

PRENSA VASCA Y ALIMENTACIÓN: UN ANÁLISIS CUANTITATIVO (2014)

Flora Marín Murillo

Universidad del País Vasco

José Ignacio Armentia Vizuite

Universidad del País Vasco

Elena Olabarri Fernández

Universidad del País vasco

Resumen

La información sobre los alimentos y sus relaciones con la salud y la estética son un reflejo de esta sociedad narcisista y consumista. Al mismo tiempo el concepto de seguridad alimentaria, se va imponiendo en la agenda política y mediática, alcanzando una protagonismo especial en momentos de crisis.

El objetivo de este trabajo es analizar cuáles son las temáticas que en el ámbito de la alimentación ofrece la prensa vasca, su diferente peso según los medios, y la relevancia que se concede a cada una de ellas. Para ello se han analizado los siete diarios publicados en el País Vasco: *El Correo*, *El Diario Vasco*, *Deia*, *Noticias de Gipuzkoa*, *Noticias de Alava*, *Gara* y *Berría*; así como las ediciones locales de dos diarios de tirada nacional: *El País*, y *El Mundo*.

Otros datos cuantificados han sido los géneros periodísticos utilizados y la modalidad de las informaciones atendiendo a los tipos de actualidad que abarcan: actualidad reciente, actualidad prolongada y actualidad permanente.

Los resultados de este análisis cuantitativo esclarecen de forma notable la verdadera relevancia de la alimentación en la agenda temática de la prensa vasca, y sus preferencias en cuanto a las temáticas y géneros seleccionados.

Esta comunicación recoge algunos de los resultados de una investigación en curso dependiente del Ministerio de Economía y Competitividad (MINECOR 14/P12).

Palabras clave: Seguridad alimentaria, alimentación, prensa vasca, agenda setting, encuadres temáticos.

Abstract

Information about food and its relationship with health, nutrition and aesthetics are a reflection of this narcissistic and consumerist society. At the same time the concept of

food security is becoming prevalent in the political and media agenda, reaching a special role in times of crisis.

The aim of this work to analyze what are the themes that in the field of food offered by the Basque press, the different weight according to the media, and the importance accorded to each of them are. For this we have analyzed the seven newspapers published in the Basque Country: *El Correo*, *El Diario Vasco*, *Deia*, *Noticias de Gipuzkoa*, *Noticias de Alava*, *Gara* y *Berría*; as well as local editions of two national newspapers.

Other quantified data have been journalistic genres used and the type of information in response to current rates that include: recent events, now prolonged and ongoing today.

The results of this quantitative analysis significantly clarify the true significance of food in the thematic agenda of the Basque press, and their preferences for the topics and genres.

This paper covers some of the results of an ongoing investigation under the Ministry of Economy and Competitiveness (MINECOR 14/P12).

Key-Words: Food safety, nutrition, Basque press, agenda setting, theme frames.

1. Introducción

En las sociedades desarrolladas la alimentación se ha convertido en un tema de creciente interés y motivo de atención constante por parte de los medios de comunicación. Mientras que una gran parte de la población mundial está realmente afectada por los problemas derivados de la accesibilidad y disponibilidad de los alimentos (*food security*), las sociedades desarrolladas están más interesadas en la seguridad alimentaria (*food safety*). Aunque este concepto encubra de manera eufemística para Caparros (2015), el verdadero problema del hambre y la desnutrición:

“Ninguna persona que tenga regularmente ese acceso piensa en seguridad alimentaria; sólo lo hacen cuando pueden los que no lo tienen. De ahí que la idea operativa no es la seguridad alimentaria, sino su opuesto. Inseguridad alimentaria es uno de los eufemismos más tristes en un tiempo de eufemismos tristes” (Caparros, 2015: 30).

Sin embargo, el *Libro blanco sobre Seguridad Alimentaria* (2000) dejó bien claro que el objetivo era proteger la salud de los consumidores de los países desarrollados

“La UE ha de basar su política alimentaria en la aplicación de los tres componentes del análisis del riesgo: determinación del riesgo (asesoramiento científico y análisis de datos), gestión del riesgo (reglamentación y control) y proceso de comunicación sobre el riesgo”.

En este sentido, las crisis alimentarias que en España han tenido lugar en los últimos años: Síndrome del aceite tóxico (SAT) (1981); EEB. Vacas Locas (2000); Benzopirenos en el aceite de orujo (2001); Salmonelosis en el pollo cocinado (2005); Influenza Aviar (2005-2006); la Crisis del pepino-Escherichia coli (2011) y la Crisis de la carne de caballo (2013) fueron objeto de un seguimiento constante por parte de los medios de comunicación.

En el ámbito académico también merecieron estudios pormenorizados que profundizaban en las relaciones entre estas crisis y su cobertura mediática: Francescutti (2003); Quintana (2004); López (2012); Vázquez Gestal y Fernández Souto (2014); Jordi Prades et al. (2014) y Marín, Armentia, Caminos (2015).

Sin embargo, más allá de las situaciones de riesgo o crisis alimentaria que periódicamente irrumpen en los medios de comunicación hay otros parámetros que advierten de los cambios que se están produciendo en esta materia.

Así, en mayo de 2014 el CIS³⁴⁶ a través de su barómetro sondeaba los hábitos en el consumo de alimentos, y constataba que el 70,4% de los encuestados comprobaba habitualmente o algunas veces los ingredientes de los productos alimentarios. Mientras que el 68,7% se fijaba en el origen de los alimentos en el momento de realizar las compras.

Estos son indicadores de la evolución que en los usos y hábitos de consumo se han producido en la sociedad española, donde la preocupación por la inocuidad de los alimentos ingeridos, la calidad de los mismos y su trazabilidad empiezan a no ser ajenos para una gran parte de la población.

Los medios de comunicación han incrementado en los últimos años los artículos dedicados a esta temática, satisfaciendo así las inquietudes de un público que busca en

³⁴⁶ Barómetro del CIS, mayo 2014.

http://www.cis.es/cis/export/sites/default/Archivos/Marginales/3020_3039/3024/es3024mar.pdf

sus páginas no sólo recetas de cocina, sino reportajes sobre el origen de los alimentos, sus valores nutricionales o su incidencia en la salud.

