodista buscando e interpretando la información proporcionada por las fuentes, el esfuerzo de los departamentos de comunicación institucionales, los procesos sucesivos por los que pasa la información desde que se decide qué es y qué no es noticia, la redacción del propio texto, la elaboración de la información gráfica, etc.

En la figura 1 puede verse cómo ha evolucionado el número absoluto de textos publicados anualmente desde 1997, y observarse que el mayor aumento se produce entre 1997 y 1999. Parte de este aumento se explica por el incremento de páginas dedicadas específicamente a salud en los diarios *El Mundo* y *El País*. Por otra parte, también contribuyó a este incremento el gran volumen de información y artículos de opinión que siguieron a grandes noticias del ámbito de la investigación, como la clonación de Dolly, los avances de la genómica (con sus expectativas y sus retos éticos) y el polémico uso de células madre, llevado al terreno de lo político (sin duda, uno de los pocos ejemplos de información de salud que entran de lleno en este terreno).

A pesar de amplio rango temático que aparentemente podría permitir esta cantidad de textos, buena

Figura 1. Evolución en el volumen de información sobre salud en la prensa diaria española. Número de textos publicados en *El País, ABC, El Mundo, La Vanguardia* y *El Periódico de Catalunya* entre 1997 y 2004.

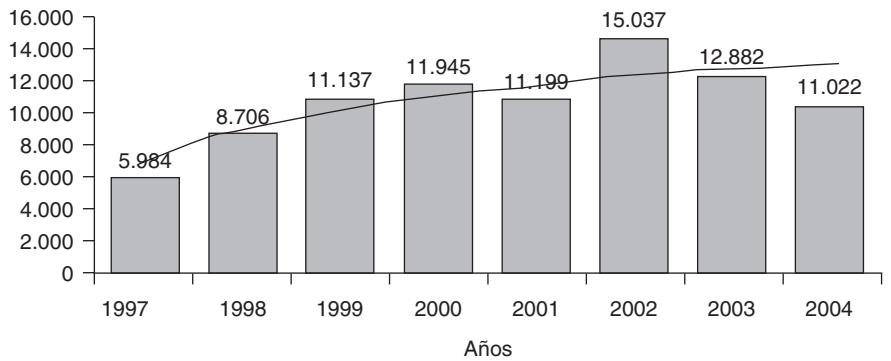


Tabla 2. Temas relacionados con la salud y la medicina con mayor prominencia en la prensa española (1997-2004)

	Columna 1 (genética)	Columna 2 (infecciosas)	Columna 3 (sistema sanitario)	Columna 4 (varios)
1997	Clonación	Vacuna meningitis	Reforma financiación sanitaria	
1998	Clonación		Riesgos sanitarios (caso Maeso)	Eutanasia Viagra
1999		Crisis alimentarias («pollos tóxicos», Coca-Cola…)	Infecciones intrahospitalarias (*Aspergillus*)	
2000	Genoma humano	*Legionella*	Listas de espera	
2001	Células madre	Vacas locas Bioterrorismo		
2002		Sida		Éxtasis
2003		Síndrome agudo respiratorio severo		Ola de calor
2004	Células madre	Gripe aviaria Vacuna de la malaria	Reforma financiación sanitaria (copago)	

Fuente: Informe Quiral.

parte de éstos se concentra en unos pocos temas. En la tabla 2 se resumen cuáles fueron los temas que tuvieron mayor prominencia en la prensa española de mayor difusión entre 1997 y 2004. Se entiende que un tema es prominente cuando, además de ser el motivo de un gran número de textos, se acompaña de noticias de portada, editoriales, apoyo gráfico, un cierto acúmulo de textos en un tiempo relativamente breve (una información que ocupa páginas enteras de todos los diarios durante unos pocos días se recuerda más fácilmente que aquella que se repite a menudo pero de forma discreta). Tal como se aprecia en la tabla 2, los temas más destacados en estos años pueden, a su vez, agrupadorse en: aquellos que tienen relación con los avances de la genética (columna 1); los que se refieren a epidemias infecciosas (columna 2); los que recogen las preocupaciones respecto del sistema sanitario, ya sea en sus dificultades de financiación o bien por los riesgos inherentes a su uso (columna 3) y, por último, un grupo más variado en el que tienen cabida desde fármacos con elevadas expectativas (Viagra®) hasta fenómenos naturales inesperados (ola de calor).

Por otra parte, además de estas «grandes noticias», otros temas tienen una presencia constante en la prensa. Siguiendo la terminología médica, se puede diferenciar los temas que presentan un patrón «agudo» (muchos textos en un tiempo breve) y los de patrón «crónico» (presencia discreta aunque constante a lo largo del año).

