



Editores
José Luis Terrón Blanco
Carmen Peñafiel
Daniel Catalán
Mar Ramos Rodríguez

Comunicación y promoción de la Salud en la era digital



Este libro refleja las opiniones y hallazgos propios de sus autores, los cuales pueden no coincidir con la opinión de la Fundación Transparencia y opinión.

Los editores no se hacen responsables de las opiniones recogidas, comentarios y manifestaciones vertidas por los autores, como manifestación de su derecho de libertad de expresión.

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea este electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (art. 270 y siguientes del Código Penal).

Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con Cedro a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 45.

© Copyright by
Los autores
Madrid

Imágenes de portada:
Designed by macrovector_official / Freepik
Designed by Freepik

Editorial DYKINSON, S.L.
Meléndez Valdés, 61 - 28015 Madrid
Teléfono (+34) 915442846 - (+34) 915442869
e-mail: info@dykinson.com
<http://www.dykinson.es>
<http://www.dykinson.com>

ISBN: 978-84-1377-416-9
Depósito legal: M-13222-2021

ISBN electrónico: 978-84-1377-541-8

Preimpresión:
Mar Ramos Rodríguez
mramos@nebrija.es

Comunicación y promoción de la salud en la era digital

Editores

José Luis Terrón Blanco

Doctor por la Universitat Autònoma de Barcelona
Profesor Titular del Departament Comunicació Audiovisual i Publicitat
Universitat Autònoma de Barcelona

Carmen Peñafiel

Periodista y profesora del Departamento de Periodismo
Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU)

Daniel Catalán

Profesor del Departamento de Comunicación
Universidad Carlos III de Madrid (UC3M)

Mar Ramos Rodríguez

Profesora de la Facultad de Comunicación y Artes
Universidad Nebrija de Madrid

Prólogo

Martí Domínguez

Prólogo

- De Plinio el Viejo a la infodemia moderna: la comunicación científica en los tiempos de COVID-19. 7
Martí Domínguez

La comunicación digital para la mejora en la atención al usuario

- El giro hacia la centralidad transformadora del paciente en la salud digital: dilemas y retos. 17
Jordi Farré Coma y Anna Sendra Tuset
- E-Health; representaciones sociales, opiniones y prácticas de los profesionales de la salud, Ciudad de Buenos Aires, Argentina. 35
Mónica Petracci
- La comunicación con usuarios con implante de marcapasos de monitorización remota. 53
Antonio López Villega y Daniel Catalán Matamoros

La comunicación en el ámbito de la promoción en salud

- Organizaciones como entornos promotores de salud y sostenibilidad: la ineludible transformación de la cultura comunicativa. 73
Aitor Ugarte Iturrizaga y Hernán Díaz Eichenberg
- El concepto de Empresa Saludable: Los Programas de Salud en el ámbito empresarial en función de los criterios de Responsabilidad Social Corporativa. 93
Milagros Ronco, Carmen Peñafiel y Lázaro Echegaray
- Comunicación intercultural e investigación acción participativa para la atención en salud a comunidades indígenas: una experiencia en la Amazonía colombiana. 115
María Inés Sarmiento Medina, Adriana Ardila-Sierra, Miryam Beatriz Puerto de Amaya, Sandra Lucía Vargas Cruz, Claudia Marcela Velásquez Jiménez, Esteban Antonio Quintana González y Vilma Cenit Fandiño Osorio

La cobertura sobre salud en medios digitales y tradicionales

- El humor como estrategia de comunicación en jóvenes adultos con cáncer: un análisis de caso en Instagram.** 139
Lucía Sapiña y Martí Domínguez
- La Comunicación de anticipación, antídoto contra la difusión de la pseudociencia en internet.** 161
Carlos Cachán-Alcolea, Antonio Vaquerizo Mariscal y Juan Pablo Mateos Abarca
- Las noticias sobre vacunas: perfil de la cobertura periodística en Portugal.** 177
Andrea Langbecker y Daniel Catalán Matamoros
- Twitter y los Trastornos de la Conducta Alimentaria: una revisión bibliográfica en Scopus.** 195
Lydia Steinbrüggen, José Luis Terrón y Miguel Ángel Mayer
- Esclerosis Múltiple: sobre qué se investiga y de qué hablan los medios.** 223
María Angélica Real Serrano y Antonio Eleazar Serrano López

De Plinio el Viejo a la infodemia moderna: la comunicación científica en los tiempos de COVID-19

Martí Domínguez.

