

La crisis de la listeria en la carne: Evolución de los encuadres dominantes en *elpais.com*, *lavanguardia.com* y *abc.es*¹

María Flora Marín-Murillo², José Ignacio Armentia-Vizuetes³, Iñigo Marauri-Castillo⁴ y María del Mar Rodríguez-González⁵

Recibido: 17 de enero de 2020 / Aceptado: 9 de noviembre de 2020

Resumen. Durante los dos meses comprendidos entre el 15 de agosto y el 17 de octubre de 2019 se mantuvo activa una alerta sanitaria por listeriosis, causada por la contaminación de productos cárnicos de tres empresas de Andalucía. La crisis trascendió el ámbito andaluz y el 22 de agosto España lanzó una alerta internacional. El presente artículo analiza el tratamiento que *elpais.com*, *lavanguardia.com* y *abc.es* dieron a dicha crisis. Partiendo de la teoría del framing se ha analizado la evolución de los enfoques dominantes en los 425 textos informativos o interpretativos que los tres medios publicaron sobre el tema durante los dos meses mencionados. Asimismo, se ha estudiado la autoría de los textos y las fuentes principales de los mismos. Aunque el encuadre más empleado es el de “Consecuencias” (30%), el “Mitigador” –que busca atenuar la gravedad de los hechos– aparece en un 17% de las ocasiones.

Palabras clave. Listeria; framing; fuentes; riesgo alimentario; periódicos online

[en] The listeria crisis in meat: Evolution of the dominant frames in *elpais.com*, *lavanguardia.com* and *abc.es*

Abstract. A health alert for listeriosis remained active, caused by the contamination of meat products from three Andalusian companies, during the two months between August 15 and October 17, 2019. The crisis transcended the Andalusian sphere and on August 22 Spain launched an international alert. This article analyzes the treatment that *elpais.com*, *lavanguardia.com* and *abc.es* gave to this crisis. The evolution of the dominant approaches in the 425 informative or interpretative texts that the three media published on the subject during the two months mentioned has been analyzed, based on the theory of framing. Likewise, the authorship of the texts and the main sources of them have been studied. Although the most used frame is that of “Consequences” (30%), the so-called “Calm frame” –which seeks to soften the seriousness of the facts– appears 17% of the time.

Keywords. Listeria; framing; sources; food risk; online newspapers

Sumario: 1. Introducción. 2. Antecedentes. 3. Objetivos e hipótesis. 4. Metodología. 5. Resultados. 5.1. Evolución en el número de textos publicados. 5.2. Autoría de los textos. 5.3. Fuente principal de los textos. 5.4. Encuadres destacados sobre la listeria. 5.5. Desarrollo diacrónico de los encuadres dominantes. 6. Conclusiones

Cómo citar: Marín-Murillo, M.F., Armentia-Vizuetes, J.I., Marauri-Castillo, I., & Rodríguez-González, M.M. (2021). La crisis de la listeria en la carne: Evolución de los encuadres dominantes en *elpais.com*, *lavanguardia.com* y *abc.es*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 27 (1), 333-347. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.67128>

1. Introducción

El 15 de agosto de 2019 la Junta de Andalucía decretaba la alerta alimentaria, por un brote de listeriosis causado por el consumo de carne mechada de la marca “La Mechá”, de la empresa sevillana Magrudis, contaminada por la bacteria *Listeria monocytogenes*. Al día siguiente el Ministerio de Sanidad y Bienestar Social ampliaba la alerta a todo el territorio es-

pañol ante la detección de lotes del citado producto en distintas autonomías. Una semana después, el 22 de agosto, España lanzaba una alerta internacional y se confirmaba el positivo por listeria en las máquinas mechadoras de Magrudis. El 6 de septiembre el Gobierno andaluz informaba de una nueva alerta por listeriosis, en esta ocasión causada por carne mechada de la empresa gaditana Sabores de Paterna. Una tercera alerta se producía el 12 de septiembre relacio-

¹ Este artículo está basado en un proyecto financiado por el Ministerio de Industria, Economía y Competitividad (referencia CSO2017- 82853-R); sus autores forman parte del grupo MediaIker de la Universidad del País Vasco (referencia GIU16/08).

² Universidad del País Vasco (España)

E-mail: flora.marin@ehu.es

³ Universidad del País Vasco (España)

E-mail: ignacio.armentia@ehu.es

⁴ Universidad del País Vasco (España)

E-mail: inigo.marauri@ehu.es

⁵ Universidad del País Vasco (España)

E-mail: mariadelmar.rodriguez@ehu.es

nada con el chicharrón de la firma malagueña Montañera del Sur. La crisis fue remitiendo paulatinamente y el 17 de octubre la Junta de Andalucía desactivaba la alerta ante el escaso riesgo de que pudieran producirse nuevos casos.

Durante estos dos meses los medios de comunicación dedicaron una especial atención a una alerta alimentaria que traspasó las fronteras de Andalucía, donde se originó, e incluso de España. De hecho, hubo afectados por el consumo de carne contaminada en países como Alemania.

El brote se saldó con 222 afectados en España –217 de estos en Andalucía–, costó la vida a tres personas y provocó, al menos, siete abortos. Dos de los responsables de la empresa Magrudis, en cuyas instalaciones se detectó la bacteria, ingresaron provisionalmente en prisión, al atribuírseles un presunto delito contra la salud pública y tres supuestos homicidios imprudentes, entre otros cargos.

En el presente artículo se analiza el tratamiento que *elpais.com*, *lavanguardia.com* y *abc.es* dedicaron a esta alerta alimentaria que, comparándola con otras crisis precedentes –como la de los huevos contaminados con fipronil y la del atún con histamina, en 2017, o la del pepino en 2011– tuvo un marcado carácter regional –Andalucía– y una clara limitación temporal –2 meses–.

2. Antecedentes

La forma en que el riesgo alimentario debe ser comunicado y el papel de los medios en su transmisión a los consumidores ha sido objeto de diversos estudios. Ya Beck, en su clásico ensayo sobre la sociedad del riesgo, advertía que “por doquier nos acosan sustancias nocivas y tóxicas, igual que los demonios en la Edad Media” (1998: 82). Según la FAO y la OMS (2016), la comunicación constituye una de las tres etapas del análisis de los riesgos alimentarios. Estos organismos (2015: 119) consideran que la comunicación de riesgos es algo más que la difusión de información y que su principal función debería ser garantizar que toda la información y la opinión requeridas para una gestión eficaz del riesgo se incorporen al proceso de toma de decisiones.

A este respecto, Uelan et al. señalan la necesidad de comunicar información relevante a los consumidores: “For such communication to be effective it is necessary to understand how consumers interpret and use information, and how this impacts on benefit and risk perception” (2012: 74).

Otro aspecto que ha suscitado interesantes reflexiones es dilucidar cómo el público y/o los consumidores perciben este riesgo, pues como ya apuntaba el citado Beck (1998) no es lo mismo el riesgo real que el riesgo percibido. Así, García Gómez concluye que “se debe lograr una percepción del riesgo alimentario por parte de la ciudadanía que sea equilibrada,

coherente, proporcional al contexto general y basada en información científica” (2016: 113).