Los principales temas «crónicos» que ha seguido la prensa española durante los años del estudio fueron: cáncer, sexualidad y reproducción, sida, drogas (incluido el tabaco), trastornos mentales y cuestiones relacionadas con la nutrición. Se trata de temas que ya están integrados en la agenda mediática, de modo que cuando se produce un acontecimiento relacionado con alguno de ellos fácilmente encontrarán una ubicación.

El conjunto de estos temas (agudos y crónicos) integra la «actualidad en salud», que tiene muy poco que ver con la realidad sanitaria. La actualidad representa, a lo sumo, aquella parte de la realidad que reúne las 2 condiciones necesarias para ser «noticia»: *1)* contener una serie de valores intrínsecos (tales como novedad, impacto social, impacto emocional, controversia, gran dimensión, proximidad con otro acontecimiento de actualidad, etc.) y *2)* pasar por un circuito de información eficiente (circuitos en los cuales los departamentos de comunicación desempeñan un papel clave). Aquella información sanitaria que no reúne estos dos requisitos tiene muy pocas posibilidades de formar parte de la actualidad, de la información que llega al gran público.

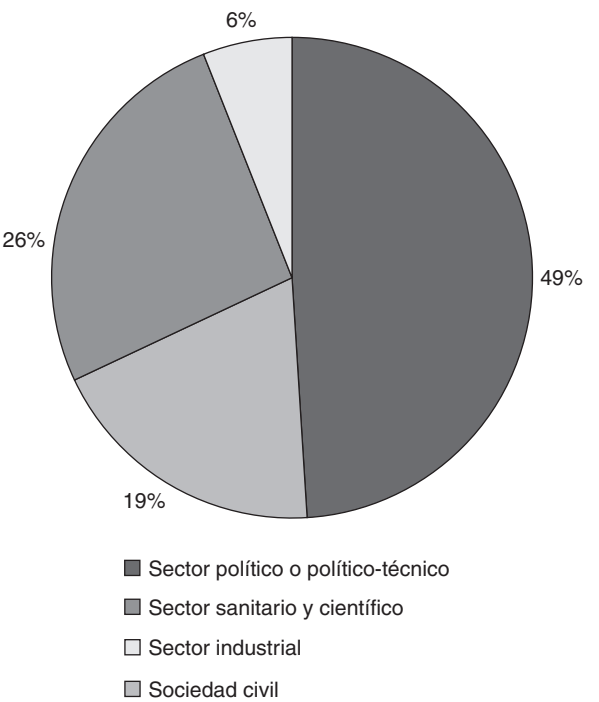
En resumen, la actualidad es más previsible de lo que pueda parecer a simple vista; ciertos temas se repitan año tras año, con pequeñas variaciones. Por otra parte, la actualidad en materia de salud no debe interpretarse como un espejo de la realidad.

Las fuentes y el circuito de la información en salud

Como en cualquier otro ámbito, la información referida a la salud sigue unos circuitos relativamente constantes. De modo muy simple, podría decirse que existe una fuente emisora (p. ej., un equipo de profesionales que quieren dar a conocer los resultados de una investigación), ayudada por una serie de intermediarios (los responsables de los departamentos de comunicación primero, las agencias de prensa, los periodistas que redactan la información en los medios de comunicación, etc.) y, por último, la audiencia. Sin embargo, este camino no es unidireccional sino que constantemente se retroalimenta de los distintos grupos que participan en ella siempre que éstos dispongan de sistemas suficientemente eficientes como para que sus voces puedan ser «oídas».

La figura 2 muestra la distribución de las fuentes de información en la cobertura periodística de los temas de salud y medicina (según datos del Informe Quiral 1997-2004). Estas fuentes se han dividido en 4 grupos, según la procedencia de la persona citada en el artículo: *1)* sector político o político-técnico (fundamentalmente partidos políticos, órganos parlamentarios y de

Figura 2. Procedencia de las principales fuentes de información en los artículos sobre salud publicados en *El País, ABC, El Mundo, La Vanguardia* y *El Periódico de Catalunya* entre 1997 y 2004.



gobierno, ministerios, consejerías y direcciones generales); *2)* sector científico-sanitario (hospitales, centros asistenciales, universidades, centros de investigación, asociaciones profesionales, agencias y organismos sanitarios); *3)* sector industrial (laboratorios farmacéuticos, industria agroalimentaria), y *4)* sociedad civil (asociaciones de pacientes y de vecinos, organizaciones no gubernamentales, abogados de pacientes, medios de comunicación, pacientes y familiares). Los políticos o las personas que ocupan cargos político-técnicos (es decir, cargos de confianza) son el grupo de fuentes sobre el que recae la gran parte de la información en materia de salud (49%). En contraposición, el sector más especializado, a pesar de ser el que mejor debería conocer la información, sólo supone el 26% de las fuentes.