Profesor Titular de Periodismo de la Universitat de València

Director de la revista *Mètode Science Studies Journal*

*Tenga cuidado con la lectura de libros sobre la salud.
Podría morir de una errata de imprenta.*

Markus Herz

Comunicar la salud ha sido un elemento decisivo del progreso humano. Comunicar en el sentido de inspeccionar nuestro cuerpo, de analizar sus enfermedades, de establecer conexiones entre prácticas insalubres y brotes infecciosos, y de explicar, al fin y al cabo, nuestra naturaleza animal y nuestra relación con otros seres vivos. Dioscórides, el autor de *Plantas y remedios medicinales*, y el mejor divulgador del *corpus hippocraticum*, escribía en el prólogo de dicha obra: “Te pedimos a ti y a los que lean nuestros comentarios que no miréis el valor de las palabras, sino el cuidado que hemos puesto en las cosas tratadas junto con la experiencia; conociendo la mayor parte de ellas con muchísima exactitud, por haberlas visto con nuestros propios ojos (autopsía)”. Por tanto, el desarrollo del conocimiento médico va intrínsecamente unido a “la experiencia” y a la inspección ocular (“autopsía”), que son al mismo tiempo los fundamentos básicos del desarrollo científico (García Valdés, 1998).

La historia de la medicina (o, como advierte Roy Porter, de “las medicinas”), está hermanada con la comunicación, y tanto Celso, Galeno, Paracelso, Ambroise Paré, o incluso Andrés Laguna, fueron buenos escritores. Al enciclopedista latino Celso, autor de *De arte medica*, lo tildaron como el “Cicerón de la medicina”, tal era la calidad y minuciosidad de sus escritos. A menudo

la materia médica expuesta se acompañaba con una retórica persuasiva que hacía de aquellos textos verdaderos relatos, que en muchos casos recordaban a pasajes de Plinio el Viejo. Cuando Theophrastus Philippus Aureolus Bombast von Hohenheim, más conocido como Paracelso, recomendaba el moho crecido sobre la calavera de un ahorcado para curar una herida de arma blanca, no solo seguía una creencia muy extendida en la medicina renacentista sobre las virtudes terapéuticas de los miembros de este tipo de ajusticiado (Davis & Matteoni, 2014), sino que introducía un elemento literario que divertiría al lector circunstancial y ocioso. Algo así como cuando Plinio escribía sobre los licántropos o Conrad Gesner sobre el pez obispo; existiesen o no, adornaban el relato y ejercían de estímulo literario. Thomas Browne, en su ensayo *Sobre errores vulgares* (1646), un compendio de supercherías y bulos del Renacimiento, ya advertía a sus lectores sobre este tipo de textos, y que “si les damos crédito propendemos a engullir cualquier cosa”. “¿... qué hombre sensato confiaría en el antídoto que nos indica Pierio, en sus *Jeroglíficos*, contra la picadura del escorpión?”, protestaba Browne. “A saber, sentarse sobre un asno de cara a la cola, porque así el dolor abandona al hombre y pasa a la bestia. Sería, me parece, una receta incómoda para una fiebre cuartana...”.