Cuando estas situaciones de riesgo afectan a la salud pública nos enfrentamos a una crisis, definida por Costa como

aquella situación que ha provocado o se prevé que pueda provocar un peligro para la salud de los ciudadanos, por lo que exige, por parte de las instituciones, una actuación pública intervencionista (mediante protocolos de protección, de seguridad y de vigilancia) y un flujo de comunicación actualizada y constante con la sociedad(2012: 2).

En este flujo comunicativo, como apunta Gutiérrez Calvo (2011: 100), es importante seleccionar los canales de comunicación más adecuados para llegar a la ciudadanía, lo que requiere una planificación previa para definir la estrategia de comunicación más efectiva. Entre estos canales de comunicación, Barnett et al. (2011: 3) llaman la atención sobre el potencial de los nuevos medios sociales de cara a mejorar la comunicación del riesgo alimentario.

Así, Yi et al. (2019), en su investigación sobre la relación de la crisis de la gripe aviar con el precio de los alimentos, explican que la preocupación por la seguridad alimentaria, intensificada por la cobertura de los medios *online*, puede incrementar el impacto económico de los incidentes relacionados con la alimentación.

En este mismo sentido, Kim, Jang & Noh (2018), advierten a los profesionales de la comunicación de la salud que deberían prestar una mayor atención a la influencia de las redes sociales para la atribución de responsabilidad en el contexto de la seguridad alimentaria.

Al mismo tiempo, no se debe perder de vista la responsabilidad de medios e instituciones a la hora de transmitir los riesgos al público, tal y como recuerda Farré (2005: 118). En una línea similar, Jensen y Sandøe (2002) se refieren a las consecuencias de la falta de transparencia en relación con el riesgo alimentario.

Gil Calvo (2006) apunta que, aunque los medios de comunicación son necesarios para dar la voz de alarma ante situaciones de riesgo, en ocasiones su influencia puede resultar un obstáculo para los esfuerzos públicos en su lucha contra dicho riesgo.

Otros trabajos, como el de Tiozzo et al. (2019), se ocupan de las fuentes preferidas por los consumidores. En el caso italiano los autores destacan que dichos consumidores buscan activamente información sobre seguridad alimentaria, lo que revela que esta materia sigue siendo una de sus preocupaciones.

En el ámbito español, López Villafranca (2012) estudia los encuadres de la prensa española en el caso de la gripe A y de la bacteria *E. coli* y recoge la escasa relevancia de las fuentes científicas o sanitarias en esta crisis. En la misma línea, Cámara Hurtado (2009) aboga por contar con comunicadores capaci-

tados y con una mayor colaboración de los medios con los científicos y los expertos de cara a mejorar la comunicación del riesgo en las crisis alimentarias.

Sobre esta última crisis, Vázquez y Fernández (2014) encontraron insuficiente la comunicación institucional que se produjo desde las autoridades españolas. Y, más recientemente, Pérez-Mesa, Serrano-Arcos y Sánchez-Fernández (2019), en su investigación sobre el impacto de las crisis de la horticultura española, subrayan la importancia de los medios de comunicación en las actitudes y percepciones de los consumidores.

Más allá de consideraciones generales, sobre el tema que nos ocupa hallamos investigaciones como la de Boatemaa et al. (2019), que analiza la crisis de la listeriosis en Sudáfrica. Estos autores explican que el mero acceso a la información es insuficiente como forma de comunicar el riesgo, ya que los consumidores reaccionan a menudo de forma imprevista ante los problemas de seguridad alimentaria. Otro estudio sobre la listeria es el realizado por Sun et al. (2019) en relación con la presencia de la bacteria en la carne cocida vendida a granel en China. Los investigadores alertan de que este tipo de carne es una amenaza potencial para la salud pública en China. Siguiendo con esta misma dolencia, Maia, Teixeira y Mateus (2019) indican la necesidad de mejorar la información sobre la listeriosis dirigida a los grupos de alto riesgo.

La crisis de la listeria en España nos sitúa ante la necesidad de conocer no sólo la gestión de la crisis que las instituciones y organismos implicados llevaron a cabo, sino también cómo los medios de comunicación transmitieron y enfocaron la información de la que disponían en aras a prevenir y mejorar la vida de la ciudadanía. Como recuerdan Terzis y Vassiliadou (2004), en una situación de crisis los medios pueden jugar un importante papel, no sólo provocando el pánico, sino también ayudando a la resolución de dicho conflicto.

3. Objetivos e hipótesis

La presente investigación analiza el tratamiento informativo que *elpais.com*, *lavanguardia.com* y *abc.es* dedicaron a la crisis de la listeriosis, provocada por el consumo de carne mechada contaminada. Para ello, se plantean las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Cuántas noticias publicaron los tres medios citados durante los dos meses en los que se prolongó la tesis?
- ¿Qué tipo de autoría se observa en los textos?
¿Predominan las firmas propias o las de las agencias informativas?
- ¿Cuáles fueron las fuentes en las que se basan los titulares de las informaciones?
- ¿Qué encuadres fueron los más relevantes en el tratamiento informativo de cada medio?

- ¿Cuál fue la evolución de estos encuadres?

Sobre la base de estas preguntas, se barajan las siguientes hipótesis.

- H1. La alerta por el brote de listeriosis, detectado en un primer momento en Andalucía, obtuvo un importante eco mediático en los medios analizados.
- H2. Los medios recurrieron mayoritariamente a fuentes gubernamentales, en detrimento de otro tipo de portavoces como la comunidad científica o los afectados.
- H3. Al tratarse de una crisis con víctimas mortales, los encuadres de Consecuencias y Causas fueron los más destacados en todos los diarios analizados.
- H4. Dependiendo del medio, la evolución de los encuadres dominantes durante los dos meses que duró la crisis varía, de lo que se derivan diferentes estrategias comunicativas.

4. Metodología

Para la selección de los textos se ha recurrido a las hemerotecas digitales de *elpais.com*, *lavanguardia.com* y *abc.es*, utilizando las palabras clave “listeria” y “listeriosis”. El periodo de búsqueda ha abarcado desde la semana del 15 de agosto hasta la del 17 de octubre, es decir desde que la Junta de Andalucía activa la alerta sanitaria sobre la carne mechada contaminada hasta que desactiva dicha alerta. En total se han obtenido 442 unidades de análisis. El estudio se ha centrado en los 425 textos informativos e interpretativos, descartando los 17 de opinión.

Los tres medios seleccionados se encontraban en el momento de la investigación entre los 4 ciberdiarios españoles con una mayor audiencia en internet, según datos de ComScore. Concretamente, en agosto de 2019 el número de usuarios únicos de *elpais.com* fue de 19,163 millones, el de *lavanguardia.com* de 17,963, y el de *abc.es* de 17,779. Además, como su nombre indica, se trata de las ediciones digitales de *El País*, *La Vanguardia* y *Abc*, cuyas versiones impresas también figuraron en 2018 entre las 4 más vendidas de España, con 137.552, 96.345 y 74.271 ejemplares, respectivamente, según datos de OJD. Por último, se trata de las publicaciones punteras de 3 de los grupos de comunicación más importantes de España: Prisa, Godó y Vocento.

Se ha procedido a un análisis cuantitativo y cualitativo sobre la muestra obtenida. Como explica Bardin, “la aproximación cuantitativa está fundada en la frecuencia de la aparición de ciertos elementos del mensaje. La aproximación no cuantitativa recurre a indicadores no frecuenciales susceptibles de permitir inferencias” (2002: 87).