2. Objetivos e hipótesis

Los objetivos que se plantean en este trabajo son varios:

1. Analizar el peso específico de los contenidos sobre alimentación en la prensa vasca y comparar su presencia en cada medio.
2. Estudiar la relevancia otorgada por cada diario a estos contenidos a través del análisis detallado de los recursos formales utilizados a tal efecto, con el fin de conocer su importancia real dentro de la agenda informativa de cada periódico.
3. Establecer cuáles son las temáticas más significativas del ámbito alimentario que aparecen en los principales medios de prensa del País Vasco.
4. Conocer los géneros preferidos por los diarios a la hora de informar sobre la alimentación, así como la modalidad de las informaciones atendiendo a los tipos de actualidad que abarcan.

Estos objetivos responden a la necesidad de seleccionar, describir y categorizar en un primer estadio de esta investigación los contenidos que a posteriori serán objeto de un análisis cualitativo. De ahí, que las hipótesis planteadas en muchos casos no sobrepasen el marco descriptivo:

- a) La atención que cada medio y/o grupo editorial dedica a la información en materia de alimentación es desigual.
- b) Las temáticas que se priorizan son aquellas que responden a los intereses del público, preferentemente aquellas relacionadas con la salud y la nutrición.
- c) El énfasis o relevancia que cada medio otorga a estos contenidos, mediante recursos tales como ubicación en portadas, o apoyo gráfico, varían mucho de un medio a otro y se relacionan casi siempre con temáticas de riesgo o alerta alimentaria.
- d) Los géneros informativos son prioritarios debido a la falta de especialistas y colaboradores que abarquen los géneros interpretativos y de opinión.

e) La mayoría de las noticias responden a un modelo de actualidad inmediata y sólo puntualmente se abarcan temas de actualidad permanente.

3. Metodología

Esta investigación se fundamenta en un análisis de contenido para el que se han estudiado los siete diarios publicados en el País Vasco: *El Correo*, *El Diario Vasco*, *Deia*, *Noticias de Gipuzkoa*, *Noticias de Álava*, *Gara* y *Berría*; así como las ediciones locales de dos diarios de tirada nacional: *El País* y *El Mundo*.

El Correo y El diario Vasco pertenecen al grupo Vocento y Deia, Noticias de Gipuzkoa y Diario de Noticias de Álava al Grupo Noticias.

De estos 9 periódicos sólo *Berría* se publica íntegramente en euskera.

Los datos sobre su difusión se pueden observar en la siguiente tabla:

Tabla I. Difusión de los diarios analizados durante 2014

Diario	Difusión Total	Difusión en el País Vasco
El Correo	77.237	69.846
El Diario Vasco	55.923	53.031
Deia	13.246	12.950
Gara*	-	-
Berría*	-	-
Noticias de Gipuzkoa	4.965	4.820
Diario de Noticias de Álava	3.648	3.614
El País	276.883	7.309
El Mundo	156.172	3.928
Total	588.074	155.498
% de la difusión total de prensa en Euskadi		86,39%
% de la difusión total de prensa de información general en Euskadi		97,18%
<i>Fuente: Noticias de la Comunicación, citando datos de OJD (nº 354, febrero de 2015)</i>		
<i>*Gara y Berría no aparece en los controles de OJD</i>		

El filtrado de las noticias se ha realizado mediante la herramienta de elaboración de dossiers temáticos de actualidad, servicios de clipping y búsquedas de información iPressReview. El resultado de esta criba comprende un corpus total de 1.862 informaciones, es decir una media de 155,3 noticias por mes.

Las áreas temáticas empleadas para clasificar las informaciones se han perfilado teniendo en cuenta los organismos de referencia europeos en esta materia: EFSA (Autoridad

Europea de Seguridad alimentaria) y otras agencias europeas (FSA, ANSES, BfR, VWA, ...), e internacionales, FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación) y OMS (Organización Mundial de la Salud).

Los contenidos se han distribuido finalmente en 6 áreas temáticas: Agricultura, Ganadería y Pesca; Alimentos, Alimentación; Industria Alimentaria; Riesgo Alimentario; Salud, Nutrición y Alergias; Seguridad Alimentaria.

Tabla II. Temáticas alimentarias

Temáticas/alimentaria	Conceptos englobados
SEGURIDAD ALIMENTARIA	Seguridad de los alimentos / Inocuidad de los alimentos / Alimentos seguros / Crisis alimentaria / Alerta alimentaria
RIESGO ALIMENTARIO	Riesgo transmitido a través de los alimentos / Peligro alimentario / Intoxicaciones alimentarias / Toxiinfecciones / Infecciones / Contaminantes biológicos / Bacterias / Virus / Microorganismos / Parásitos / Contaminación alimentaria / Alimentos contaminados / Contaminantes químicos / Contaminantes medioambientales / Contaminación cruzada
ALIMENTOS, ALIMENTACIÓN	Alimentos congelados / Alimentos ecológicos / Alimentos funcionales / Alimentos infantiles / Alimentos precocinados / Alimentos Transgénicos / OMGs / Irradiación de los alimentos / Alimentos listos para su consumo / Nuevos alimentos / pescados / carne / frutas / verduras / lácteos / cereales / legumbres / huevos / aceites / agua
AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA	Salud animal / Sanidad vegetal / Bienestar animal / Sector primario / Sector productivo / Explotaciones ganaderas / Piensos / Nutrición animal / Sector pesquero
INDUSTRIA ALIMENTARIA	Producción de alimentos / Conservación alimentos/ Higiene alimentaria/ Etiquetado de alimentos / Manipulación / Manipuladores de alimentos / Trazabilidad / Aditivos / Edulcorantes / Colorantes / Conservantes
SALUD, NUTRICIÓN, ALERGIAS	Hábitos de consumo / Consumidor / Ingesta alimentos / Dieta saludable / Nutrientes / Enfermedades humanas/ Salud humana / Salud pública / Alergias alimentarias / Intolerancias a los alimentos / Alérgicos/ Alérgenos / Celíacos
Fuente: Elaboración propia.	

