

Publicaciones del sector alimentación y bebidas análisis de artículos en la prensa digital española

The publications on the food and beverage sector: an analysis of the articles in the spanish digital press

María-José Vega Intriago

Universidad Complutense de Madrid
marveg05@ucm.es

Vanessa Izquierdo González

Despacho Sagardoy
vig@sagardoy.com

Olívia Pestana

Faculdade de Letras - Universidade do Porto
opestana@letras.up.pt

Resumo

La evolución de los medios de comunicación ha permitido el fácil acceso a la información que a su vez, ha generado la necesidad de crear contenidos con cierta agilidad y promover un estado de opinión constante. Dicha tendencia afecta especialmente al sector de alimentación y bebidas que se encuentra inmerso en atender exigencias de sus grupos de influencia y en especial, de un consumidor final interesado en conocer hábitos o recomendaciones alimentarias denominadas saludables.

La presente investigación se centra en evaluar el rigor científico que avala las publicaciones de los periódicos digitales, El Mundo y El País, durante los meses de Febrero y Marzo 2019, en relación con la industria de alimentación y bebidas y cómo el volumen de dichas publicaciones es un indicador de la importancia que se otorga al aval científico que en todo caso, debe ser exigible en cualquier publicación con incidencia en la

Abstract

The evolution of media has offered people easier access to information, which in turn has generated a need for creating flexible content and providing a platform for expressing opinions. This trend especially impacts the food and beverage sector, which feels a constant pressure to meet the requirements of their influence groups and especially of consumers, who want to be informed about so-called healthy habits and dietary recommendations.

This particular investigation focuses on evaluating the scientific precision that was applied in the publications of the digital newspapers El Mundo and El País during the months of February and March of 2019 in relation with the food and beverage sector and to what extent the number of these publications is an indication of the importance that is being attached to a scientific seal of approval. This scientific approval, in any case, should be demanded in

salud de cualquier lector y en ciertos hábitos de consumo. *any publication which is related to the health and certain consumer habits of readers.*

Palavras-chave: prensa digital, alimentación, divulgación científica, opinión pública. **Keywords:** *digital press, food, scientific information, public opinion.*

1. Introducción

En el ámbito de la alimentación surgen nuevas tendencias e informaciones relevantes por la incidencia que tienen en la sociedad. Algunas de esas tendencias promueven nuevas experiencias en el consumidor, nuevos sabores y texturas al surgir fusiones de estilos e incluso, orígenes o especialidades gastronómicas. La apuesta por la nutrición saludable está presente en la sociedad y asume una importancia cada vez mayor. De hecho, ese interés por productos naturales y saludables se completa con la creación de nuevas experiencias en el consumidor. Se ponen en valor atribuciones específicas que favorecen el buen funcionamiento del organismo u otorgan un don preventivo respecto a determinadas enfermedades. Tal y como advierte Mintel Consulting (2019) en a lo largo de su informe *Global and Drink Trends*, surge otro especial interés en la sociedad y es la aplicación de la economía circular al sector agroalimentario. Este interés constituye un especial foco en la sostenibilidad de los productos, control del ciclo de vida de los mismos y por tanto, garantías de que todo lo que envuelve el proceso productivo no es una amenaza para nuestro entorno, medio ambiente y recursos naturales que nos ofrece el planeta. De hecho, desde la Asociación Española de Codificación Comercial (2019) recuerdan que el 72% de los consumidores europeos prefieren acceder a productos de alimentación o bebidas que hayan sido envasados en materiales respetuosos con el medioambiente y de manera complementaria hay estudios como el aportado por Baldwin (2015) que reafirman esta inquietud por la sostenibilidad como necesidad.

Según el Barómetro del Mercado de Gran Consumo de IRI (2019) se analizan nuevas tendencias comunes que afectan a cualquier rango de edad y se refiere a la apuesta por productos frescos; como se mencionaba anteriormente, los productos naturales. Aunque en las generaciones más jóvenes se identifica su lealtad a marcas globales o referentes antes que a las locales. Las fuentes de información para este colectivo, denominado *millennial*, se basan en redes sociales, aplicaciones móviles o foros de opinión pero queda en un segundo plano la veracidad de dicha información.

Las tendencias anteriores ya fueron advertidas previamente y con el tiempo se van acentuando o desarrollando en la misma línea que se originaron. Como referencia tenemos a la agencia de inteligencia de mercado, Mintel Consulting (2019) e ICEX (2016) que aseguraban cómo los conceptos de sostenibilidad y origen natural eran claves para definir tendencias en alimentación y bebidas; tendencias que se comunican y avalan a través de marcas.

En relación a la comunicación de una marca se desvelan pilares esenciales al considerar las tendencias digitales. Facilitan un acceso a la información que otorga poder a la audiencia. Se asume que un volumen importante de marcas podría desaparecer para los consumidores sin repercusión alguna para ellos y por tanto, las marcas tienden a ser propiedad de los consumidores. El concepto de *branded content* atiende a lo mencionado anteriormente y se enfatiza al incorporar un valor o un significado

especial a cada marca (Ron, Álvarez & Núñez, 2014). Esas atribuciones específicas que caracterizan a una marca pasan a ser descriptores de los productos y factor de decisión de compra. Por ello, en un entorno preocupado por hábitos alimenticios o de una manera más general, por la salud se han estudiado indicadores que afectan, favorablemente o en detrimento, en la nutrición.

Aunque sean temas considerados de nueva tendencia, toman presencia en los medios de comunicación hace una década y así dejan constancia investigaciones centradas en ese tipo de información. Cómo lo relacionado con la nutrición, efectos en la salud, enfermedades con especial preocupación por las cardiovasculares y seguimientos de los índices de masa corporal resultaban familiares a cualquier lector (Fúster, Ribes, Bardón, & Marino, 2009).