Para el estudio de los resultados se han tomado en consideración variables como el número de textos

por quincena, la autoría de los mismos y la fuente que ha proporcionado la información a la que se refiere el titular. Asimismo, se han definido los encuadres más destacados y su evolución recurriendo a la Teoría del *Framing* o del Encuadre.

La tarea de encuadrar fue descrita por Entman como la selección de “algunos aspectos de la realidad percibida y hacerlos más relevantes en un texto comunicativo, de manera que promuevan definiciones particulares de los problemas, interpretaciones causales, evaluaciones morales y/o recomendaciones para el tratamiento del asunto descrito” (1993: 52).

A la hora de establecer los encuadres destacados en cada pieza informativa se ha valorado que, como dice Entman (1993), los encuadres pueden ser examinados e identificados a partir de la presencia o ausencia de ciertas palabras-clave, temas, imágenes estereotipa-

das, fuentes de la información y frases que proveen temáticamente un refuerzo de los hechos o juicios. También se ha tenido en cuenta el listado de 11 mecanismos de encuadre que menciona Tankard (2001) para el reconocimiento y medida de nuevos enfoques: títulos, subtítulos, fotos, pies de foto, leads, selección de fuentes, selección de citas, logos, estadísticas y gráficos, y por último conclusiones y párrafos.

De este modo los encuadres más destacados, que no los únicos, en cada texto se han inducido del análisis de cada contenido (Vreese, 2005), y aunque algunos responden a la nomenclatura y definición de encuadres ya preestablecidos, otros se han determinado atendiendo a la especificidad del tema a tratar. El encuadre que hemos denominado de Servicio, por ejemplo, responde al concepto de Periodismo de servicio, definido por Diezhandino (1994).

Gráfico 1. Encuadres destacados en *elpais.com*, *lavanguardia.com* y *abc.es*.



Fuente: elaboración propia.

Estos encuadres o marcos responden a los siguientes presupuestos:

1. Acción / Medidas: ¿Qué hacen las instituciones, organismos y asociaciones respecto a la crisis? ¿Qué medidas se adoptan?
2. Causas: ¿Cuál es la causa u origen de la infección por listeria?
3. Consecuencias Sanitarias / Consecuencias Económicas (Semetko y Valkenburg, 2000): ¿Qué consecuencias sanitarias se derivaron de la infección? ¿Se destacan los costes económicos derivados de la listeriosis?
4. Responsabilidad Directa / Indirecta (Entman, 1993; Semetko y Valkenburg, 2000): ¿A quién se atribuye la responsabilidad directa de la listeriosis? ¿A quién se atribuye la responsabilidad en la gestión de la crisis?
5. Mitigador: ¿Se destacan aquellos contenidos que atenúan o mitigan la gravedad de la crisis? ¿Se alude directamente al final de la misma?
6. Servicio: ¿Los contenidos ayudan a contextualizar el problema? ¿Se aporta información útil para el lector?

5. Resultados

5.1. Evolución en el número de textos publicados

Durante los dos meses en los que se prolongó la alerta por listeria, los tres medios analizados publicaron un total de 442 textos, de ellos 17 (3,8%) fueron de opinión y el resto informativos o interpretativos. *Lavanguardia.com* fue el diario que más textos publicó -219-, seguido de *abc.es* -149- y *elpais.com* -74-.

Tabla 1. Textos publicados sobre la crisis de la listeria

	Informativos o interpretativos	Opinión	Total
<i>elpais.com</i>	68	6	74
<i>lavanguardia.com</i>	215	4	219

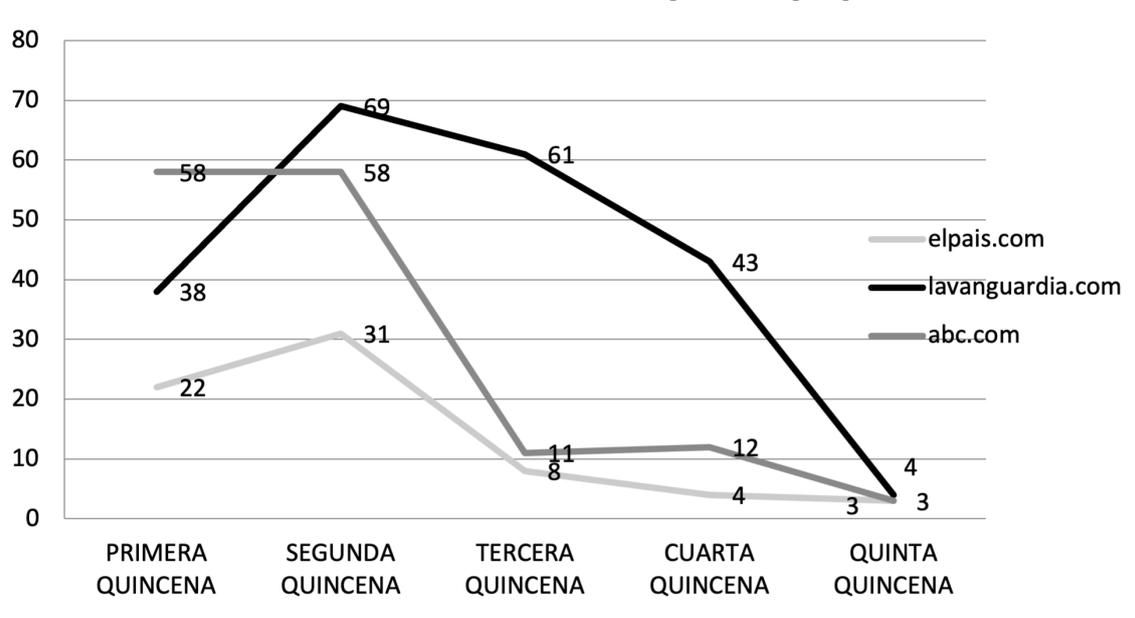
<i>abc.es</i>	142	7	149
Totales	425	17	442

Fuente: elaboración propia.

El diario *abc.es* ya alertaba sobre el brote de listeriosis el 15 de agosto en su edición de Andalucía. Hay que esperar al día 19 para que la crisis alimentaria pase a la edición nacional, comunicando que los

afectados por esta infección habían ascendido ya a 71. Tanto *lavanguardia.com* como *elpais.com* publicaron su primera noticia el día 16 de agosto en las secciones de Sociedad y Comer, respectivamente.

Gráfico 2. Contenidos sobre la listeriosis publicados por quincena.



Fuente: elaboración propia.

Si atendemos al desarrollo de la cobertura que cada uno de los medios hizo de esta crisis en términos cuantitativos, podemos apreciar algunas diferencias. *Abc.es* mantuvo una dedicación constante y regular durante la primera y segunda quincena, decayendo de forma brusca en la tercera con apenas 11 textos y manteniendo el mismo nivel informativo hasta la quinta, donde el flujo es mucho menor.

Elpais.com sigue un desarrollo similar, aunque en su caso el pico más lo alcanza durante la segunda quincena (31), para ir descendiendo paulatinamente a lo largo de los días hasta mostrar sus cifras más bajas en las dos últimas, con 4 y 3 informaciones, respectivamente.