A partir de ahí, y teniendo en cuenta la teoría de la Agenda *Setting* (MacCombs y Shaw, 1972) y la Teoría del *framing* (Entmann, 1993; Vreese, 2005; Sádaba, 2001), sobre

todo en lo que se refiere a los encuadres formales se han cuantificado los siguientes atributos: secciones, ocupación espacial, presencia en las portadas y apertura o no de página.

Esta medición dará luz sobre la relevancia que cada uno de los diarios asigna a estas informaciones. El acontecimiento se convierte en algo noticioso, y cada medio informativo a través de los recursos formales seleccionados reconoce su propio interés, y por ende el de los lectores, en el tema previamente seleccionado. La selección es el fundamento de la Agenda *Setting* ya que se parte del presupuesto de que solo lo que se muestra existe. Por tanto la selección previa de la realidad por parte del medio, al margen de los encuadres formales o noticiosos posteriores, supone un paso previo para guiar al lector y dirigir su atención sobre determinados aspectos de la realidad.

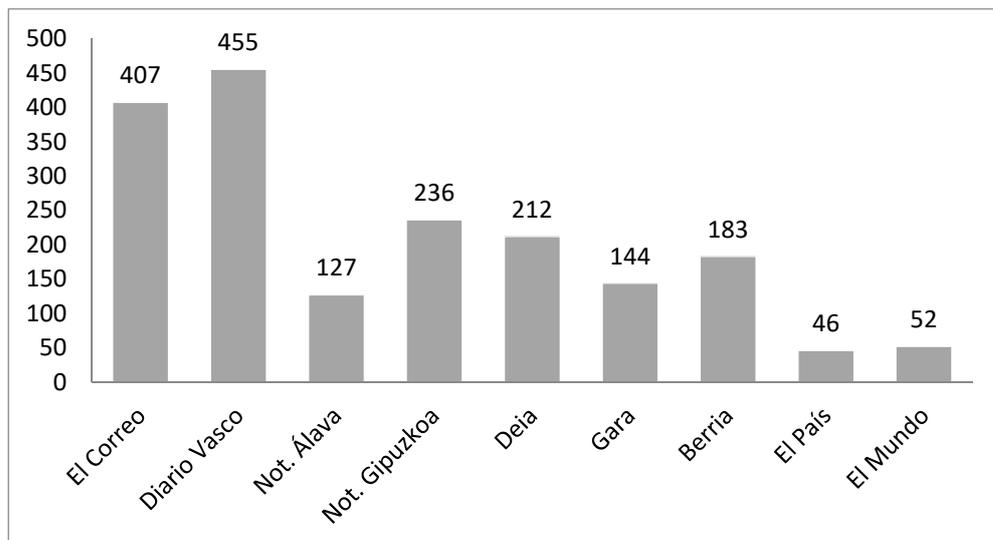
La saliencia o relevancia entronca así con la Teoría del *Framing*, entendiendo que son estos encuadres formales los que dotan en un primer momento al contenido elegido del énfasis preciso.

Los encuadres visuales (Gamson y Modigliani, 1989; Tankard, 2001) el uso de fotografías e infográficos, así como su autoría y el tipo de imagen empleada serán dispositivos reconocidos a la hora de enmarcar los contenidos.

4. Resultados

4.1 Temáticas y relevancia

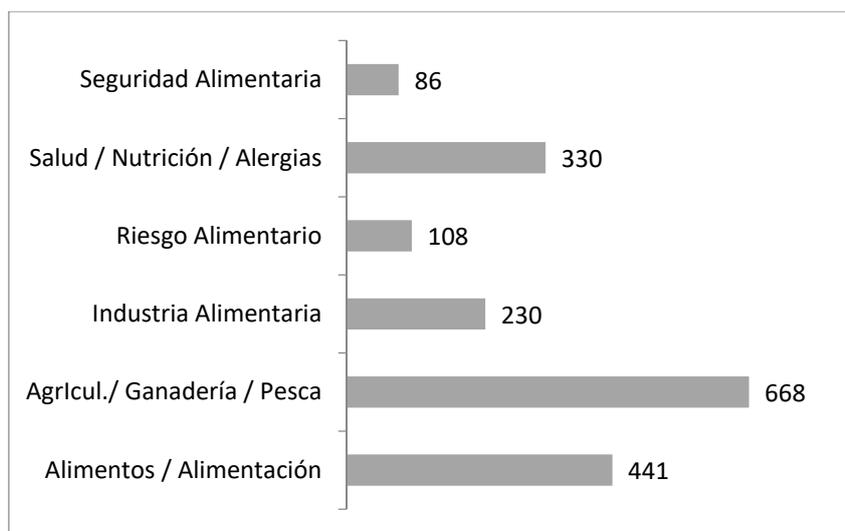
El total de informaciones publicadas, 1862, durante el periodo analizado ofrece contrastes significativos. El grupo Vocento, con *El Correo* y *El diario Vasco* alcanzan un total de 862 informaciones superando sustancialmente al resto de los diarios de la Comunidad Autónoma. Los diarios de tirada nacional se alejan de los de ámbito local con cifras que no superan los 52 contenidos en ningún caso.

Figura 1. Informaciones publicadas por diario (2014)

Fuente: Elaboración propia

El Grupo Noticias, *Deia*, *Noticias de Gipuzkoa* y *Noticias de Alava*, con un total de 575 informaciones se sitúa en segundo lugar seguido de *Berria*, con 183 y *Gara* 144.

En cuanto a las temáticas más relevantes hay que señalar que pese a que el sector primario, Agricultura, Ganadería y Pesca, supone un exiguo 0,77% del producto interior bruto, son los contenidos con mayor presencia en 2014 con un 35,80%. El carácter local de los medios, y la eficaz labor de los gabinetes de prensa de los sectores antes mencionados, junto al peso de la tradición, pueden ser factores que determinen esta sobreexposición temática. En todos los diarios, excepto en *El Correo* y *El Mundo* ocupan un lugar preferente.