Y, no obstante, esta literatura llena de postilas curiosas hace crecer la comunicación médica y la traslada al lector común. Plinio será leído a lo largo del tiempo, con pasión y divertimento, a pesar de que Nicolás Leonicensino, en *Los errores de Plinio y otros en medicina* (1492), recopiló las numerosas falsedades plinianas. Cuando el padre Feijoo, en su inagotable *Teatro crítico universal*, escribía en contra de la práctica de la sangría, y explicaba que este remedio “si creemos a Plinio y a Solino, aprendieron los hombres del hipopótamo, bruto anfibio, el cual, cuando se siente muy grueso, moviéndose sobre las puntas más agudas de las cañas quebrantadas, se saca la sangre de pies y piernas, y después con lodo se cierra las cicatrices”, lo hacía con tanta gracia y con tal cantidad de detalles que su texto se convertía en uno de los mejores remedios para acabar con dicha costumbre. Así pues, en la comunicación de la medicina existe una relación estrecha con la creación literaria, incluso con la literatura de ficción (autores como George Eliot, Thomas Mann o Ian McEwan, son buenos ejemplos). Y también con el caso contrario, de médicos que se dedicaron a las letras y que hoy en día son más conocidos por su obra literaria que por su pasado como galenos (por ejemplo, François Rabelais, John Keats, Antón Chéjov, Pío Baroja o Céline). Sin olvidar la intrínseca relación de la medicina con el arte: el éxito de Andreas Vesalio, con *De humani corporis fabrica*, que lo hizo famoso y rico, se debió no solo a la calidad de su contenido, sino a la belleza de las láminas anatómicas, a cargo de varios artistas venecianos procedentes del taller de Tiziano, como Jan Stephen van

Calcar. Aun así, Vesalio advertía a sus lectores: “Cuando los médicos más célebres de Italia, a imitación de los antiguos romanos, comenzaron a desdenar el trabajo manual y transfirieron a los esclavos las curas que juzgaban necesarias para sus pacientes [...], entonces el arte médico se fue a la ruina”. En efecto, el éxito extraordinario de su obra también fue consecuencia de haberlo visto “con nuestros propios ojos” (Farrington, 1936).

De este modo, la comunicación de la salud ha ido unida a las grandes conquistas humanas y se ha beneficiado de ellas. Del texto clásico, plagado de referencias mágicas y extraordinarias, algunas absolutamente inverosímiles, se ha avanzado a la visión ilustrada y experimentalista, y de esta a una concepción moderna de la enfermedad, basada en la práctica médica más contrastada y exigente. El avance de la medicina y de la comunicación de la salud se han retroalimentado de los grandes progresos tecnológicos, como la invención de la imprenta, y en nuestros tiempos contemporáneos del desarrollo de internet. Las actuales posibilidades de acceso a la información gracias a la red hace pocos años eran absolutamente inimaginables, y el salto cualitativo tan solo es comparable al de la invención de la imprenta, cuando esta fijó los conocimientos en un texto canónico y facilitó su difusión. La primera edición impresa de Galeno, aumentada por los comentaristas árabes, se publicó en 1473, y se realizaron setecientas ediciones hasta principios del siglo XVII. Fue un auténtico *best-seller* del Renacimiento, como también el Dioscórides, renovado con los comentarios de Pietro Andrea Mattioli o del segoviano Andrés Laguna.

La investigadora Elizabeth Eisenstein relacionó la llegada de la imprenta con la potenciación de la publicación en lengua vernácula y con la interacción con el público lector. Con la imprenta, se abandonó progresivamente el latín y se adoptaron las lenguas vulgares, permitiendo el acceso a un mayor número de lectores, que pudo beneficiarse de las recomendaciones sanitarias y terapéuticas expuestas en los libros. Paracelso utilizó el alemán para divulgar buena parte de sus conocimientos, y esto le ayudó a ser leído por el pueblo y a asumir lo revolucionario de sus enseñanzas (Laín Entralgo, 1978).

La popularización de la medicina alcanzó su máximo apogeo durante el siglo XVIII, y el médico suizo Samuel Auguste Tissot, con *Avis au peuple sur sa santé* o *L'onanisme* (que tuvo sesenta y tres ediciones entre 1760 y 1905), se convirtió en una celebridad, que recibía pacientes de toda Europa y que seguían a rajatabla sus controvertidas recomendaciones sanitarias. Entre ellos al hipocondriaco Voltaire, que divulgó sus obras y las discutió con su médico de cabecera, el también célebre doctor Théodore Tronchin. En el año 1768,

Tissot publicó *De la santé des gens de lettres*, donde daba consejos a los literatos para poder conllevar su “intemperancia literaria”, cuyos efectos también había visto con sus propios ojos, y que causaba “la pérdida de apetito, el cese absoluto de las digestiones, una debilidad general, seguida de espasmos, convulsiones y al final de una privación completa de todos los sentidos” (Tissot, 1768). Asimismo, el médico escocés William Buchan, influenciado por Tissot, consiguió con su tratado *Domestic medicine* (1769) un gran eco entre el público anglosajón, aunque sin entrar en temas literarios, como había hecho el médico suizo (Porter, 1992). Catalina la Grande quedó tan impresionada con la lectura de Buchan que le concedió una medalla de oro y le escribió una carta felicitándole por su obra.