Por su parte, *lavanguardia.com* casi duplica sus contenidos entre la primera y la segunda quincena, y decae en su interés informativo las siguientes semanas, pero de forma mucho más progresiva y pausada que el resto de los diarios. De hecho, entre la segunda y tercera quincena apenas desciende un 4% y todavía en la cuarta quincena mantiene un número

elevado de informaciones, 43. El final de la crisis llega la semana del 14 al 20 de octubre, cuando cesan las infecciones y el número de textos publicados en esa última quincena oscila entre 3 y 4 en los tres diarios.

5.2. Autoría de los textos

La autoría de los textos presenta enormes diferencias entre los tres ciberdiarios analizados, tal y como se detalla en la tabla 2. *Elpais.com* es el que realizó un seguimiento más cercano de la crisis de la listeriosis, con un 92% de las inserciones elaboradas por sus propios periodistas. *Lavanguardia.com* mantiene un planteamiento completamente diferente, ya que únicamente el 5,1% de sus informaciones están firmadas. *Abc.es* muestra una política de firmas a medio camino entre las dos publicaciones anteriores. Es el que mayor porcentaje de piezas sin firma publica (23,3%), si bien en un 21,1% de los textos sí aparece el nombre del autor.

	Firmados	Sin firma	Agencias
<i>elpais.com</i>	92,6%	7,4%	0,0%
<i>lavanguardia.com</i>	5,1%	8,8%	86,1%
<i>abc.es</i>	21,1%	23,3%	55,6%

Fuente: elaboración propia.

Como se observa en la tabla 3, Eva Saiz, de *elpais.com*, fue la periodista que hizo un seguimiento más continuado de la crisis de la listeriosis, ya que su nombre aparece en 63 inserciones. A mucha distancia, se situarían Antonio R. Vega, de *abc.es*, con 12 textos, y Adolfo S. Ruiz, de *lavanguardia*, con 9. A lo largo de los dos meses analizados, únicamente otros 4 periodistas aparecen como autores de más de una información: Cristian López (6) y Oriol Güell (5), de *elpais.com*; y Josep Marí Aguiló (3) y Nuria Ramírez de Castro (3), de *abc.es*.

Aunque los textos de opinión que aludieron a esta crisis no se analizan en este artículo, cabe señalar que de los 6 de *elpais.com*, 3 corresponden a “Cartas a la Directora”, otro fue un editorial y los otros dos fueron firmados por Berna González Arbour y Almudena Grandes. *Lavanguardia.com*, por su parte, publicó 2 textos firmados por Carlos Mármol y otros 2 sin firma. Por último, en *abc.es* se incluyó un editorial, 2 artículos de Alberto García Reyes y sendas colaboraciones de César Nombela Cano, Álvaro Martínez y Antonio Burgos.

Redactor	Medio	Nº de textos
Eva Saiz	<i>elpais.com</i>	63
Antonio R. Vega	<i>abc.es</i>	12
Adolfo S. Ruiz	<i>lavanguardia.com</i>	9
Cristian López	<i>elpais.com</i>	6
Oriol Güell	<i>elpais.com</i>	5
Josep María Aguiló	<i>abc.es</i>	3
Nuria Ramírez de Castro	<i>abc.es</i>	3

Fuente: elaboración propia.

A la vista de estos datos, se puede señalar que se produce una relación inversa entre el número de inserciones de cada medio y el porcentaje de textos firmados por los redactores de dicha cabecera. Así, *elpais.com* fue el que menos textos publicó, pero el 92% de los mismos fue elaborado por un redactor del medio. El caso opuesto es el de *lavanguardia.com*, líder en el volumen de informaciones ofrecidas, aunque únicamente en un exiguo 5,5% apareciese el nombre de alguno de sus periodistas. Se da la circunstancia de que 62 de los 63 textos firmados por Eva Saiz (*elpais.com*) aparecieron en la sección de Sociedad, mientras que la totalidad de los firmados por Antonio R. Vega (*abc.es*) se publicaron en Andalucía. Adolfo S. Ruiz dividió sus autorías entre Vida (7), Política (1) y Salud (1).

5.3. Fuente principal de los textos

En el apartado de fuentes, se han contabilizado aquellas cuya información ha dado pie al encabezado de la noticia. Es decir, no están recogidas todas las posibles fuentes citadas en un texto, sino únicamente la que ha contribuido a facilitar el tema destacado en dicha

inserción. Este tipo de fuente puede aparecer citada implícitamente en el título o en el subtítulo, aunque lo más habitual es que sea incluida en el primer párrafo. Por ello, el número total de fuentes atribuido a cada diario coincide con el de textos publicados en el mismo.

Para la consideración de “fuente de información” pensamos que sigue teniendo plena vigencia la ya clásica definición de Fontcuberta (1993: 58): “Personas, instituciones y organismos de toda índole que facilitan la información que necesitan los medios para suministrar noticias”. Como señala Rodríguez Alonso (2007: 243), “un trabajo sin fuentes carece de valor informativo porque oculta el origen de la información y porque imposibilita su verificación (...)”. Calvo Hernando (1997), por su parte, en su *Manual de periodismo científico*, plantea que el periodista debe utilizar fuentes fiables que le permitan informar sobre hechos de interés para la audiencia y no únicamente para dichas fuentes.

Las fuentes encontradas se han agrupado en 11 categorías, a las que se ha añadido una más para aquellos casos en los que en el texto no se aluda al origen de la información.

Tabla 4. Fuentes que facilitan la información principal del texto

	elpais.com		lavanguardia.com		abc.es		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Junta de Andalucía	32	47,1	93	43,2	34	24,0	159	37,4
Gobierno de España	3	4,4	20	9,3	27	19,0	50	11,7
Municipales-provinciales	3	4,4	13	6,0	3	2,1	19	4,5
Otros Gobiernos	1	1,5	21	9,7	25	17,6	47	11,1
Médicos/científicos/expertos	6	8,8	6	2,8	8	5,6	20	4,7
Asociaciones de usuarios	2	2,9	15	7,0	8	5,6	25	5,9
Afectados por la infección	4	5,9	3	1,4	8	5,6	15	3,5
Empresas afectadas	3	4,4	3	1,4	2	1,4	8	1,9
Industria agro-alimentaria	4	5,9	4	1,9	4	2,8	12	2,8
Judiciales	4	5,9	10	4,7	2	1,4	16	3,8
Otros	1	1,5	17	7,9	7	5	25	5,9
No aparece	5	7,3	10	4,7	14	9,9	29	6,8
Total	68		215		142		425	

Fuente: elaboración propia.

La Junta de Andalucía, y concretamente su Consejería de Salud y Familias, es la fuente más utilizada en los titulares de los tres medios analizados. Mientras que *elpais.com* y *lavanguardia.com* muestran unos porcentajes de utilización de esta fuente similares, por encima del 40%, *abc.es* limita su uso al 24% de los casos. Esta última cabecera es la que con más frecuencia acude a otras fuentes gubernamentales, sean autonómicas -Castilla y León, Comunidad Valenciana, Comunidad de Madrid, entre otras, o de otros países -Andorra y Francia-.

Dentro de la denominación de “Gobierno de España” se incluyen los textos cuya fuente principal procede de algún ministerio, especialmente el de Sanidad, Consumo y Bienestar Social, o de las agencias dependientes del mismo, como la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN).