Figura 2. Distribución por temáticas alimentarias

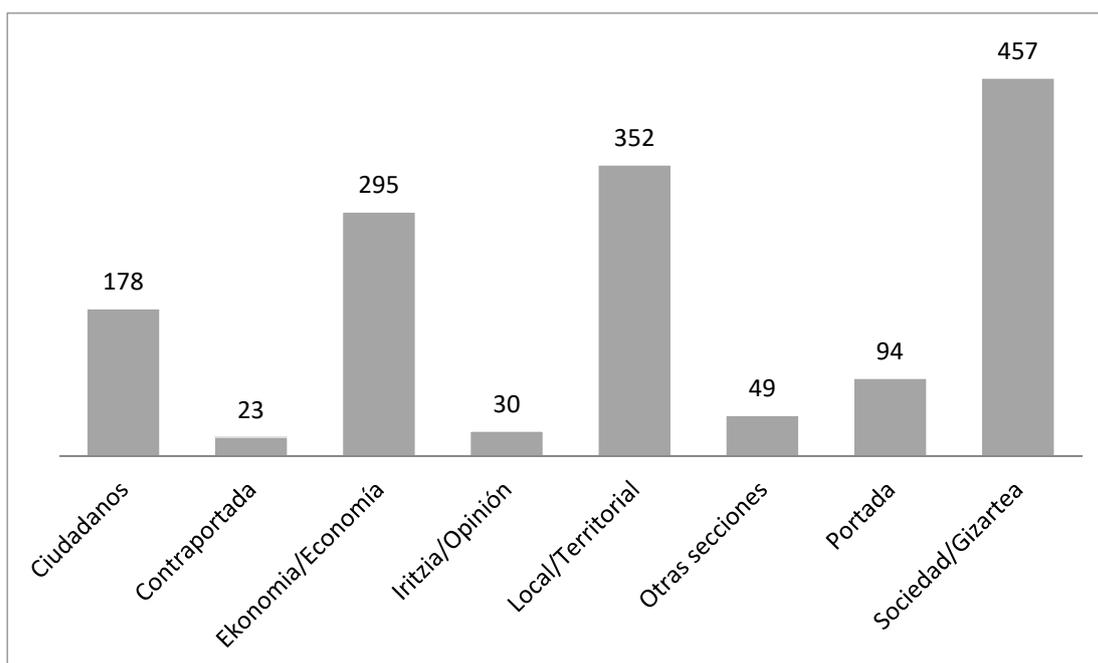
Fuente: Elaboración propia

Alimentos/alimentación y Salud/Nutrición / alergias se ubican en un segundo y tercer puesto, con un 23,60% (441) y 17,70% (330) respectivamente. Estas cifras responden mejor a la creciente preocupación social sobre todos aquellos aspectos relacionados con la salud y la nutrición.

Alimentos/Alimentación es también la temática más importante, en términos cuantitativos, para *El Correo*.

Cada diario organiza sus contenidos en diferentes secciones, utilizando como criterio la cercanía o lejanía geográfica (Local, Provincial, Regional, Estado, Mundo) o la especialización temática (Economía, Cultura, Deportes...). Si bien, en los últimos años, la tendencia a un periodismo de servicios ha dado lugar a otro tipo de secciones ligadas a denominaciones con un carácter más genérico y transversal.

Figura 3. Distribución por secciones



Fuente: Elaboración propia

Dada la diversidad y por una cuestión operativa se han aglutinado los contenidos en 8 grandes grupos o secciones: “Ciudadanos”, “Contraportada”, “Ekonomía/Economía”, “Iritzia/Opinión”, “Local/Territorial”, “Otras Secciones”, “Portada” Y “Gizartea/Sociedad”. Algunos de estos vocablos corresponden a las secciones que utilizan los propios medios, es el caso de “Ciudadanos” (*El Correo*), “Economía, *Ekonomia*” y “Opinión, *Iritzia*”

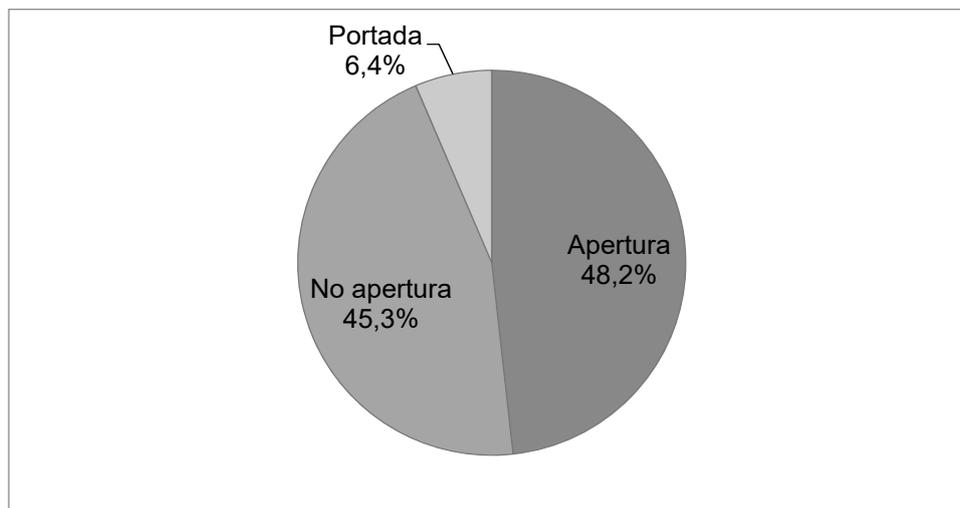
La distribución de las informaciones, 1478, en las diferentes secciones de los diarios desde una perspectiva global ofrece los siguientes resultados: "Sociedad, *Gizartea*" con 457 textos es el más importante, seguido en segundo lugar por "Local, Territorial" con 352 y muy cerca de este último el bloque de "*Ekonomia*, Economía" con 295. El resto de secciones están a considerable distancia de estas tres primeras.