Por otra parte, la imprenta facilitó la aparición de revistas seriadas (*Journal des Sçavans* o *Philosophical Transactions*), donde publicar de manera escueta los últimos avances científicos, dotando al conocimiento científico de un método rápido, efectivo y muy dirigido de difusión entre pares. Aunque los contenidos médicos en estas publicaciones eran escasos (alrededor de un 15% en *Philosophical Transactions*), dieron pie a la aparición de revistas especializadas, como *Medicina curiosa*, que puede considerarse la primera revista inglesa de medicina (Colman, 1999). Durante el siglo XIX, con el apogeo de la imprenta, irrumpe una prensa ideológica generalista, en la que progresivamente tuvieron entrada contenidos relacionados con la práctica médica y la salud, y se inicia la publicación de revista especializadas, como *The lancet*, dirigida por el cirujano Thomas Wakley, y cuyo título alude al principal instrumento de este, es decir, al escalpelo.

La comunicación del conocimiento médico se disparó durante la segunda mitad del siglo XX, y en poco tiempo los *mass media* ayudaron a introducir en los hogares múltiples contenidos de salud. Se produjo una pléyade de medios, escritos o audiovisuales, generalistas o especializados, así como la aparición de nuevas revistas de salud, o de “bienestar”, muchas de ellas con contenidos dudosos, y a menudo patrocinados, con dietas milagrosas o tratamientos anticáncer, y con un abuso de prácticas homeopáticas (Peñafiel et al., 2017). La llegada de internet a finales de este siglo agudizó todas estas noticias sensacionalistas, con el agravante de la imposibilidad de filtrarlas y seleccionarlas: frente a los medios tradicionales, en internet no existen los guardabarreras del periodismo (*gatekeepers*) propios de los medios profesionales y cada usuario puede ser emisor de contenidos, a veces claramente sesgados o sencillamente manipulados en aras de una alta repercusión mediática. Por tanto, quizá por primera vez en la historia de la comunicación, la información se ha convertido en un serio riesgo para la ciudadanía, por

su abundancia y potencial peligrosidad. Si las obras de Plinio, Paracelso, o incluso Tissot (sus extravagantes advertencias sobre las consecuencias del vicio de Onán), podían causar algún problema en algún lector en exceso crédulo, la avalancha de informaciones sin contrastar, o sencillamente falsas, que se produce por internet tiene una repercusión importante en amplios sectores de la población (Moldovan-Johnson et al., 2014).

El riesgo de este cambio de modelo comunicativo se ha podido comprobar plenamente durante la pandemia de la COVID-19. La ciudadanía ha podido acceder desde las redes a todo tipo de fuente informativa, desde reportajes con contenido médico y social contrastado, hasta complejos trabajos de investigación, la mayoría de estos últimos publicados en inglés. Sin duda, la diferencia entre la gripe de 1918 (que tan bien describió Josep Pla en *El quadern gris*) y la actual crisis sanitaria ha sido la ingente cantidad de información a la que ha tenido acceso el consumidor, y cómo este podía adoptar sus propias conclusiones a partir de artículos técnicos, e incluso sus propias medidas de protección (como el uso o no de mascarillas). Nunca antes se había producido una situación de emergencia sanitaria de este calibre que fuese seguida de una manera tan masiva por la sociedad, casi a tiempo real.

No obstante, las redes sociales no solo han participado en la difusión de terapias efectivas, sino también en la transmisión de todo tipo de bulos y *fake news*. Hasta el extremo de que algunos estudiosos de la comunicación han hablado de *infodemia*, para definir con este neologismo cómo a la epidemia vírica se le había añadido otra de carácter exclusivamente comunicativo (Zarocostas, 2020). Un exceso de información adulterada o tendenciosa, basada en teorías conspiranoicas o proponiendo falsos remedios, que ha tenido incluso graves consecuencias sobre la salud de las personas. El acceso a internet desde el móvil, y la rapidez con la que se han propagado las *fake news* y otros bulos por los grupos de WhatsApp o por las redes sociales, han contribuido notablemente a esta expansión de la infodemia. Si tradicionalmente los medios de comunicación hacían el trabajo de guardabarreras, y podían filtrar la información de manera que fuese lo más veraz posible (lo que no significa que en ocasiones no propagaran bulos intencionadamente), en nuestra era de la información cada individuo con un ordenador con acceso a internet (o incluso con un simple *smartphone*) se ha convertido en emisor de contenidos, que puede tener su éxito comunicativo en la aldea global.