Resumiendo, la información en materia de salud recae a menudo en fuentes poco expertas y muy condicionadas por exigencias políticas. Este déficit es difícil de corregir pues se debe no sólo a la propia estructura de los medios (con poca especialización y ritmos de trabajo precipitados), sino también a la gran desproporción que existe entre los gabinetes de prensa «oficiales» (ministerios, consejerías, etc.) y los «especializados» (centros de salud, hospitales, centros de investigación, etc.). Estos últimos son grandes desconocidos para la prensa general.

Recomendaciones

Dado que los medios de comunicación suponen la principal fuente de acceso a la información en materia de salud de los países desarrollados, si se pretende mejorar la salud de una población se debe garantizar que ésta disponga de medios de comunicación independientes (o como mínimo, plurales) y de calidad. Además, es necesario también fomentar, desde la etapa escolar, una cultura mediática que ayude a la población general a interpretar críticamente la información ofrecida por los medios.

Algunas recomendaciones concretas que deberían facilitar este camino son las siguientes:

1. Establecer plataformas de comunicación y participación entre el sector especializado (sector sanitario, comunidad científica, asociaciones profesionales, etc.) y los medios de comunicación.

2. Fomentar el conocimiento mutuo de las necesidades de cada grupo profesional que interviene en el proceso de comunicación de salud.

3. Desligar al máximo la información en materia de salud de las presiones e influencias políticas, fomentando la participación de especialistas en cada uno de los ámbitos.

4. Crear estructuras de comunicación que permitan una mayor visibilidad de cuestiones sanitarias que actualmente no están alcanzando la prensa. Tanto en lo que se refiere a determinados problemas de salud poco conocidos, como a grupos sociales en situación de marginalidad.

5. Fomentar, desde la etapa escolar, un espíritu crítico en el consumo de la información facilitada por los medios, educando en la búsqueda activa de información de calidad (aprovechando las posibilidades que ofrece actualmente Internet).

Bibliografía

1. Wolf M. Los efectos sociales de los media. Barcelona: Paidós, 1994.
2. Kristiansen CM, Harding CM. Mobilisation of health behaviour by the press in Britain. Journalism Quarterly. 1984;61:364-70.
3. McQuail D. Introducción a la teoría de la comunicación de masas. 3.ª ed. Barcelona: Paidós; 2000.
4. Wilde GJS. Effects of mass media communication on health and safety habits: an overview of issues and evidence. Addiction. 1993;88:983-96.
5. Hertog JK, Finnegan JR, Kahn E. Media coverage of AIDS, Cancer and Sexually Transmited Dieseases: a Test of the Public Arenas Model. Journalism Quarterly. 1994:71:291-304.
6. McCombs M. *Agenda-setting* de los medios de comunicación. México: Universidad Iberoamericana/Universidad de Occidente; 2003.
7. Peiser W. Setting the journalist agenda: influences from journalists's individual characteristics and from media factors. Journalism and Mass Communication Quarterly. 2000:77:243-57.
8. European Union citizens and sources of information about health (Eurobarómetro especial ref.: 58.0) y European, Science and Technology. Eurobarómetros especiales de 2001 (ref:55.2) y 2005 (ref.:63.1). Disponible en. http://europa.eu.int/comm/public_opinion/archives/eb_special_en.htm
9. Science and Engineering Indicators. National Science Foundation, 2004 (NSB 04-01); 2002 edition (NSB 02-01); 2000 edition (NSB 00-1).
10. Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología. Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología en España (2003) y Segunda Encuesta Nacional de la Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología (2004). Madrid: Central de Producción Gráfica; 2005.
11. Observatorio de la Comunicación Científica y Médica. Informe Quiral. [ed 1997 a 2004]. Barcelona: Rubes Editorial; 2004.
12. OJD. Datos públicos de la difusión de los medios escritos españoles, enero 2003-julio 2004. Disponible en: www.ojd.es
13. Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicaicón. Estudio general de medios, octubre 2003-mayo 2004.
14. European Media Landscape. Disponible en: http://www.ejc.nl/jr/emland
15. Benchmarking National Research Policies. European Commision, 2002.
16. De Semir V. What is newsworthy? Lancet. 1996;347:1063-6.
17. Bader RG. How science news section influence newspaper cience coverage: a case study. Journalism Quarterly. 1990; 67:88-96.
18. Revuelta G, Roberts R, De Semir V. Impacto de los medios de comunicación en la percepción pública de la ciencia y la tecnología en España. [Documento de trabajo]. Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología; 2004.