A estas cifras habría que sumar las 384 informaciones publicadas en cuadernillos especiales, es decir el 20,6% del total .

Estos cuadernillos son, editados el fin de semana (*Gaur8 de Gara* o *Igandea de Berria*), aunque en ocasiones se trata de suplementos especiales que aparecen puntualmente (*San Sebastián Gastronómica* de *El Diario Vasco* o *Vinos de Rioja* de *El Correo*).

En las páginas generales las informaciones destacadas en portada son un porcentaje muy escaso, 6,4%, respecto al computo general. La paridad es casi exacta si lo que se mide son los contenidos que abren página frente a los que no lo hacen, con un porcentaje de 48,2% y 45,3% respectivamente.

Figura 4. Relevancia de los textos en páginas generales



Fuente: Elaboración propia

Entre los diarios analizados las diferencias son notables. Aunque los diarios que más informaciones publicaron fueron *El diario Vaso*, con 317 contenidos, y *El Correo* con 291, en cuanto a ocupación de portadas *Deia* encabeza el ranking con 20 textos de temática alimentaria. El Diario Vasco estaría en segundo lugar con 19 portadas.

Berria con un 55,4% es el diario que más veces abre página con estos contenidos, seguido muy de cerca por el *Diario de Noticias de Álava, Deia* y *El País que* también superaron la barrera del 50%.

Los diarios del grupo Vocento, *El Correo* y *El Diario Vasco*, serían los que porcentualmente, respecto al total de los textos publicados por cada uno de ellos, menos contenidos editan abriendo página.

Parece evidente, que son los diarios del Grupo Noticias, y en menor medida *Berria*, los periódicos que más relevancia dieron a lo largo del año a algunas de las noticias publicadas sobre temática alimentaria.

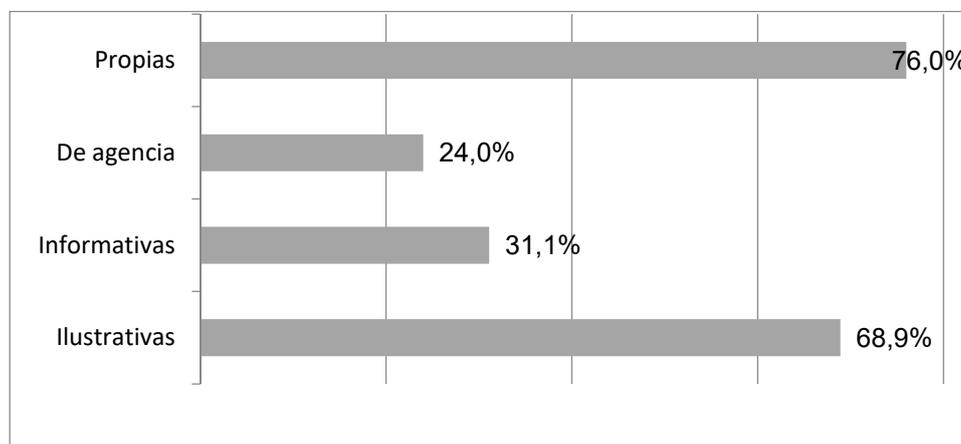
4.2. Recursos visuales

Otro de los parámetros que se tienen en cuenta, además de la ubicación dentro del diario, a la hora de constatar el peso que cada medio quiere dar a los contenidos publicados, es el uso de material gráfico para acompañar a la información.

Las imágenes no sólo ilustran y complementan la noticia, sino que actúan como reclamos atrayendo la mirada del lector/ra hacia los temas que el medio quiere destacar.

Durante el periodo analizado los diarios publican 1.416 ilustraciones sobre 1862 contenidos, que se reparten entre 1.371 fotografías y 45 infografías.

Figura 5. Autoría y origen de las fotografías



Fuente: Elaboración propia

El 76% de las fotos publicadas son de producción propia lo que alerta sobre la disposición de los diarios a hacer un tratamiento personalizado.

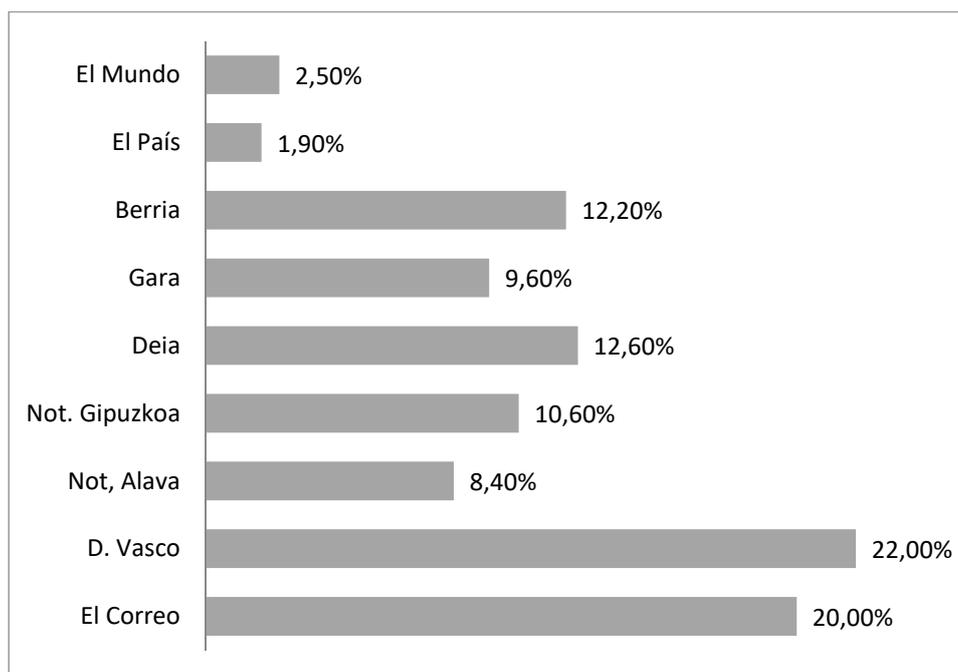
El 24% restante provienen de agencias. Hay que tener en cuenta que el material propio aporta un plus de exclusividad a la noticia frente a las que son suministradas por las agencias, y por tanto compartidas por otros diarios.

