

DÍA MUNDIAL DEL CÁNCER ¿Cómo se habló del cáncer en los medios en Chile?

Análisis de cobertura en prensa y redes sociales
31 de enero – 7 de febrero de 2026





Volumen y Alcance

El cáncer en la agenda de los medios

287
publicaciones en medios

43%
concentradas el 4 de febrero

63%
en medios regionales

98%
de cobertura orgánica





Formatos líderes

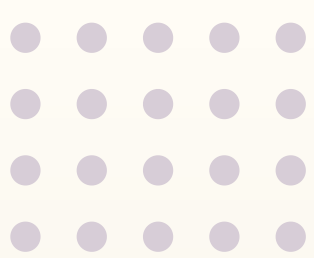
48%
Nota web

21%
Artículo de opinión

17%
TV y radio (entrevistas)

14%
Nota impresa





Qué temas dominaron

Predomina el enfoque de cobertura
educativo y científico.

Ciencia e innovación (84 menciones aprox.)
Avances, estudios, investigación, nuevas tecnologías/diagnóstico.

Prevención y factores de riesgo
Conductas, exposición solar, tabaquismo, hábitos, educación.

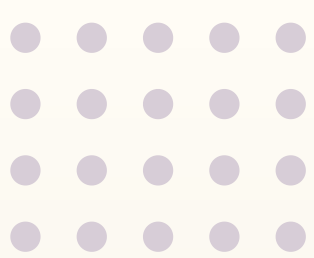
Detección temprana / screening
Mamografías, exámenes, diagnóstico oportuno.

Tratamiento / acceso / sistema
Cobertura, medicamentos, brechas, acceso a terapias.

Datos / carga de enfermedad
Mortalidad/incidencia como contexto.

Historias / experiencia de vida
Testimonios





Tipos de cáncer visibilizados

Selección de temas basado en atractivo noticioso más que por prevalencia epidemiológica.

La cobertura fue mayoritariamente “cáncer en general” (76% publicaciones)

Entre los específicos (24% publicaciones)

- **Páncreas**
- **Mama**
- **Pulmón**
- **Luego: piel, próstata, digestivos, testicular, etc.**



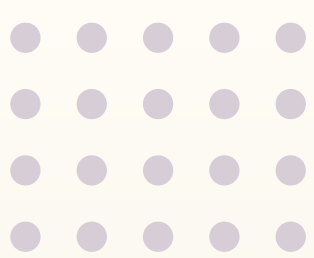


Vocerías y protagonistas del relato

La narrativa se construyó principalmente desde la “autoridad médica/científica”.

- Liderazgo de expertos médicos y científicos
- Participación secundaria de ONG y academia
- Baja presencia de autoridades públicas
- Pacientes con rol testimonial limitado





Señales en RRSS

Redes sociales amplifican la efeméride desde lo **emocional y comunitario**, con fuerte presencia de instituciones y campañas; el contenido es mayormente awareness + prevención, coherente con lo visto en medios.

Temas predominantes

- **Concientización + llamado a informarse/actuar (mensajes “hoy 4 de febrero...”, prevención, controles).**
- **Humanización del cáncer y acompañamiento.**
- **Campañas/alianzas con hashtags y redes de apoyo.**





Conclusiones

La cobertura del **Día Mundial del Cáncer 2026 en Chile** fue amplia, mayoritariamente orgánica y con fuerte presencia regional, liderada por vocerías expertas y centrada en ciencia, prevención y detección, mientras que las redes sociales reforzaron el tono comunitario y de concientización.

La oportunidad clave es avanzar hacia acciones concretas en acceso y equidad mediante una estrategia integral y segmentada.