Asimismo, esta epidemia también ha dejado otras conclusiones interesantes desde el punto de vista comunicativo, como ha sido la reincidencia en

el uso de metáforas bélicas para hablar de la lucha contra el virus. Ya Susan Sontag, en *La enfermedad y sus metáforas* (1980), alertó del error que significaba el uso del lenguaje belicista en el momento de tratar una dolencia. Sontag denunció que el vocabulario que se utilizaba habitualmente para hablar del cáncer era más propio de un conflicto armado que de una enfermedad (“las células cancerígenas invaden”, “colonizan”, “las defensas del organismo”, etc.) y cómo en este léxico bélico se asimilaba la quimioterapia a una guerra química. Todo ello, según su punto de vista, contribuía a estigmatizar ciertas enfermedades y, por extensión, a la persona enferma.

No obstante, en las ruedas de prensa del gobierno español durante la COVID-19, se asimiló reiteradamente al virus con un enemigo físico, y a la ciudadanía con un ejército de aguerridos y disciplinados soldados que, unidos y bajo un solo mando, y bajo una estricta disciplina militar, debía combatirlo. Términos como “trincheras” o “munición” han salpicado la comunicación de la pandemia, no solo en España sino en buena parte del mundo. Hasta el punto de que un grupo de lingüistas españolas, lideradas por la profesora Paula Pérez Sobrino, investigadora de universidad de La Rioja, lanzaron la campaña #ReframeCovid, con el objetivo de promover la búsqueda de metáforas alternativas para esta situación. Un error comunicativo del gobierno español que se ha unido a la credibilidad que algunos medios han dado a los *preprints* depositados en repositorios y que, como ha indicado Juan Ignacio Pérez Iglesias, han alimentado la difusión de nociones erróneas, peligrosas en ocasiones (Pérez Iglesias, 2020).

De este modo, ha resultado muy llamativo, casi desconcertante, cómo los medios de comunicación han repetido modelos comunicativos del pasado, y cómo errores denunciados por la comunidad académica en crisis anteriores (Ébola, vacas locas, aceite de colza, etc.) no han ayudado a mejorar tanto como hubiese sido deseable la comunicación durante este nuevo periodo de alarma sanitaria. En este sentido, los investigadores deberían preguntarse si han hecho todo lo posible para que sus estudios llegasen a los *mass media*, y por qué estos, en situaciones de crisis, reproducen los viejos modelos de siempre, basados más en un criterio instintivo y de la inmediatez que en el resultado de estudios contrastados. En un artículo reciente de nuestro grupo de investigación explicábamos cómo los estudiantes de periodismo tenían un desconocimiento importante de temas relacionados con la salud, en concreto del cáncer, y cómo una parte de ellos incluso daba crédito a determinados bulos y falsedades (Domínguez y Sapiña, 2020). Si los futuros comunicadores, que se supone que están atentos a la veracidad de las fuentes, van tan cargados de mitos y prejuicios, ¿cómo irá el resto?

En este libro, titulado *Comunicación y promoción de la salud en la era digital*, y coordinado por tres reputados especialistas en la comunicación de la salud en España, se presta particular atención a la propagación de la pseudociencia y de bulos de tratamientos médicos, tanto por Twitter como otras redes sociales. También se analiza el uso de Instagram por los enfermos de cáncer en el momento de hablar de sus tratamientos y su relación con los médicos. Asimismo, se popularizan y discuten términos como “pacientes digitales”, “comunicación de anticipación”, “salud digital”, “empresa saludable”, “e-Health, eSalud o tele-salud”. Todo ello aporta una muy interesante y actualizada revisión al estado de la cuestión de la comunicación de la salud en España, con complementos también muy valiosos centrados en Hispanoamérica, que abren vías de análisis a futuros trabajos de investigación.