Sin embargo son pocas las fotos informativas, un 31,1% frente a las ilustrativas, el 68,9% restante. Las fotos informativas complementan la información y están estrechamente relacionada con ella frente a las imágenes ilustrativas que carecen del componente de actualidad, y suelen ser fotos de archivo, con una relación colateral respecto al tema editado.

Entre los diarios analizados, *El Correo* y *El Diario Vasco*, son los que más fotografías utilizan con un 20% y 22%, respectivamente. Seguidos a gran distancia de *Deia* y *Berria*, con aproximadamente un 12% cada uno.

El total de fotografías publicadas por el Grupo Noticias con un 30,60% del total les situaría en el segundo lugar.

Figura 6. Porcentaje de fotos distribuidas en cada diario

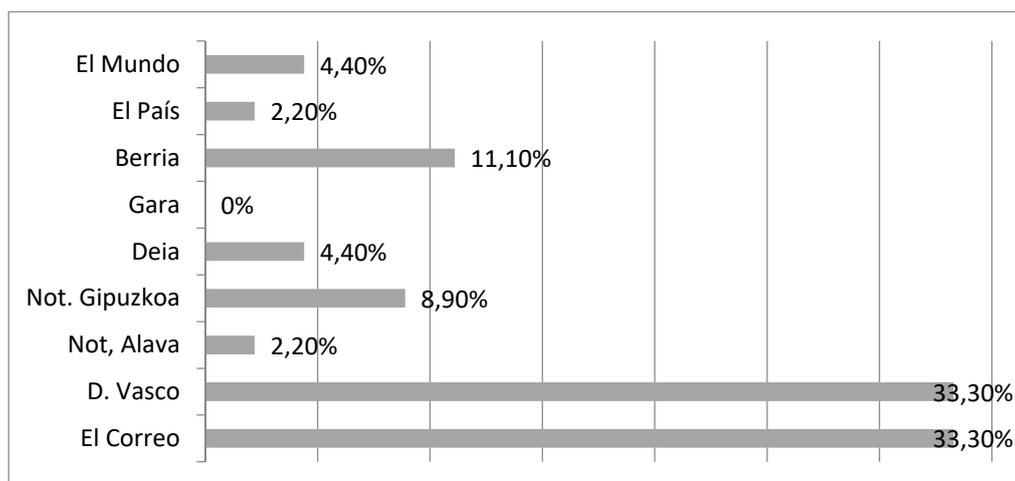


Fuente: Elaboración propia

Si bien el acompañamiento fotográfico resulta muy significativo a la hora de evaluar el interés del medio por un contenido concreto, el despliegue de infográficos acentúa la relevancia asignada a esa información. Hay que tener en cuenta, que el coste de producción de infográficos, requiere que el diario valore con precisión la necesidad del mismo y su oportunidad para explicar el texto.

Por este motivo no es de extrañar que su número, 45, sea comparativamente mucho menos elevado que el de las fotografías, más accesibles y baratas. Algunos diarios, como *Gara*, van a prescindir completamente de ellos durante el año de estudio.

Figura 7. Porcentaje de infográficos distribuidos en cada diario



Fuente: Elaboración propia

Con el mismo porcentaje, 33.30% los diarios del Grupo Vocento, son los más proclives a hacer uso de este material. El resto de los periódicos estudiados recurren a los mismos de manera más esporádica, *Berria* con un 11% y *Noticias de Gipuzkoa* con un 8,90%.

4.3. Tipos de actualidad y Géneros

Los textos publicados se han clasificado en tres modalidades diferentes teniendo en cuenta su relación con la actualidad.

a) Actualidad reciente:

Aquellas noticias que informan sobre hechos que están sucediendo o han sido descubiertos en este momento. Su periodo de vigencia suele ser breve finalizando una vez han sido publicados, como ocurre con los sucesos.

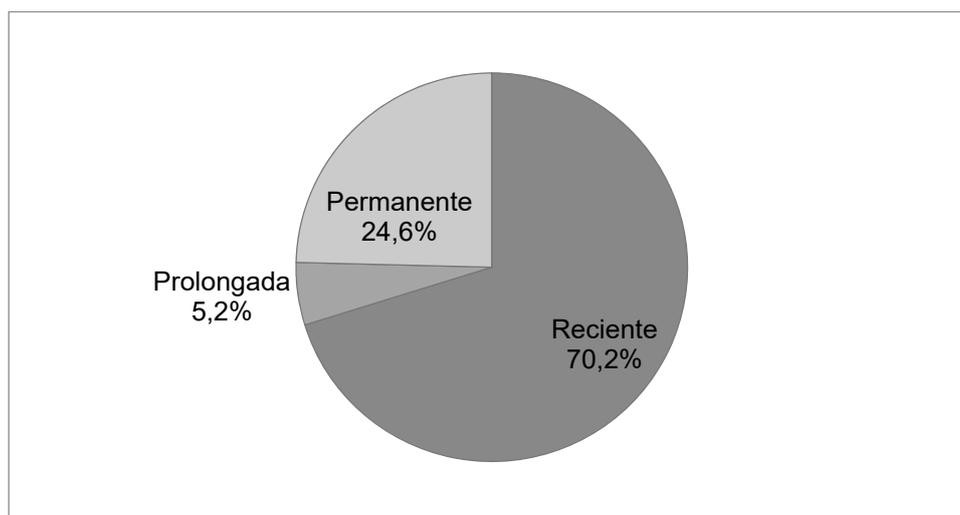
b) Actualidad prolongada:

Las informaciones que conllevan una serie de consecuencias y por tanto no se agotan el día de su publicación (por ejemplo, una alerta alimentaria).

c) Actualidad permanente:

Hay cuestiones que por su repercusión en amplios sectores de la población siempre están de actualidad. Habitualmente afectan a la calidad de vida de las personas. Por ejemplo, la investigación respecto al tratamiento de enfermedades constituye uno de estos temas de actualidad permanente.