Las fuentes municipales corresponden fundamentalmente al Ayuntamiento de Sevilla, ciudad en la que está ubicada la empresa Magrudis, en la que se detectó el primer brote de listeria; aunque también a otros lugares, como Paterna de Rivera (Cádiz), sede de la firma Sabores de Paterna.

En el grupo de “Médicos, científicos y expertos en nutrición” se incluyen las aportaciones de especialistas en el ámbito sanitario y nutricional, pero que no hablan en representación de un organismo público. En este grupo situaríamos, entre otros, al epidemiólogo Honorato Ortiz -citado por *abc.es*-, al profesor de Nutrición y Bromatología en la Universidad Autónoma de Barcelona José Juan Rodríguez -*elpais.com*-, o la doctora del Hospital Universitario Belén Padilla (*lavanguardia.com*).

Por lo que se refiere a las Asociaciones de usuarios, la más citada es FACUA -una vez en *elpais.com*, 12 en *lavanguardia.com* y 8 en *abc.es*-, seguida de la Asociación El Defensor del Paciente -una vez en *elpais.com* y 3 en *lavanguardia.com*-. Menor es

la presencia, en términos generales, de los afectados por la listeriosis. *Elpais.com* recurre a ellos en cuatro ocasiones. Cabe destacar, a este respecto, el reportaje firmado por Eva Saiz titulado “En mi familia por lo menos hemos caído 15” (23/08/2019), en el que se da voz a los intoxicados en la localidad onubense de Chucena. Los afectados protagonizan los titulares de *lavanguardia.com* en 3 inserciones y en 8 en el caso de *abc.es*.

Los responsables de las tres empresas andaluzas en cuyos productos se detectó la bacteria de la listeria -Magrudis, Sabores de Paterna y La Montanera del Sur- aparecen como fuente principal de las noticias en contadas ocasiones (8 textos en total). Aun así, *elpais.com* y *abc.es* recogieron testimonios del gerente de Magrudis y *lavanguardia.com* del abogado de la firma.

De media, en 6,8% de las inserciones no hay ninguna referencia a la fuente principal de la noticia. El porcentaje más elevado corresponde a *abc.es* (9,9%) y el más bajo a *lavanguardia.com* (4,7%).

Esta distribución de fuentes en este caso muestra algunas divergencias con las detectada por López Villafranca (2012: 235-236) en su estudio sobre los encuadres sanitarios en *Abc*, *El Mundo* y *El País*, en los casos de la gripe A y la bacteria *E. coli*. En dicha crisis las fuentes más citadas fueron las correspondientes a las entidades afectadas (empresarios agrícolas, asociaciones agrarias, etc.). En cambio, durante la alerta por listeriosis la presencia tanto de las empresas afectadas por el brote, como del sector agro-alimentario es residual como fuente principal del texto.

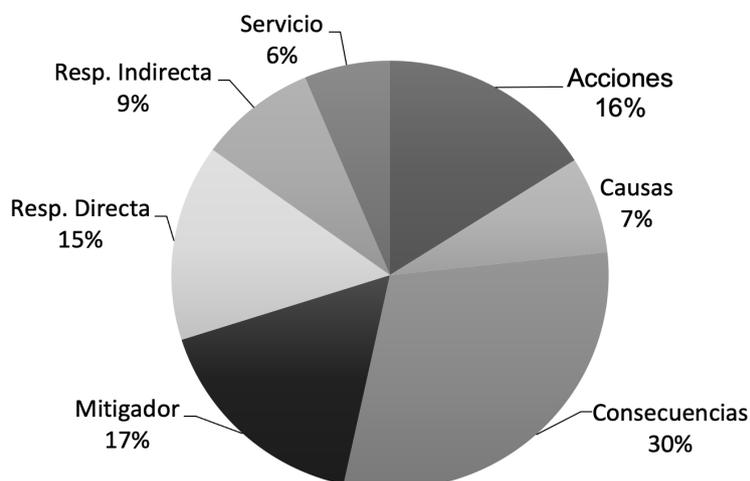
Por otro lado, cabe resaltar el elevado porcentaje de fuentes oficiales utilizadas. Si tomamos en consideración las procedentes de la Junta de Andalucía y de sus diferentes organismos, las del Gobierno de España, gobiernos autonómicos y las municipales y provinciales, el porcentaje global se sitúa en el 64,7%. Un

estudio de Mayoral (2005) sobre el uso de fuentes en *El País*, *El Mundo*, *Abc*, *La Vanguardia* y *La Razón* ya recogía la presencia de un 37,1% de fuentes oficiales, aunque advertía que este porcentaje podía ser superior, ya que la mayor parte de las informaciones procedentes de agencia también remitían a fuentes oficiales.

5.4. Encuadres destacados sobre la listeria

Porcentualmente, aunando todas las informaciones publicadas durante este periodo en los tres diarios, 425, los encuadres dominantes se repartieron tal y como aparecen en el Gráfico 3.

Gráfico 3. Porcentaje de encuadres dominantes.



Fuente: elaboración propia.

El encuadre de “Consecuencias” fue el enfoque predominante en el 30% de los textos publicados. Las informaciones sobre los nuevos afectados, así como los fallecidos y abortos provocados por la infección aglutinaron un total de 128 contenidos. Por detrás, con apenas un poco más de la mitad de textos, 71, se sitúa el encuadre “Mitigador” donde el 17% de los textos analizados ponían el acento en aquellos aspectos positivos que aminoraban la gravedad de la crisis. Con un 16%, encontramos informaciones que con un marco de “Acciones” recogen actuaciones que diferentes organismos y entidades hicieron para enfrentarse y controlar los efectos de la infección: emisión de alerta sanitaria, estudios de posibles afectados en distintas comunidades, retirada de productos, etc.

La “Responsabilidad directa” fue el encuadre prioritario en el 15% de los contenidos, aludiendo a las

empresas en las que se detectó la contaminación causantes de la infección. El marco de “Responsabilidad Indirecta” abarcó el 9% de los contenidos. En 37 informaciones publicadas el foco se centró en las acusaciones mutuas entre el Ministerio de Sanidad y la junta de Andalucía, así como en las declaraciones de FACUA que giraban también en torno a las deficiencias en la gestión de la crisis por parte de las administraciones.

Las casusas del brote se destacan en el 7% de los textos, mencionando la contaminación de las instalaciones y los análisis positivos por listeria, así como los retrasos en la alerta sanitaria como agravantes de la crisis.

Sólo en el 6% de las informaciones los medios optaron por un encuadre de “Servicio”, aportando información útil para conocer mejor a qué se enfrentaban o recomendando y sugiriendo medidas para evitar la infección, por ejemplo.

Tabla 5. Encuadres utilizados por cada medio

ENCUADRES	elpais.com		lavanguardia.com		abc.es		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Acciones/Medidas	8	12	45	21	15	11	68	16
Causas	6	9	14	6	11	8	31	7
Consecuencias	20	30	53	25	55	39	128	30
Mitigador	7	10	42	20	22	15	71	17
Responsabilidad Directa	15	22	30	14	18	13	63	15
Responsabilidad indirecta	5	7	20	9	12	8	37	9
Servicio	7	10	11	5	9	6	27	6
Total	68		215		142		425	

Fuente: elaboración propia

Los tres diarios coinciden en seleccionar el marco de “Consecuencias” como el más destacado en la mayoría de sus informaciones. Las cifras oscilan entre el 25% de *lavanguardia.com* y el 39% de *abc.es*, pasando por el 30% de *elpais.com*. Teniendo en cuenta que hubo 222 afectados, que murieron 3 personas murieron y se produjeron 7 abortos, no es de extrañar que los medios focalizasen la atención en ellos. En *abc.es* estas informaciones fueron las más relevantes porque no se limitaron solo a dar cuenta de los afectados objetivos, sino que a través de sus delegaciones territoriales hicieron un seguimiento de los posibles casos de listeriosis que se investigaban en las distintas comunidades autónomas.