De hecho, se ha evidenciado que la calidad de la nutrición se ve especialmente afectada por entornos de nivel de vida bajos. Por tanto, hay un factor económico que puede promover posibles enfermedades y a su vez, repercutir en la evolución y economía de un país. Dada la importancia de este asunto, el concepto *salud* se reitera en diversos foros y desde la UE se han establecido objetivos específicos en materia de sanidad. Se apuesta por una Red Europea de escuelas promotoras de la salud favorecidas por la Organización Mundial de la Salud. Los objetivos fijados son globales porque tienen impacto en la gestión de recursos socio-económicos o incluso en el medioambiente, además de la salud pero se detecta falta de información sobre la cualificación o definición de los perfiles que tienen la autoridad para dictaminar pautas de conductas favorables para la salud. Tal y como, recuerda Martín-Romo (2012) desde un punto de vista legal e incluso político, el marco institucional exige una responsabilidad en mejorar el entorno y la salud de la población pero falta cierto desarrollo en la articulación e implementación de algunas de esas medidas para garantizar que no surgen conflictos de intereses.

Un medio de comunicación tradicional y aún vigente en nuestras vidas es la prensa que ha evolucionado con versiones digitales con la promoción de contenidos diversos, dinámicos y actuales. Ha sido una manera de acortar tiempos entre noticia surgida y comunicación.

Cuando surgió la potenciación de la prensa local y regional fue porque ofrecían acceso casi inmediato a una información captada prácticamente en primera persona. Esta reflexión es ampliada por Fernández Obregón (1998) señalando que había una proximidad geográfica que facilitaba ese acceso privilegiado a la información y los medios nacionales e incluso, audiovisuales, no estaban preparados para competir en esos términos de accesibilidad y rapidez.

Molina (2012) invita a la reflexión sobre los efectos de la promoción de medios digitales. Considera que surgió una inquietud especial por evitar crear un presente ausente de pasado, sin consideración de aquellas aportaciones individuales o colectivas con incidencia en nuestra evolución como sociedad. Esta reflexión se origina especialmente en lo relacionado con la historia pero es aplicable a otros ámbitos, como las aportaciones específicas del sector alimentación y bebidas, dada la incidencia e impacto que tiene en nuestra sociedad. No deben obviarse publicaciones científicas relacionadas con el sector objeto de estudio en el afán de crear contenidos masivos con recomendaciones que ocultan intereses dispares o provocan desinformación (Buschini, 2016). De hecho, así lo advierten en algunas publicaciones con reconocimiento científico que velan por informar con rigor sobre algunas tendencias alimentarias con incidencia en la salud. Por ello, algunos estudios van a acompañados de este tipo de advertencias o alarmas sobre conflictos de interés (De Backer, 2010).

Un producto que suele estar cuestionado y ofrece debate, es el pan. Un alimento con historia e incluso, evolución *paralela a la historia de la Humanidad* al que se le ha hecho responsable en muchas ocasiones de los problemas de obesidad. Tal y como expone Gil Hernández (2010), *a medida que en nuestra sociedad disminuye su consumo, aumenta la obesidad*. Por tanto, los motivos que originan este problema de salud en la sociedad no residen en un producto o un alimento como es el pan y así lo demuestran los miembros del comité científico del pan que han reflejado en su obra, *Libro Blanco del Pan*. Es un ejemplo de actuación correcta, rigurosa y sobre todo, con aval científico que ofrece información de interés al consumidor. La dificultad es que hoy día el volumen de información es realmente elevado y con los medios de comunicación actuales, se crean nuevos espacios en los que cualquier tema es de opinión pública. De hecho, se advierte sobre una “banalización al ofrecer avances científicos en forma de noticias que tienen más de anecdótico que de otra cosa, sin perspectiva y contextualización” (De Semir, 2003, p. 25). Cabe recordar el estudio de Ruiz & García (2004) por la combinación de ciencia y periodismo. Las conclusiones arrojaban datos sobre cómo habían sido tratados en prensa, durante el año 2002, los avances sobre la clonación y resultaba destacable como el 51% de los textos trataban el tema con un enfoque científico, un 33% adoptaban un enfoque político y un 8% exponían la problemática desde un punto de vista puramente ético.

Una vez más, se evidencia la importancia de combinar alineadamente el periodismo y la ciencia, especialmente cuando surgen temas o problemáticas sociales con estados de opinión constantes.

Uno de los temas que preocupa en la sociedad desde hace unos años y que requiere ese apoyo del periodismo es la obesidad. Actualmente, la obesidad es tratada como un problema social y toma especial relevancia cuando se refiere a la infancia. En este tema adquieren importancia varios factores que no sólo se centran en los alimentos, también se consideran los hábitos y la incidencia que tienen en la propia imagen que la población infantil tiene de sí misma (Neila & Ayensa, 2012).

Al evidenciar tal volumen de problemáticas en relación con la repercusión que tienen la alimentación en la salud de la población, los papeles de organismos oficiales con responsabilidad sobre este asunto participan activamente para mitigar los riesgos a los que la sociedad está sometida. Buenos ejemplos de lo mencionado anteriormente son las actuaciones llevadas a cabo para desarrollar la estrategia de Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad avalada por organismos sanitarios internacionales y nacionalmente, desde la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (2005). Posteriormente, otra actuación destacada que da continuidad a la estrategia anterior y de hecho, se enmarca y desarrolla bajo los parámetros definidos anteriormente es el programa piloto escolar de referencia para la salud, el ejercicio y contra la obesidad, igualmente avalado por la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (2012).