Figura 8. Distribución porcentual de los tipos de actualidad



Fuente: Elaboración propia

Las noticias de actualidad reciente son las que mayor presencia tienen en los diarios analizados. Un 70,2% son informaciones cuya perdurabilidad es muy limitada, casi siempre un solo día.

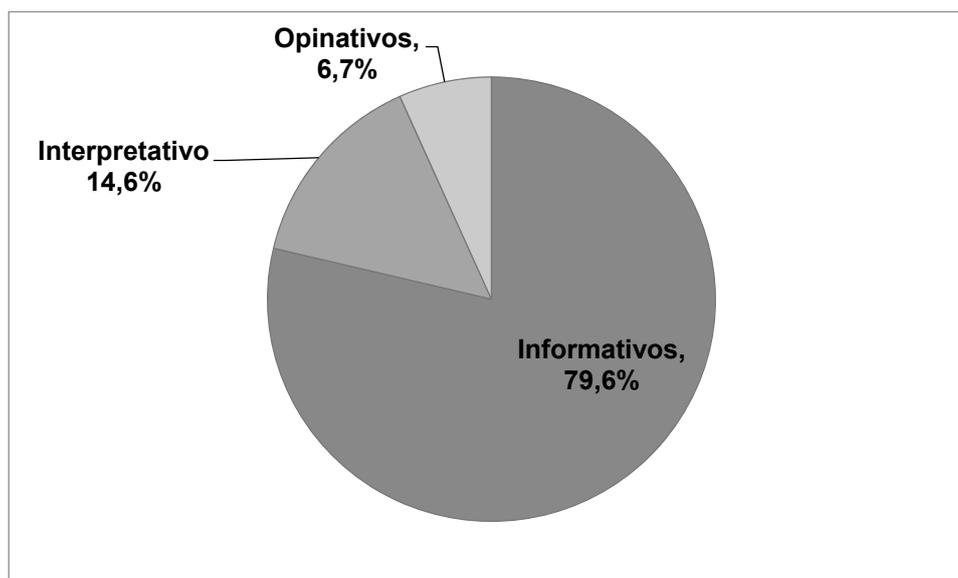
Las informaciones de actualidad prolongada son las más escasas, un 5,2%, y coinciden con algunas alertas alimentarias que se produjeron durante el 2014 y tuvieron un seguimiento de varios días, incluso semanas. Por ejemplo, la crisis generada por el hallazgo de anisakis en la anchoa.

El 24,6% restante es para aquellas noticias de actualidad permanente, informaciones que no están sujetas al componente temporal porque siempre están vigentes. En los casos analizados se suele tratar de entrevistas a expertos en materia de nutrición, alimentación y salud. Generalmente se abordan cuestiones que son de interés social pero no están sujetas a los avatares de la actualidad.

Respecto a los géneros utilizados, el más empleado es el informativo, 78,6%. El tratamiento aséptico y la narración descriptiva, sin connotaciones especiales son características de este género, y la noticia, fotonoticia y el breve sus variantes más comunes.

Del total de textos informativos publicados, el 75,2% son informaciones, el 21,75 breves y el 3,1% fotonoticias.

Figura 9. Distribución porcentual de los géneros utilizados



Fuente: Elaboración propia

Los géneros interpretativos alcanzan un 14,6%, y se distribuyen entre reportajes (52, 2%) y entrevistas (46,7%). Hay que señalar la ausencia de informes y crónicas, así como la aparición de 3 publi - reportajes (1,1%).

Los informes son laboriosos y conllevan la presencia de expertos y referencias estadísticas. Por su parte, la crónica requiere una gran especialización, que desde luego no se percibe en los periodistas que abordan este tipo de contenidos. La ausencia de estos géneros interpretativos en materia alimentaria van en detrimento de la calidad y profundidad de sus contenidos.

Además, del género de opinión se publican 126 textos, 6,7% del total. De estos el 50%,63, corresponden a artículos de opinión y 42,1%, 53, a columnas. Los editoriales y cartas al director conllevan el 7,9% restante.

En cuanto a la distribución de los géneros por diario, hay que reseñar que *El Mundo* es el diario con mayor porcentaje de informaciones 100%, el total de lo publicado en sus páginas. *El Correo* y *El Diario Vasco*, con un 86,2% y 83,5%, respectivamente, le siguen muy de cerca. Sin embargo, ambos periódicos están a la cola en cuanto a géneros interpretativos y de opinión publicados.

Berria con un 24,4% es el diario que más textos interpretativos incorpora a sus páginas, lo que le sitúa por debajo del resto en lo que respecta a los géneros informativos.

En cuanto a los géneros de opinión, en primer lugar esta *Noticias de Gipuzkoa*, con un 15,7% de textos de seguido por *Gara* (13,9%) y *Berria* (12,5%). El segundo bloque, a una considerable distancia del anterior, lo integran *Deia* (4,2%), *El Diario Vasco* (4,2%) y *Diario de Noticias de Álava* y *El Correo* con un 2,4% y 2,7% respectivamente.

Los géneros de opinión están ligados en cada diario a la presencia o no de colaboradores especializados en temas de salud, nutrición y alimentación, en general.

5. Conclusiones

Del análisis anterior podemos extraer algunas conclusiones que tienen un carácter sobre todo descriptivo, pues nos ofrecen información precisa y necesaria sobre la verdadera incidencia de los contenidos sobre alimentación en la prensa vasca durante el año 2014.

Los resultados son los siguientes:

En el año 2014, los 9 diarios del País Vasco analizados editaron un total de 1.862 informaciones. Lo que supone una media de 155,3 noticias por mes.

El grupo Vocento se sitúa en primer lugar con 862 informaciones, seguido de el Grupo Noticias, 577, y a más distancia estarían *Berria* con 183 y *Gara* con 144.

Las temáticas más relevantes son Agricultura/Ganadería y Pesca con 668 inserciones, seguida de Alimentos/Alimentación (441) y Salud/Nutrición (Alergias) con 330. Estos datos contradicen la hipótesis de la que partíamos, intuyendo que los temas de salud y alimentación serían los mas relevantes.

