

## Sumario

	<u>Página</u>
PRESENTACIÓN	
<i>María Casado</i> .....	11
INTRODUCCIÓN	
<i>Gema Revuelta</i> .....	15
1. La comunicación en la sociedad-red .....	16
2. El ciudadano de la sociedad-red y la información sobre salud ....	18
3. Informar sobre riesgo y convivir con éste .....	19
4. La información «científica» sobre la vida y la muerte .....	21
5. Una visión de futuro: el negocio de los genes .....	24
Bibliografía .....	25

### PARTE I

#### LA RESPONSABILIDAD DE LOS DIFERENTES ACTORES

##### CAPÍTULO 1

###### SIN INTERMEDIARIOS: CIENTÍFICOS ANTE EL PÚBLICO

<i>Vladimir de Semir y Gema Revuelta</i> .....	29
1. La comunicación directa y el papel de los medios de comunicación .....	30
2. Motivos para comunicar .....	31
3. Relaciones mediadas: científicos y periodistas .....	32
Bibliografía .....	35

##### CAPÍTULO 2

###### AYUDAR A LOS CONSUMIDORES DE SALUD A SER SALUDABLEMENTE ESCÉPTICOS

<i>Gary Schwitzer</i> .....	37
1. El método –o los canales– de comunicación .....	37

	<i>Página</i>
2. El contenido de las noticias o información que se comunica .....	40
3. El intento de influir en el contenido por intereses comerciales .	41
4. Un cambio en la relación médico-paciente .....	42
5. El choque entre intuición y ciencia .....	44
6. Resumen .....	45
Bibliografía .....	46
CAPÍTULO 3	
<b>LA MANIPULACIÓN INFORMATIVA EN BIOMEDICINA DESDE LAS FUENTES EXPERTAS: ESTUDIO DE CASOS EN LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA Y LAS REVISTAS MÉDICAS</b>	
<i>Carlos Elías</i> .....	47
1. ¿Son fiables las revistas médicas? .....	48
2. El investigador médico como fuente .....	50
3. La dictadura de la audiencia: la ciencia nace para ser noticia ....	53
4. De la dictadura de la audiencia a la «ciencia amarilla» .....	54
Bibliografía .....	55
CAPÍTULO 4	
<b>LOS MEDICAMENTOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>	
<i>Gonzalo Casino</i> .....	59
1. La influencia de los medios .....	59
2. Los ingredientes de la buena información .....	61
3. Evaluación de la calidad .....	64
4. La situación en España .....	65
5. Las dificultades de informar .....	66
6. Criterios de publicación .....	67
7. Conclusiones .....	68
Bibliografía .....	69
CAPÍTULO 5	
<b>CONFLICTOS ÉTICOS DE LA COMUNICACIÓN MÉDICA EN INTERNET</b>	
<i>Gema Revuelta y Cristina Aced</i> .....	71
1. Búsqueda de información y relaciones de confianza .....	72
2. La capacidad de discriminación .....	74

	<i>Página</i>
3. Acreditación de confianza .....	75
4. De la «inteligencia colectiva» a la compra de reputación .....	76
5. Periodismo profesional y periodismo ciudadano .....	77
6. Recuperación de la información .....	78
7. Las redes sociales y la privacidad .....	79
8. Cooperación y emergencias en la red .....	81
Bibliografía .....	82

## PARTE II

### IDEOLOGÍA, LENGUAJE E IMPACTO SOCIAL

#### CAPÍTULO 6

##### **LA INTERRUPCIÓN VOLUNTARIA DEL EMBARAZO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: DEMASIADA IDEOLOGÍA**

<i>María Teresa Ruiz Cantero y Carlos Álvarez-Dardet Díaz</i> .....	87
1. Resumen .....	87
2. Salud de las mujeres en los espacios mediáticos .....	88
3. Identificación de las mujeres o ¿qué se visibiliza sobre el aborto en los medios? .....	89
4. Derechos reproductivos: valores en conflicto .....	89
5. Visibilidad y paridad .....	90
6. Asignación de estereotipos: la paciente, la culpable y la heroína ...	91
7. Estereotipos en el lenguaje de las noticias sobre aborto .....	92
8. Conculcación del derecho de toda persona a su propia imagen, intimidad y honor .....	93
9. La ética en las noticias sobre aborto y el empoderamiento de la audiencia .....	94
Bibliografía .....	96
Agradecimientos .....	97

#### CAPÍTULO 7

##### **CÉLULAS TRONCALES EN LA FRONTERA TECNOCIENTÍFICA**

<i>Bartomeu Adrover i Quetglas</i> .....	99
1. Introducción: La república independiente de la célula .....	99
2. Ciencia: la frontera infinita .....	101

	<u>Página</u>
3. Células madre y medicina regenerativa. La tecnobiología de lo posible .....	103
4. El científico en la arena pública .....	107
Bibliografía .....	111
 CAPÍTULO 8	
<b>EL «BEBÉ MEDICAMENTO» O LA REPROGENÉTICA CONVERTIDA EN NOTICIA</b>	
<i>Gema Revuelta y Mar Santamaría</i> .....	113
1. El primer «bebé medicamento» .....	114
2. Las metáforas en la comunicación social de la ciencia .....	116
3. Estableciendo límites a la selección: ¿cuáles son los criterios? ....	117
Bibliografía .....	120
NOTA SOBRE LOS AUTORES .....	123