Si se pone foco en prensa escrita, ya hubo un estudio de interés en el que se identificaba que El Mundo fue el periódico que en 2002, más difusión y volumen de textos incluyó en sus publicaciones, en relación con los transgénicos. De hecho, la cuantificación de dichas publicaciones se centra en un 43% El Mundo y un 34% El País (Ruiz & García, 2004, pp. 197-199). En este caso, resulta de interés conocer tanto el volumen de información, aunque sea una temática muy específica que afecta al sector objeto de estudio, como la evidencia científica que avalan dichos textos o publicaciones; por ello, éste será uno de los ejes de trabajo en la presente investigación.

Al mencionar prensa cabe destacar que la española ha tenido y tiene interés para la sociedad pero especialmente, la deportiva. De hecho, el periódico *Marca* es el primer referente en España a pesar de haber caído el volumen de lectores. Otros dos periódicos destacados son: *El Mundo* y *El País*. Para el presente estudio serán una referencia de análisis dado el volumen de noticias relacionadas con la alimentación y las bebidas; especialmente, cuando tiene un efecto en la salud o se relaciona con la misma. Desde el 31 de enero al 1 de abril de 2019, se han detectado 111 noticias relacionadas con el sector alimentación y bebidas.

El Mundo es un periódico español diario fundado en octubre de 1989; publica ediciones nacionales combinadas con las regionales. La edición abierta en internet se denomina *elmundo.es* y aunque no aporta los mismos contenidos que la versión impresa, sí permite su acceso a través de su quiosco virtual. En 2010, ya era uno de los portales web referentes y alcanzó los 26 millones de usuarios según la oficina de justificación de la difusión, en adelante OJD.

El País, periódico español diario, fundado en 1976 aunque en ocasiones, se confunde con otro periódico que tuvo vigencia entre los años 1887 y 1921. En el año 1996 se lanzó su versión en internet y durante los años 2002 y 2005, quedó suspendido del control de la OJD por concurrir unas faltas.

En todo caso, se advierte que tanto El País como El Mundo, en papel, redujeron su volumen de ventas en 13% y 11%, respectivamente en el mes de Marzo 2018 (OJD, 2018). En cambio los medios digitales toman mayor presencia y la información se torna más global lo que genera mejor posicionamiento de la prensa digital.

Por tanto, disponer de visibilidad y suficiente información sobre la tipología de noticias relacionadas con alimentación y bebidas que pueden repercutir en la salud de la población puede facilitar algunas decisiones al desarrollar un análisis de contenidos más profundo de lo habitual.

2. Hipótesis y objetivos

El desarrollo de la investigación tiene por objeto de estudio aquellas noticias relacionadas con la alimentación y las bebidas, publicadas en dos periódicos de referencia en España. La hipótesis en la que se centra el trabajo es que a mayor volumen de publicaciones relacionadas con el sector de alimentación y bebidas, la prensa digital omite avales científicos de interés para el lector. Por tanto, la influencia en el lector y a su vez, consumidor de alimentos y bebidas merma su rigor en las decisiones que tienen que ver con su alimentación, atendiendo por consecuencia a otros intereses.

Como objetivo general, el trabajo se centra en analizar el grado de soporte científico que presentan los artículos de prensa digital, de El Mundo y El País, relacionados con el sector alimentación y bebidas. Para ello, se recurre a un alcance temporal delimitado en los meses de Febrero y Marzo de 2019. La consulta diaria de dichas todas las publicaciones y un análisis de las mismas es lo que permite completar los objetivos. De hecho, la lectura de cada texto publicado tiene por objeto identificar el grado de correlación entre las publicaciones de ambos periódicos, detectar referencias científicas que soportan cada artículo, cada prensa digital y qué organismos oficiales reconocidos refuerzan argumentos publicados. Otro objetivo de especial interés es la medición de frecuencia de las publicaciones ya que siendo un sector con incidencia en toda la población se puede poner en valor el

espacio que dedican prensas digitales de referencia española y el tipo de repercusión que tienen en la sociedad y componentes o miembros del sector de alimentación y bebidas.

3. Metodología

Se trata de una metodología de análisis que combina enfoques cualitativo y cuantitativo. En base a datos del Observatorio de Justificación de la Difusión se han consultado diariamente los periódicos digitales de muestra, El Mundo y el País, para seleccionar aquellas noticias relacionadas con el sector de la alimentación y bebidas. Una vez seleccionadas las noticias se han clasificado por temáticas y agrupado en base a ellas.

La lectura detallada de cada una de las noticias ha requerido la identificación de fuentes de información y análisis de las mismas. Se tiene en cuenta a lo largo de cada análisis el interés generado por demostrar si existe un aval científico en cada publicación, un argumento sólido que justifique determinadas afirmaciones.

La identificación de las fuentes de información ha permitido una clasificación de las mismas y por tanto, establecer diferencias entre aquellas que tienen un reconocimiento oficial, científico y aquellas, que no ostentan dicho reconocimiento.

Adicionalmente, se ha completado el análisis con una investigación sobre las autorías de cada publicación. Dicha investigación permite detectar experiencia y formación de aquellos que firman los artículos. Es decir, se identifica cómo la trayectoria, histórico, formación y experiencia de la autoría puede ofrecer alguna relación de interés o factores a considerar con artículos del sector alimentación y bebidas. Se ha recurrido a la red de perfiles profesionales denominada LinkedIn y a la detección, en internet, de otras publicaciones firmadas por los mismos autores objeto de estudio.