El gran número de contenidos del sector primario, sobre todo en la prensa guipuzcoana, *Diario Vasco*, 150, y *Noticias de Gipuzkoa*, 142, puede estar justificado por el peso de las cofradías de pescadores y armadores en esta zona. Sin embargo, no deja de ser chocante, que suponiendo un escaso 0,7% del producto interior bruto de Euskadi, sea la temática con más contenidos en casi todos los diarios analizados.

La tendencia de la prensa por un periodismo de servicios, y la preocupación latente en la sociedad sobre los componentes nutritivos de los alimentos, el equilibrio corporal y la salud relacionada con una alimentación responsable, justifica el alto número de noticias publicadas sobre estas temáticas.

El Riesgo alimentario, esta sujeto a las situaciones de peligro alimentario, con riesgo evidente para la salud. Su excepcionalidad hace que su número sea poco elevado, pero su

persistencia en el tiempo genera un porcentaje de contenidos que alcanza un 5,8%, superando a las informaciones sobre Seguridad Alimentaria, con sólo un 4,60%.

La distribución en diferentes secciones está muy ligada a los ámbitos temáticos y a los géneros empleados. Así, los contenidos sobre Industria alimentaria se encuentran generalmente en las secciones de Economía, y las temáticas sobre el sector primario en Local/Territorial.

Las portadas no son muy numerosas, apenas 94, un 6,4%. Casi siempre guardan relación con informaciones referentes al sector pesquero, o a coyunturales crisis o alertas alimentarias. *Deia* es el periódico que más temas alimentarios lleva a portada, 20. Y si bien, el Grupo Vocento es el que más informaciones publica, no destaca por resaltar sus contenidos abriendo página o ubicándolos en la portada.

Sin embargo sí que optan más frecuentemente que otros diarios por acompañar las informaciones con fotografías, suponiendo el 44% de las 1371 imágenes editadas ese año.

Los diarios en general recurren a las fotografías de producción propia, 76% frente a las de agencia, 24%, lo que demuestra un especial interés en la cobertura de estos contenidos. Aunque en un 68,9% de ocasiones se trata de fotos ilustrativas con un componente por tanto más estético y menos apegado a la actualidad.

El uso de infográficos es excepcional, sólo 45, destacando el Grupo Vocento con un 66% de imágenes de estas características. No hay que olvidar lo que estas aportaciones suponen para la comprensión de la información, y los costes de producción que llevan aparejados.

Los géneros informativos son prioritarios, 79,6%, relegando la opinión y la interpretación a un segundo plano. *Berria* es el diario con más textos de opinión, 24,4%, y *Noticias de Gipuzkoa*, 15,7%, y *Gara*, 13,9%, son los que más contenidos interpretativos publican.

Este déficit en la opinión e interpretación, intuimos que tiene que ver con una falta de especialización, y una ausencia importante de fuentes expertas. Esta hipótesis trataremos de refrendarla en investigaciones posteriores.

En cuanto a la modalidad de actualidad, las de información reciente son las de mayor peso en los diarios, 70,2%, las de actualidad permanente suponen un 24,65, quedando un 5,2% para aquellos contenidos de actualidad prolongada. Estos últimos suelen coincidir con temáticas de riesgo y/o seguridad alimentaria.

Como se puede observar las informaciones de temática alimentaria han pasado en los últimos años a formar parte de la agenda temática de todos los medios de comunicación. El interés social creciente por estos temas, que en muchos casos afectan a la salud y el bienestar de la población exigen una mayor especialización y una cobertura coherente y precisa por parte de los medios de comunicación.

Las investigaciones académicas en este ámbito deberían ir encaminadas a propiciar y sugerir estrategias y recursos para una comunicación responsable.

6. Referencias bibliográficas

- De Vreese, C.H. (2005). "News framing: Theory and typology. Information Design" *Journal+Document Design* 13 (1), 51-62.
- Entman, R.M. (1993). "Framing: toward clarification of a fractured paradigm". *Journal of Communication* 43 (4), 51-58.
- Francescutti, P. (2003). "Vacas locas" y comunicación del riesgo: un análisis de la prensa española. *Política y Sociedad* 40 (3), 153-187.
- Gamson, W.; Modigliani, A. (1989). "Media discourse and public opinion on nuclear power: a constructionist approach". *American Journal of Sociology*, vol. 95, pp. 1-37.
- Quintana, Y. (2004). *Sociedad, Consumidores y Medios de comunicación social*. Madrid: CEACU.
- López Villafranca, P. (2012). "Los encuadres sanitarios en prensa española: El caso de la gripe A y la bacteria E. Coli". *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, No 4, vol. II. 221-246.
- Marín, F; Armentia, J.I; Caminos, J.M (2015). "De lo global a lo local: el encuadre de la crisis de la carne de caballo en la prensa vasca". *Communication&Society*, Vol 28 (3), 29-50.
- McCOMBS, M. y SHAW, D. L. (1972), "The Agenda-setting function of the mass media". *Public Opinion Quarterly*, nº 36, pp. 176-187.
- Prades, J., Farré, J. & Gonzalo, J.L, (2014). Journalists and bloggers. Professional identities and practices in food/risk benefits communication in Spain. *Communication & Society /Comunicación y Sociedad* 27(1), 1-21.
- Sádaba, M.ª T (2001). "Origen, aplicación y límites de la Teoría del encuadre (framing) en comunicación", *Comunicación y Sociedad*, vol. XIV, nº 2, pp.143-175.
- Tankard, J. (2001). "The empirical approach to the study of media framing" en S.D. Reese, O.H. Gandy y A.E. Grant (Edts). *Framing Public life*. Mahwah, Nj: Lawrence Erlbaum, pp.95-106.
- Vázquez Gestal, M., Fernández Souto, A.B. (2014). "La gestión comunicativa de la actividad mediática entre España y Alemania en el contexto de la crisis de los pepinos". *Historia y Comunicación Social* 19, 153-165.