Dentro del encuadre de “Consecuencias”, las sanitarias fueron en todos los medios las más destacadas, siendo las económicas un marco muy poco relevante. En términos globales, este marco de “Consecuencias económicas” sólo estuvo presente en 15 informaciones, a mucha distancia de las 113 que fueron abordadas bajo el enfoque sanitario.

Tanto *lavanguardia.com* como *abc.es* relegaron al último puesto aquellos contenidos con un marco de “Servicio” con un 5% y un 6%, respectivamente. *Elpais.com* lo ubicó en el penúltimo puesto con un 10%: “Si he comido carne mechada este verano, ¿estoy en riesgo de enfermar de listeriosis?” (21/08/2019).

Aunque investigaciones como la llevada a cabo por Alberdi et al. (2002) sobre el diario de servicios en España apuntaban a los temas relativos a la salud como uno de los ámbitos preferentes de este tipo de periodismo, en el caso de la listeria se observa que los medios analizados no se esfuerzan especialmente en ofrecer recomendaciones o consejos sobre el brote, su cronología y desarrollo; en definitiva, en proveer de información útil a sus lectores. De hecho, únicamente en un 6% del global de los textos aparece el encuadre de “Servicio”: “Así son los paquetes de carne mechada de marca blanca contaminados” (*lavanguardia.com*, 27/08/2019).

Dar cuenta de las acciones y medidas tanto del Ministerio de Sanidad, Junta de Andalucía, Ayuntamiento de Sevilla y asociaciones de consumidores tuvo su reflejo en la elección del marco de “Acciones” en un 21% de las informaciones en *lavanguardia.com*.

dia.com. Este es el diario que más espacio empleó en este cometido, tanto para informar sobre el lanzamiento de alertas sanitarias: “Andalucía decreta la tercera alerta sanitaria por listeriosis” (12/09/2019), como para anunciar nuevas iniciativas: “Salud enviará a analizar los casos de listeriosis desde el 2018 para buscar el brote” (05/09/2019).

El encuadre de “Causas” apenas varió porcentualmente en los tres diarios, oscilando entre el 9% de *elpais.com* y el 6% de *lavanguardia.com*. La carne mechada expedida por la empresa Magrudis centralizó las informaciones con este marco. Sin embargo, *lavanguardia.com* también puso el foco en otras causas menos evidentes que apuntaban a una mala gestión: “Listeriosis: un error retrasó hasta cuatro días la alerta sanitaria” (21/08/2019).

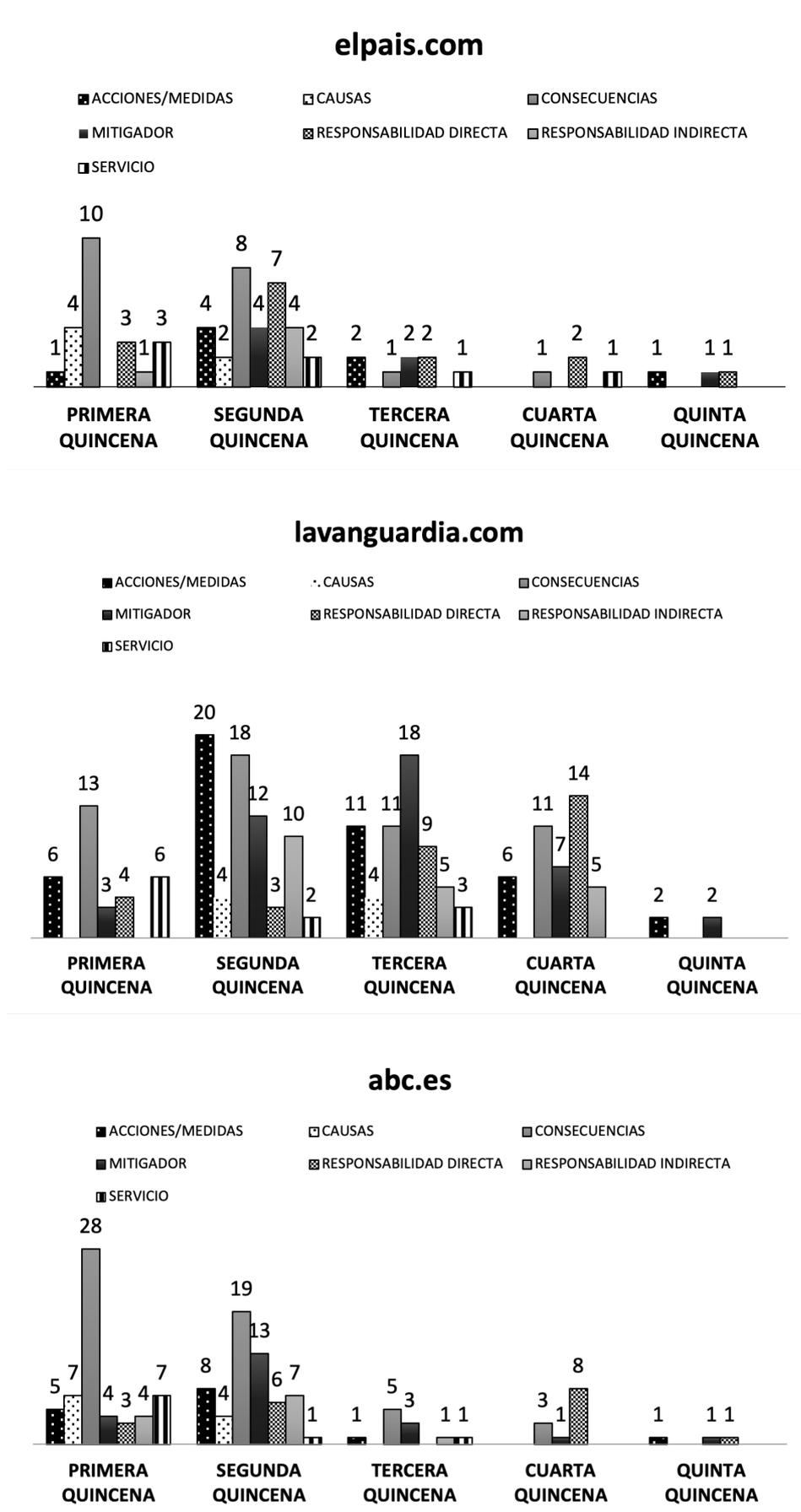
También será este diario quien destaque por utilizar un encuadre “Mitigador”, superando con un 20% a los otros dos medios. De hecho, *elpais.com* es el que menos recurrió a este enfoque (10% de sus contenidos). Entre ambos se sitúa *abc.es* que alcanzó el 15 %. Los argumentos mitigadores más frecuentes destacaban la remisión de la crisis, la bajada de pacientes, los falsos positivos en algunos casos, incluso la escasa repercusión en las exportaciones.