4. Desarrollo de la investigación

Las publicaciones relacionadas con el sector alimentación y bebidas atienden a temáticas diferentes por lo que es recomendable realizar una clasificación por contenidos. Cuando se hace la clasificación se atiende a la lectura del texto completo y este aspecto es destacable porque en ocasiones, un titular puede parecer encajar en una temática y al leer el contenido, realmente se refiere o tiene cabida en otra temática. Requiere especial atención este criterio de clasificación porque para realizarlo con rigor y homogeneidad, ha sido necesario leer detalladamente todas las noticias. Por tanto, para realizar el análisis se han agrupado las noticias en cuatro grupos etiquetados bajo las siguientes denominaciones: comercial, evolución del sector, crisis, salud alimentaria. Cada una de dichas etiquetas atiende a una denominación y engloba unos contenidos. Por tanto, resulta de interés atender a las siguientes descripciones.

Para la primera etiqueta denominada comercial se integran las publicaciones que promueven un tipo de consumo o práctica alimentaria con un enfoque de venta. Hacen mención a las prácticas o hábitos de alguna persona popular, destacan el interés de alguna receta o ponen en valor la gastronomía de alguna zona geográfica en concreto. En todo caso, siempre está presente el enfoque comercial y de venta.

La segunda etiqueta, evolución del sector, destaca la información numérica o previsiones sobre el negocio, incluyendo actuaciones de innovación. La tendencia económica del sector, el volumen de exportaciones, compra-venta entre los componentes del sector, ampliación de actividad de negocio a través de franquicias e incluso, la activación de ERE o ampliación de almacenes por incremento de producción tienen acogida en este bloque. Adicionalmente, se tiene en consideración la inclusión de otros aspectos que representan un indicador de la evolución del sector e incluso, posicionamiento del mismo, como puede ser la variedad de productos españoles y su reconocimiento en el mercado, apuestas y tendencias para promover la alimentación y bebidas españoles en determinados canales y destinos como por ejemplo, hospitales.

Respecto a la tercera etiqueta denominada, crisis, expone una situación de conflicto directa o indirectamente para el sector ya sea por negligencias, tendencias de negocio o incluso, cambios legislativos. Los orígenes de las crisis son variados y en alguno de los artículos la repercusión o afección de la crisis afecta a una determinada tendencia del sector, a alguna persona defensora de dichas tendencias e incluso, de manera más habitual al negocio o sector en sí mismo. Conflictos europeos como el Brexit o normativa de etiquetado afectan a prácticamente todo el mercado y generan cierta incertidumbre en el sector. En ciertos casos, las compañías deben adaptar sus procesos y estrategias de negocio a nuevas situaciones; líneas de ejecución y directrices que requieren tiempo y no atienden a cambios inmediatos porque en el fondo la adaptación implica la colaboración de un grupo estratégico en cada compañía. Otro motivo de crisis, más habitual y temido en el sector objeto de estudio, atiende a la inocuidad de los alimentos y bebidas. Las alarmas sanitarias, la detección de contaminación de alimentos y la retirada de determinados productos de los lineales de superficies comerciales son informaciones soportadas en las publicaciones y tienen un especial interés para cualquier lector porque los afectados engloban a toda la población. En este bloque se incluyen las recomendaciones y alarmas de la OCU porque generan replanteamientos en las empresas pertenecientes a la industria de alimentación y bebidas.

Por último, la cuarta etiqueta es salud alimentaria. Este bloque engloba aquellas recomendaciones que promueven hábitos saludables y bienestar. Son destacables las recomendaciones sobre hábitos o rutinas que favorecen la salud así como identificación de componentes e incluso, envasados, con incidencia en salud. Por otra parte, también toma especial relevancia el interés por la atribución de propiedades de determinados alimentos. Este aspecto está referido a la potenciación de cualidades como la memoria o ayuda al proceso inmunológico del organismo a través del tipo de alimentación.

La presentación de resultados se centra en cada fuente utilizada para posteriormente obtener una visión global. Cada publicación ha tenido alguna referencia a alguna fuente o bien, se puede identificar el autor/a lo que permite realizar un análisis. Las fuentes de información de cada publicación han sido analizadas y agrupadas. Se presta especial atención a aquellas fuentes que tienen un reconocimiento científico u oficial y por ello, en la lectura de cada artículo el análisis se centra en contenido y fuentes de información. La lectura detallada de cada noticia ha permitido identificar diferentes fuentes y referencias lo que genera la necesidad de distinguir las que tienen un reconocimiento científico y las que proceden expertos que dada su experiencia o titulación ofrecen un punto de vista para reforzar algunos enfoques o afirmaciones publicados. En contraposición, también se identifican aquellas fuentes sin reconocimiento científico ni aval experto reconocido.

El análisis se desarrolla en base a la lectura de cada artículo para posteriormente identificar factores que permiten fusionar los resultados de ambas prensas digitales.

5. Resultados

En el periódico digital El Mundo, durante el 31 de enero y 1 de abril de 2019, se presentan un total de 70 publicaciones relacionadas con el sector objeto de estudio y atendiendo a su contenido se ha podido realizar la siguiente clasificación que respeta la establecida anteriormente en *definición de criterios*.

En primer lugar se identifican las noticias del bloque denominado comercial. Sólo dos noticias están avaladas por expertos reconocidos. En un caso se trata de la Cooperativa Vinícola de Europa y en el otro, Asociación Española de Ciudades del Vino.

En segundo lugar, se identifican las pertenecientes a evolución del sector. Cabe destacar que las cinco noticias detectadas en este bloque con aval científico están relacionadas con la innovación como detallan sus titulares a continuación: *Así es el primer whisky fabricado 100% en un laboratorio, Innovaciones para mejorar el sistema de alimentación y dieta en los hospitales, Cómo mejorar la alimentación de los astronautas, Sin aguarlos, vinos con menos alcohol y Un proyecto tecnológico para que el recipiente cerámico ayude a elaborar vino de alta calidad*. Este bloque de publicaciones se complementa con otras siete noticias avaladas por expertos aunque no sean consideradas referentes científicos o reconocidos como tal.