Ciertamente, desde el mundo académico, es muy positivo que se sigan investigando y denunciando las malas praxis comunicativas, así como proporcionando a los medios de comunicación y a la ciudadanía modelos a seguir. Pero, al mismo tiempo, la comunidad académica debería dar un paso adelante y mostrarse más activa e influyente en los canales habituales de comunicación de masas y en los nuevos medios. No solo debería practicar más la divulgación de sus contenidos, sino que también debería participar en las redes sociales, difundiendo propuestas de calidad y actuando como los modernos guardabarreras de la comunicación médica. Sin duda, muchos de los chismes y patrañas que inundaron internet durante la reciente crisis sanitaria del COVID-19 no hubiesen tenido tanto alcance si los especialistas en la comunicación sanitaria estuviesen más presentes en estos canales. En muchas ocasiones, da la sensación de que el mundo académico se ha quedado anclado en el siglo pasado y que tan solo recurre a las redes sociales para estudiarlas, con la crítica consecuente, pero sin participar en ellas. Por tanto, quizá, sea hora de que también entone el *mea culpa*, y actualice los cauces de divulgación de su investigación, y busque ser más activo en la aldea global comunicativa.

Porque, paradójicamente, en la era de la información, el riesgo de una noticia falsa en salud está más accesible que nunca. Parafraseando al médico alemán Marcus Herz, amigo de Kant y Lessing, se podría decir: “Tenga cuidado con la lectura de tuits sobre la salud. Podría morir de un *fake* de internet”.

Bibliografía

- Browne, T. (1994). *Sobre errores vulgares*. Madrid: Siruela.
- Colman, E. (1999). The first English medical journal: *Medicina Curiosa*. *The Lancet*, 354, 324–326. DOI: 10.1016/S0140-6736(98)11102-9
- Davis, O., & Matteoni, F. (2014). 'A virtue beyond all medicine': The hanged man's hand, gallows tradition and healing in eighteenth- and nineteenth-century England. *Social History of Medicine*, 28(4), 686–705. DOI: 10.1093/shm/hkvo44
- Domínguez, M., & Sapiña, L. (2020). From sweeteners to cell phones—Cancer myths and beliefs among journalism undergraduates. *European Journal of Cancer Care*, 29, e13180. doi.org/10.1111/ecc.13180
- Eisenstein, E. (1991). *La Révolution de l'imprimé à l'aube de l'Europe moderne*. Paris: La Découverte.
- Laín Entralgo, P. (1978). *Historia de la medicina*. Barcelona: Salvat.
- Moldovan-Johnson, M., Tan, A. S. L., & Hornik, R. C. (2014). Navigating the cancer information environment: The reciprocal relationship between patient-clinician information engagement and information seeking from nonmedical sources. *Health Communication*, 29, 974–983. DOI: 10.1080/10410236.2013.822770
- Farrington, B. (1936). *Science in Antiquity*. London: Thornton Butterworth Ltd.
- Feijoo, B. (1968). *Teatro crítico universal*. Espasa Calpe. Madrid.
- García Valdés, M. (1998). Introducción. En Dioscórides, *Plantas y remedios medicinales (De materia medica)*. Madrid: Gredos.
- Peñafiel, C., Camacho Markina, I., Aiestaran Yarza, A., Ronco López, M., & Echegaray Eizaguirre, L. (2014). La divulgación de la información de salud: Un reto de confianza entre los diferentes sectores implicados. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, 135–151. DOI: 10.4185/RLCS-2014-1005
- Pérez Iglesias, J. I. (2020). Los males de la ciencia en tiempo de COVID-19. *Mètode*, 106, 3.
- Porter, R. (1992). *The popularization of medicine (1650-1850)*. London and New York: Routledge.
- Sontag, S. (1980). *La enfermedad y sus metáforas*. Barcelona: Muchnik.
- Tissot, S. A. (1768). *De la santé des gens de lettres*. Lausanne: Grasset et comp.
- Zarocostas, J. (2020). How to fight an infodemic. *The Lancet*, 395, 676. DOI: 10.1016/S0140-6736(20)30461-X