En cuanto a la “Responsabilidad”, *elpais.com* utilizó este encuadre en el 22% de sus contenidos muy por encima del 14% de *lavanguardia.com* o del 13% de *abc.es*. Aunque fue el medio que más incidió en apuntar a los responsables directos de la infección, también fue el que menos espacio dedicó al encuadre de “Responsabilidad indirecta”, con un 7%. El resto de los diarios no estuvieron muy alejados de estas cifras, oscilando entre un 9% y un 8%. Sin embargo, tanto en *abc.es* como en *lavanguardia.com*, el encuadre de “Servicios” todavía se situó por debajo en sus preferencias informativas.

5.5. Desarrollo diacrónico de los encuadres dominantes

El desarrollo cronológico de la crisis y el tratamiento al que dio lugar permite detectar coincidencias y divergencias en los tres diarios.

Gráfico 4. Evolución de los encuadres dominantes.



Fuente: elaboración propia.

Aunque en la primera quincena todos priorizan los marcos de “Consecuencias”, dado que los afectados por la listeriosis eran los que habían dado lugar a la noticia y su posterior desarrollo, resulta llamativa la ausencia de otros marcos. *Elpais.com* prescindió del encuadre “Mitigador” y no publicó ninguna información durante ese periodo que pudiese ser interpretada como un contenido encaminado a minimizar la gravedad de lo sucedido. En *abc.es* y *lavanguardia.com*, aunque fue uno de los marcos menos relevantes, se empleó en 4 y 3 informaciones, respectivamente; su presencia fue constante hasta el final. De los tres, *lavanguardia.com* fue el que mantuvo una mayor proporción de textos bajo este encuadre, alcanzando su punto álgido en la tercera quincena con 18 contenidos.

Además, el mismo diario ponía el acento en aquellos casos que en una u otra comunidad habían dado negativo por la infección. “Navarra no registra ningún afectado por el brote de listeriosis detectado en productos de la marca ‘Sabores de Paterna’” (12/09/2019). Incluso se publicaron informaciones para excluir la relación de algunos enfermos con el brote: “Sanidad descarta que la muerte por listeriosis en agosto sea del brote andaluz” (12/09/2019).

Lavanguardia.com no publicó durante la primera quincena de la infección ningún contenido en el que prevaleciese el enfoque de “Causas”. *Elpais.com* y *abc.es* sí utilizaron este marco desde el primer momento, aunque lo mantuvieron solo hasta el 8 de septiembre.

En este periodo hay que señalar que mientras en *abc.es* se repartía a partes iguales la responsabilidad directa e indirecta, con 3 y 4 informaciones, en *elpais.com* se ponía en entredicho la gestión del Gobierno andaluz por su tardanza en adoptar las medidas necesarias: “Andalucía se retrasó cinco días en retirar la carne con listeria” (21/08/2019). *Elpais.com* publicó 4 artículos más durante la segunda quincena que redundaban en la misma idea, recogiendo el cruce de inculpaciones entre la Junta y el Ayuntamiento de Sevilla, al que se acusaba de “dificultar” la labor de la Consejería en la crisis y el reconocimiento por parte de la ministra de Sanidad, María Luisa Carcedo, de una “cadena de errores y responsabilidades acumuladas” en la crisis de la listeria” (05/09/2019).

En *lavanguardia.com*, el marco de “Responsabilidad indirecta” apareció en la segunda quincena (10) y se mantuvo hasta la cuarta. Tanto los mutuos reproches por la gestión de la crisis entre instituciones, como las críticas vertidas desde los partidos políticos y FACUA fueron materia de este marco. Lo mismo sucedió en *abc.es*, pero este tipo de encuadre cesó en la tercera quincena, volviéndose irrelevante.

El encuadre de “Responsabilidad directa” mereció la misma atención por parte de los tres diarios las primeras dos semanas. *Elpais.com* fue el más constante en este tratamiento, pues nunca dejó de destacar quién era el responsable directo de la listeriosis. *Abc.es* obvió este encuadre en la tercera quincena, pero en

la cuarta intensificó los textos con este marco, ya que es el momento en el que se suceden las denuncias y detenciones de personas vinculadas con la infección: “La Junta se personará como acusación particular contra Magrudis” (30/08/2019).

Lavanguardia.com fue el que porcentualmente menos relevancia dio al encuadre de “Servicio”, 5% de sus textos, y coincidió con *abc.es* en su distribución temporal. Ambos concentraron la mayoría de las informaciones en los primeros días. *Elpais.com* fue el que porcentualmente (10%) publicó más textos bajo este enfoque y además fueron homogéneamente distribuidos. El último de ellos aparecía el 6 de octubre: “Las lecciones médicas del brote de listeria”.

El encuadre de “Servicio” tuvo su punto álgido en las dos primeras semanas. En ese periodo se aglutinan casi todos los contenidos publicados en los tres medios. Los textos son muy variados y van desde consejos prácticos: “Alimentos que debes evitar para prevenir la listeria en el embarazo” (*abc.es*, 19/08/2019), hasta información más detallada sobre la infección: “Diez claves de la listeriosis, la enfermedad que amenaza con provocar un brote nacional” (*lavanguardia.com*, 20/08/2019).

Los tres diarios coincidieron en publicar el mayor número de informaciones bajo el encuadre de “Acciones/Medidas” en la segunda quincena. Sin embargo, mientras en *abc.es* y *elpais.com* entre el 30 de septiembre y el 13 de octubre no hay ningún contenido con este enfoque, y su presencia el resto de los días es reducida, *lavanguardia.com* continuó recogiendo un apreciable número de contenidos la tercera (11) y cuarta quincena (6). El final de la crisis dejó muy pocos textos en los tres diarios, si bien este encuadre estuvo presente en todos ellos. Tanto *elpais.com* como *lavanguardia.com* informaron sobre la retirada de quesos contaminados procedentes de Francia.

Los días 16 y 17 de octubre se publican las últimas informaciones sobre la crisis. El marco “Mitigador”, al igual que el de “Acciones”, está en todos los diarios para dar cuenta de la finalización de la infección, aunque *lavanguardia.com* recuerda también las consecuencias de la misma: “Andalucía levanta la alerta sanitaria por listeriosis, que se ha saldado con 3 muertes, 5 abortos y 204 afectados” (16/10/2019). Por su parte, *abc.es* y *elpais.com* añaden el encuadre de “Responsabilidad”: “La juez sospecha que el dueño de Magrudis hizo “ingeniería mercantil” para eludir deudas (*elpais.com*, 9/10/2019).

6. Conclusiones

A pesar de que diversos autores ya citados –Uelan (2012), García Gómez (2016), Farré (2005), Jensen y Sandøe (2002), Pérez-Mesa, Serrano-Arcos y Sánchez-Fernández (2019), etc.– y organismos –FAO (2016)– subrayan la importancia de que los consumidores reciban una comunicación eficaz y útil ante un posible riesgo alimentario, el análisis de los textos

sobre la crisis de la listeria publicados por *elpais.com*, *lavanguardia.com* y *abc.es* refleja la ausencia de una serie de pautas mínimas comunes para la transmisión de este tipo de alertas sanitarias.