Respecto a las relacionadas con la tercera etiqueta, crisis, se centran en incidencias o nuevas legislaciones en Portugal, Barcelona, País Vasco, Ibiza y mención al Brexit.

Por último, en el bloque de salud alimentaria destacan por frecuencia, 11 noticias que recurren a la palabra *adelgazar* por lo que se promociona esa finalidad.

Al proceder con un análisis que combine temática de la noticia y tipo de fuente de información, se obtienen los siguientes resultados.

Tabla 1. Tipología de publicaciones en el Mundo durante los meses de Febrero y Marzo de 2019.

TIPOLOGÍA DE PUBLICACIONES EN EL MUNDO (31/01/19-1/04/19)	COMERCIAL	CRISIS	EVOLUCIÓN SECTOR	SALUD ALIMENTARIA
Nº publicaciones avaladas con referencia científica	-	5	5	9
Nº publicaciones avaladas por expertos	2	1	7	13
Nº TOTAL PUBLICACIONES	9	12	27	22

Fuente: Elaboración propia

En total, 19 publicaciones están avaladas con referencias científicas. Ninguna noticia incluida en la etiqueta comercial ha incluido un aval científico. Aspecto que resulta de interés al detectar que en el resto de etiquetas, hay un volumen más destacado con aval científico; especialmente, aquellas noticias referidas a salud alimentaria.

El volumen de referencias científicas asciende a 23 y se enumeran en la siguiente tabla, en orden alfabético. Al analizar las referencias sólo se detecta una revista científica en contraposición con las universidades o centros de investigación especializados. Aunque todas las referencias resulten válidas, la representación de diversas fuentes de información científica no están representadas por igual, o con un volumen similar.

Tabla 2. Referencias científicas de las publicaciones extraídas de la prensa digital, El Mundo.

REFERENCIAS CIENTÍFICAS DE LAS PUBLICACIONES EXTRAÍDAS DE LA PRENSA DIGITAL, EL MUNDO
1 Agencia Europea de Seguridad Alimentaria. Beatriz Robles, experta en tecnología de los alimentos.
2 Agencia Europea de Sustancias Químicas
3 AIMPLAS. Technological Institute of Plastics.
4 AINIA Centro Tecnológico.
5 Brigham and Women's Hospital de Boston
6 Centro de investigación de biología y biotecnología marinas experimentales UPV/ EHU
7 Colegio de Oficial de Dietistas y Nutricionistas
8 Comité de la Consellería Valencia bajo la dirección de la catedrática Dolores Corella
9 Escuela de Salud Pública de la Universidad de Harvard
10 FAO. Organización de Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura
11 Fundación Británica de Nutrición. Bridget Benelam
12 Instituto Ciencias de la Vid y el Vino
13 Instituto de Salud Global de Barcelona, impulsado por La Caixa. Investigadora Léa Maitre.
14 Instituto de Salud Pública de Oporto
15 Instituto de tecnología de cerámica de Castellón
16 Instituto Tecnológico de Kalshure
17 Investigación criminal y policía judicial País Vasco
18 OMS. Organización Mundial de la Salud.
19 Publicaciones en International Journal of Cancer y Nature
20 Servicio de Pesca Marítima del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
21 Universidad de la Rioja
22 Universidad de Viena. Investigador hepatólogo Phillipp Schwabl
23 Universidad Miguel Hernández de Elche

Fuente: Elaboración propia

Adicionalmente se detectan 23 noticias de El Mundo que están avaladas por expertos en la materia pero no han sido consideradas referencias científicas porque sólo se menciona la opinión de una persona o institución sin categoría científica o bien, no se hace mención al estudio o investigación que refuta las afirmaciones de la publicación.

Si se profundiza en más detalle sobre las noticias que no tienen referencia científica o aval de experto, se detectan 28, repartidas entre las tres primeras etiquetas propuestas: comercial, evolución del sector y crisis. Quedan fuera de este análisis las noticias de salud alimentaria a pesar de ascender a 22.

Tabla 3. Tipología de publicaciones en El Mundo, sin referencia científica.

TIPOLOGÍA DE PUBLICACIONES EN EL MUNDO (31/01/19-1/04/19)	COMERCIAL	CRISIS	EVOLUCIÓN SECTOR	SALUD ALIMENTARIA
Nº publicaciones sin referencia científica ni aval de expertos	7	6	15	-
Nº TOTAL PUBLICACIONES	9	12	27	22

Fuente: Elaboración propia

Con un enfoque más detallado se detectan aspectos comunes de las noticias según la etiqueta o bloque en el que se incluyen. Las noticias incluidas en comercial son 7 y se centran en advertir sobre tendencias veganas, recomendaciones de restaurantes o bien, recetas, compartir características de la gastronomía japonesa y alicantina. En el bloque de crisis se detectan 6 noticias y se relacionan con la incidencia de la legislación en la evolución de algunas compañías del sector. Se hace especial mención a la legislación contra el alcohol y la promoción de alimentos ecológicos en guarderías. Y por último, en evolución del sector destacan 15 con cierta variedad de enfoque. Se informa sobre la reducción del coste de la cesta de compra y lo combina con situaciones específicas de negocio de Coca-Cola, Día, Eroski. También se hace mención y se pone en valor la labor del Banco de Alimentos y la promoción de los festivales de cerveza.

De las 70 noticias procedentes de El Mundo se han identificado 37 autores como personas físicas y 13, como instituciones o siglas que suelen representar a agencias, en su mayoría o instituciones locales: EFE, Elmundovino, EFE Castellón, FCINCO Madrid, AFP, Europa Press Bilbao, El Mundo Valencia y XB Valencia. De los 37 autores identificados como personas físicas, no se localizan en LinkedIn a 11 de ellos.

Durante el periodo considerado, en el periódico digital El País, se han detectado 41 publicaciones que han sido analizadas respetando los criterios fijados relativos a fuentes de información: referencia científica con un detalle específico sobre las que se sustentan en revistas científicas, avales expertos por hacer referencia a profesionales del sector y en último lugar, sin referencia científica o aval de expertos.

Al considerar temáticas, toman especial relevancia las pertenecientes a los bloques de *Salud Alimentaria* y *Crisis*.

Se procede con la lectura de las noticias de El País para identificar y enumerar las tipologías de fuentes; al igual que se ha realizado anteriormente con las publicaciones de El Mundo.

Tabla 4. Tipologías de publicaciones en El País, con referencia científica.

TIPOLOGÍA DE PUBLICACIONES EN EL PAÍS (31/01/19-1/04/19)	COMERCIAL	CRISIS	EVOLUCIÓN SECTOR	SALUD ALIMENTARIA
Nº publicaciones avaladas con referencia científica	-	12	7	15
Nº publicaciones avaladas por expertos	-	1		1
Nº TOTAL PUBLICACIONES	3	13	9	16

Fuente: Elaboración propia

De las 41 noticias, 34 tienen una referencia científica avalada por alguna de las siguientes entidades incluidas en la tabla. Se enumeran 38 referentes científicos y son frecuentes aquellos referidos a instituciones o centros de investigación, instituciones oficiales e incluso, universidades. Las revistas científicas quedan en un segundo plano aunque están presentes en el listado.

Tabla 5. Referencias científicas de las publicaciones extraídas de la prensa digital, El País.

REFERENCIAS CIENTÍFICAS DE LAS PUBLICACIONES EXTRAÍDAS DE LA PRENSA DIGITAL, EL PAÍS	
1 Academia de Nutrición y Dietética Americana	20 Fundación Jiménez Díaz
2 Academia Española de Dermatología y Venereología (AEDV). Lorena Bagazgoitia	21 Fundación Mundial de Nutrición Infantil
3 Agencia Española de Seguridad Alimentaria. Ángel Rodríguez	22 Institut de Salut Alimentaria Barcelona
4 Agencia Europa del Medicamento	23 Instituto de Investigación Sanitaria de Santiago de Compostela. Ana Belén Crujeiras
5 Asociación de Fabricantes de Extracto de Sabor de EEUU	24 Instituto de Investigación y Tecnología Alimentaria de Cataluña (IRTA)
6 BEUC. Monique Goyens.	25 Instituto Madrileño de Investigación, Desarrollo Rural y Agrario (IMIDRA)
7 Centro de Análisis de Evidencia científica de la Academia Española de Nutrición y Dietética	26 Instituto Médico Europeo de Obesidad. Rubén Bravo
8 Centro de Control de Enfermedades de EEUU (CDC)	27 Instituto Nacional de Toxicología
9 Centro de Innovación Gastronómica de la Comunidad de Madrid	28 Investigación de la Sociedad Española de Nefrología. Alberto Ortiz.
10 Centro de Investigación y Formación Agrarias de Cantabria (CIFA)	29 Lobby Europeo Food Drink Europe
11 Centro de Obesidad de la Universidad de Cleveland. Leslie Heinberg	30 OCDE
12 Consultora independiente Latern	31 Protocolos Welfare Quality, validados por AENOR
	Revista científica Journal of Clinical Microbiology 2011, Scientific American, European Journal of Clinical Nutrition, JAMA, Scandinavian Journal of Clinical and Laboratory Investigation, Journal of American College of Nutrition, The American Journal of Clinical Nutrition, Photochemistry and Phobiology
13 Departamento de Nutrición de la Universidad de Harvard	32
	Servicio Extremeño de Salud. Pedro David Quesada, Jose Alfonso Cardenal y Jose Manuel Crespo
14 Dirección General de Sanidad y Seguridad Alimentaria	33
15 Escuela de Medina Mount Sinai	34 Sociedad Española de Cardiología
16 Estudio ANIBES	35 Universidad de Alcalá de Henares
17 Estudio Wanpen Vongpatanasin. Estudio del Corazón de Dallas	36 Universidad de Gotemburgo. Investigadores de la Academia de Sahlgrenska
18 Facultad de Nutrición de la Universidad de Arizona	37 Universidad de Purdue
19 FAO	38 Universidad Politécnica de Valencia

Fuente: Elaboración propia.

Destacan 6 publicaciones por sustentarse en revistas científicas, referencia encontrada exclusivamente en El País. Dichas noticias se enmarcan en:

- Crisis, 2 de ellas relacionadas con una intoxicación y las etiquetas con sabor natural.
- Salud Alimentaria, 4 que se hacen mención a aspectos dietéticos, la dimensión de las raciones y tipología de alimentos recomendables.

Las revistas científicas que avalan las noticias previamente mencionadas son Journal of Clinical Microbiology 2011, American Journal of Clinical Nutrition, Scientific american, Revista Jama, European Journal of Clinical Nutrition, Scandinavian Journal of Clinical and Laboratory Investigation, Journal of the American College of Nutrition, Revista Photochemistry and Phobiology

Si se profundiza en más detalle sobre las noticias que no tienen referencia científica alguna, ni posible consideración como tal, se desglosan en base a procedencia establecida y fijada previamente. La siguiente tabla muestra dicha clasificación.

Tabla 6. Tipología de publicaciones en El País, sin referencia científica ni aval de expertos.

TIPOLOGÍA DE PUBLICACIONES EN EL PAÍS (31/01/19-1/04/19)	COMERCIAL	CRISIS	EVOLUCIÓN SECTOR	SALUD ALIMENTARIA
Nº publicaciones sin referencia científica ni aval de expertos	3	-	2	-
Nº TOTAL PUBLICACIONES	3	13	9	16

Fuente: Elaboración propia.

En el bloque comercial se detectan, 3 noticias y en el relativo a evolución del sector, 2. En este segundo bloque se comunican dos casos que combinan enfoque positivo y negativo de la evolución del sector. Coca Cola lanza producto y apuesta por crecimiento frente a Codorníu que comunica la necesidad de la puesta en marcha de un ERE. Dos compañías pertenecientes al mismo sector que se enfrentan a retos y evolución de negocio contrapuesta.

De las 41 noticias procedentes de El País se han identificado 27 autores como personas físicas y 4, como institución (EFE, Buenavida, EP, El País). Se dispone de visibilidad e información concreta sobre 18 de los 27 autores mencionados. Por tanto, el 66,67% de los autores han sido identificados con detalles informativos de interés respecto a trayectoria, formación o histórico.

Una vez analizadas de manera independiente las publicaciones de cada prensa digital, se procede a presentar un resultado global en el que toma relevancia el volumen de noticias detectadas durante el periodo de observación. Esto permitirá identificar qué temáticas han sido más frecuentes y desde una perspectiva conjunta, cuáles son las características de las fuentes de información y autorías.

Por tanto, al realizar un cómputo global de ambos periódicos digitales, se pueden realizar las siguientes reflexiones.

El mayor volumen de noticias se centra en Salud Alimentaria y Evolución del Sector. De hecho, entre ambas temáticas superan el 66,67% de las publicaciones. De todos modos, todo lo relacionado con salud alimentaria ostenta una posición privilegiada fruto de los intereses actuales de consumo y por tanto, adaptación de la prensa a dicha tendencia. Cuando se hace referencia a contenidos de crisis, las noticias se avalan científicamente en mayor proporción que el resto; de hecho, en el 70,83% de los casos de crisis se avala científicamente. Salud Alimentaria se posiciona en un segundo lugar con un 58,97%. Respecto al soporte científico global, resulta de interés detectar que para un volumen de 41 noticias se ha recurrido a 46 referencias científicas y para un volumen de 70 noticias se ha recurrido a 28 referencias científicas. Es decir, en el primer caso, referente a El País, su volumen de referencias científicas supera incluso el volumen de publicaciones. En cambio, en El Mundo no se sigue la misma tendencia a pesar del gran volumen de publicaciones relativas al sector alimentación y bebidas.

Al fusionar el volumen de publicaciones de ambas prensas digitales se detectan 53 noticias con referencia científica. En valores absolutos, el bloque de salud alimentaria es el más avalado con reconocimiento científico pero en valores relativos que tienen en consideración el volumen de noticias de cada etiqueta, la visión del resultado cambia tal y como se ha destacado anteriormente.

Tabla 7. Resultado global. Tipologías de publicaciones con referencia científica o avaladas por expertos.

TIPOLOGÍA DE PUBLICACIONES EN <i>EL MUNDO Y EL PAÍS</i> (31/01/19-1/04/19)	COMERCIAL	CRISIS	EVOLUCIÓN SECTOR	SALUD ALIMENTARIA	TOTALES
Nº publicaciones avaladas con referencia científica	-	17	12	24	53
Nº publicaciones avaladas por expertos	2	2	7	14	25
Nº TOTAL PUBLICACIONES	12	25	36	38	111

Fuente: Elaboración propia

Respecto a las autorías de las publicaciones, se tiene en consideración que las personas físicas tienen más presencia que las instituciones. Se identifica con claridad el autor y por tanto, se ofrece una claridad y transparencia sobre la autoría. Hay que tener en consideración que en algunos casos las personas físicas que firman un artículo pueden pertenecer a una institución pero optan por darse visibilidad a la persona física. A continuación, se presentan resultados sobre el análisis de las autorías correspondientes a las noticias de ambas prensas digitales.

Tabla 8. Análisis de autores según prensa digital.

	EL PAÍS	EL MUNDO
Nº AUTORES_PERSONAS FÍSICAS	65,85%	52,86%
Nº AUTORES_PERSONAS FÍSICAS IDENTIFICADAS EN REDES SOCIALES	66,67%	70,27%
Nº AUTORES_INSTITUCIÓN O SIGLAS	9,76%	18,57%

Fuente: Elaboración propia

Existe una mayor diversidad de autores en la prensa digital de El País y ofrecen una presencia en LinkedIn superior a los autores de El Mundo. Desde El Mundo se apoyan más en instituciones o siglas que no permiten identificar el autor del escrito o publicación.

Según formación principal o procedencia de los autores se dispone de 58 noticias avaladas por autores con formación o titulación en Periodismo, 3 noticias firmadas por la Dirección General FAO y cubriéndose por El País, 2 noticias cubiertas por expertos en Nutrición, ciencia y tecnología de los alimentos, 48 noticias sin información detallada sobre sus autores aunque 17 de ellas están avaladas por instituciones.

De las 58 noticias publicadas por autores identificados, únicamente 16 están firmadas por periodistas/escritores con formación o experiencia específica en ámbitos relacionados con la alimentación o nutrición lo cual representa un 27,58% de las noticias.

6. Conclusiones

Las temáticas que parecen tomar especial relevancia, independientemente de la prensa digital analizada, son las relacionadas con la *salud alimentaria* y la *evolución del sector*, quedando en tercer lugar las asignadas al bloque de *crisis*. Aunque cabe destacar que el periodo de análisis no se vio afectado por ninguna situación de crisis relevante. De todos modos, para aquellas informaciones

relacionadas con la salud y que pueden provocar cambios de tendencias o hábitos, parece recomendable recurrir a revistas científicas y organismos institucionales, tal y como promueve El País.

Podría afirmarse que no se trata de publicar más volumen de artículos ni disponer de más autores que firmen dichas publicaciones; si el objetivo es garantizar la veracidad de la información, puede ser recomendable disponer de menos publicaciones, con más referencias o avales y firmadas por expertos del sector o periodistas, en función de la especialidad y conocimiento técnico de la noticia. Las fuentes de información son variadas pero cuando se hace mención a aquellas con reconocimiento científico quedan en segundo plano las revistas científicas. Se recurre a instituciones o centros de investigación e incluso, universidades, pero debería potenciarse la presencia de revistas científicas reconocidas.

Por último, es llamativo cómo ambas prensas digitales pueden coincidir en algunas reflexiones o temáticas pero no hay una correlación en las publicaciones. Cada periódico digital ha marcado una ruta de noticias con temáticas, enfoques y problemáticas diferentes.

Referências Bibliográficas

- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CODIFICACIÓN COMERCIAL (2019). *Bebidas alcohólicas. Tendencias que marcan el rumbo*. Recuperado el 28 de noviembre de 2019 de <https://www.aecoc.es/articulos/c84-bebidas-alcoholicas-4-tendencias-que-marcan-el-rumbo/>
- AGENCIA ESPAÑOLA DE CONSUMO, SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN (2005). *Estrategia NAOS (Nutrición, actividad Física y Prevención de la Obesidad)*. Ministerio de Sanidad y Consumo y Agencia de Seguridad Alimentaria. Recuperado el 30 de diciembre de 2019 de http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/publicaciones/boletines/AESANoticias_6.pdf
- AGENCIA ESPAÑOLA DE CONSUMO, SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN (2012). *Actividad física y salud. Guía para familias. Programa PERSEO*. Ministerio de Sanidad y Consumo. Ministerio de Educación y Ciencia. Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición. Centro de Investigación y Documentación Educativa. Recuperado el 14 de diciembre de 2019 de http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/publicaciones/boletines/AESANoticias_6.pdf
- BALDWIN, C. J. (2015). *The 10 principles of food industry sustainability*. John Wiley & Sons, Ltd.
- BUSCHINI, J. (2016). *La alimentación como problema científico y objeto de políticas públicas en la Argentina: Pedro Escudero y el Instituto Nacional de la Nutrición, 1828-1946*. Apuntes v43 n79.
- DE BACKER, G. (2010). *Efficacy and benefits of lipid-lowering drug therapy. the new european guidelines for cardiovascular disease prevention*. Clinica E Investigacion En Arteriosclerosis: Supplement 2, 22, 48-51.
- DE SEMIR, V. (2003). *Medios de comunicación y cultura científica*. Quark: Ciencia, medicina, comunicación y cultura, 28, 22-34. Recuperado el 5 de diciembre de 2019 de <http://quark.prbb.org/28-29/028022.htm>
- FERNÁNDEZ OBREGÓN, F.J. (1998). La prensa periférica española. *Revista Latina De Comunicación Social*, 02(12-23)
- FÚSTER, F., RIBES, M., BARDÓN, R., & MARINO, E. (2009). Análisis cuantitativo de las noticias de alimentación en la prensa madrileña en 2006. *Revista Española De Documentación Científica*, 32(1), 99-115.
- GIL HERNÁNDEZ, A. (2010). *Libro blanco del pan*. Editorial Médica Panamericana.
- ICEX (2016). Un informe revela las tendencias globales en alimentación y bebidas para 2017. Recuperado el 28 de noviembre de 2019 de <https://www.icex.es/icex/es/Navegacion-zona-contacto/revista-el-exportador/noticias/NEW2016676050.html>
- INSTITUTE OF MEDICINE. (2007). *Nutrition standards for foods in schools: Leading the way toward healthier youth*. Washington D.C.: The National Academies Press.

- INSTITUTE OF MEDICINE (2003). *Scientific criteria to ensure safe food*. Washington D.C.: The National Academies Press.
- IRI (2019). *Barómetro del Mercado de Gran Consumo*. Recuperado el 20 de diciembre de 2019 de <https://www.iriworldwide.com/es-ES/Insights/Publications/Barometro-del-mercado-de-gran-consumo>
- MARTÍN-ROMO, J. (2012). *Educación para la salud*. Málaga: Editorial ICB.
- MINTEL CONSULTING (2019). *Global Food and Drink Trends*. Recuperado el 28 de noviembre de 2019 de <https://www.mintel.com/global-food-and-drink-trends/>
- MOLINA, P. (2012). *Espacios de participación para la construcción de la memoria colectiva en la prensa digital española*. Fonseca, Journal of Communication, 5(5), 140-161.
- NEILA, J.P., & AYENSA, J.B. (2012). Estudio de la obesidad infantil y su relación con la imagen corporal en una muestra española. *Psychologia: Avances De La Disciplina*, 6(2), 13-21.
- RUIZ, E.M., & GARCÍA, M.P. (2004). *Instantáneas y paisajes sobre biotecnología en la prensa española. análisis de prensa de tres aplicaciones biotecnológicas en el año 2002: Alimentos y cultivos transgénicos, terapia génica y clonación*. Buenos Aires: Red Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad-CTS, 1(3), 183-219.
- RON, R., Álvarez, A., & NÚÑEZ, P. (2014). *Bajo la influencia del branded content*. Madrid: ESIC Editorial.