En el ámbito de la comunicación sobre salud, autores como Camacho (2010) o Chimeno (2004) coinciden en la necesidad de evitar el sensacionalismo y la alarma social. En el caso que nos ocupa los medios afrontaron el difícil equilibrio de informar sobre una crisis con víctimas mortales, sin caer en un exceso de alarmismo, pero sin recurrir a un discurso exageradamente “mitigador” que pudiera invitar a atenuar la adopción de precauciones.

Los diarios analizados muestran sensibles diferencias en el tratamiento de la crisis. Únicamente *elpais.com* hizo un seguimiento prácticamente solo con sus periodistas. En el extremo opuesto está *lavanguardia.com*, que recurrió a las agencias de información en el 86% de los textos. Eva Saiz, de *elpais.com*, fue la periodista que, con gran diferencia, firmó un mayor número de textos, 63. A una gran distancia se situaron Antonio R. Vega (12) de *abc.es* y Adolfo S. Ruiz de *lavanguardia.com* (9). La especialización, tan necesaria en el ámbito de la salud, queda nuevamente puesta en entredicho. En el caso de *abc.es* es la existencia de ediciones comarcales lo que puede justificar una cobertura autoral cuando la información afecta a una comunidad autónoma concreta. Esto sucedió sobre todo en Andalucía y esporádicamente en el resto de informaciones relativas a otros lugares de la geografía española. Sin embargo, esta explicación no es válida para *lavanguardia.com* que, aun disponiendo de ediciones autonómicas y locales, optó por informar a través de distintas agencias. Además, se produce una relación inversa entre el número de piezas publicadas y el de textos firmados: a mayor número de inserciones, menor cantidad de informaciones firmadas por los periodistas del medio y viceversa. El porqué de esta falta de especialización es difícil de dilucidar y su complejidad atañe tanto a aspectos estructurales como de rentabilización de los recursos humanos o políticas comunicativas.

Por otro lado, se constata una clara preponderancia de las fuentes oficiales. Las procedentes de la Junta de Andalucía, del Gobierno de España, de otros gobiernos autonómicos y del ámbito municipal y provincial suman el 64,7% de las consideradas fuentes principales de la noticia. Las del ámbito científico-sanitario, al margen de la citada procedencia oficial, únicamente suman el 4,7%. También aquí se produce una marcada divergencia entre el 8,8% de *elpais.com* y el 2,8% de *lavanguardia.com*. La presencia de asociaciones de usuarios o pacientes (5,9%) y de afectados por la infección (3,5%) también resulta escasa.

En cuanto a los encuadres, el de “Consecuencias” fue el prioritario a nivel global, 30%, y en cada medio por separado, ya que las víctimas mortales y afectados justificaban plenamente su elección. Las consecuencias económicas, pese a que las hubo, recibieron una atención muy inferior a las sanitarias.

Entre las aportaciones que los expertos mencionan sobre el reflejo de las crisis en los medios, se alude al engrandecimiento de la situación de alarma (Saura, 2005). Sin embargo, en esta ocasión los encuadres mitigadores tenían precisamente el efecto inverso y estuvieron presentes en el 17% de los contenidos.

Si tenemos en cuenta que las fuentes institucionales son las más destacadas no es de extrañar que el marco de “Acciones” aparezca en un considerable número de contenidos, 16% del total. Este podría ser un indicador de una buena gestión de la comunicación por parte de los organismos implicados.

Los tres diarios apuntaron a los responsables directos de la crisis en 63 informaciones, y entre ellos, *elpais.com* fue el más incisivo ocupando este marco el 22% de sus textos. El debate abierto en los diarios mostrando el cruce de acusaciones entre instituciones tuvo una presencia inferior pero no desdeñable, que osciló entre el 7% de *elpais.com* y el 9% de *lavanguardia.com*. La presencia de este enfoque arroja dudas sobre la gestión de la comunicación por parte de los implicados, pero también invita a interrogarnos sobre la conveniencia de incidir en informaciones que en poco afectan ya a los lectores y a la evolución de la crisis.

Las causas de la listeriosis fueron detectadas y mostradas desde el inicio del brote, contabilizando un 7% de textos con este marco, con pocas variaciones entre diarios. Por último, el encuadre de “Servicio”, tan relevante en una crisis alimentaria donde la información útil resulta prioritaria para el potencial consumidor, fue el menos empleado con 6%.

Si el encuadre de “Consecuencias” cumplía la función de alertar sobre los peligros y el “Mitigador” atemperaba la amenaza, el equilibrio entre ambos hubiese dependido del incremento del marco de “Servicio”, ya que como apunta Rodríguez Andrés:

Es también muy efectivo que el mensaje atemorizador venga acompañado de una recomendación concreta para superar la amenaza. Ofrecer al receptor una vía de escape a través de la cual superar el miedo es uno de los factores que más influencia tienen sobre sus actitudes y comportamientos (2011: 41).

Del estudio diacrónico de los encuadres dominantes a lo largo de la crisis podemos concluir que, aunque la evolución de la misma condicionó claramente el uso de algunos marcos, existen matices entre los diarios analizados que nos pueden ayudar a dirimir qué medio se ajustó más a una buena práctica de comunicación de crisis.

A pesar de las ostensibles diferencias numéricas, en esta caso, cantidad y calidad parecen no ir de la mano. *Lavanguardia.com* fue el que más informaciones publicó, 215, y el que mantuvo el interés informativo de manera más continuada a lo largo de los dos meses. Sin embargo, este medio recurrió desde el inicio del brote a la publicación de informaciones bajo un encuadre “Mitigador”, que fue constante du-

rante toda la crisis hasta alcanzar un 20%, mientras que ignoró el de “Causas” durante la primera quincena, cuando destacar los motivos que originaron la infección debería ser un objetivo primordial en una alerta de estas características. Asimismo, fue el que más contenidos reprodujo con el encuadre de “Responsabilidad indirecta” (9%), manteniéndolo durante la segunda, tercera y cuarta quincena, con un significativo protagonismo. Además, su aportación al encuadre de “Servicio” fue la más baja, 5%, y estuvo ausente las dos últimas quincenas.

El medio que menos informaciones publicó fue *elpais.com* con 74. Sin embargo, fue el que más textos de autoría propia reprodujo y más fuentes expertas destacó, siendo su evolución también más acorde con la progresión temporal de la crisis. Además, no recurrió al marco “Mitigador” durante la primera quincena y, aunque tuvo su punto álgido en la segunda, después se vuelve casi irrelevante. En términos porcentuales, fue el que más contenidos de “Servicio” insertó, 10%, y el que más tiempo los mantuvo, hasta la cuarta quincena, inclusive. También fue el medio que dedicó mayor atención al encuadre de “Responsabilidad directa”, 22%, con presencia durante todo el periodo.

Por último, el diario *abc.es* numéricamente se sitúa a medio camino entre los anteriores, con 149 inserciones, y mantiene una progresión más similar a la de *elpais.com*. La autoría en este diario supera a *lavanguardia.com* en el porcentaje de textos firmados, 21,1%, pero queda muy por detrás de *elpais.com*. En *abc.es* el encuadre “Mitigador” alcanza un 22% y, al igual que en *lavanguardia.com*, no está ausente en ningún momento. Sin embargo, señala las causas de la infección desde la primera quincena, aunque

este marco sólo se mantiene hasta finales de agosto. Asimismo, durante las tres primeras quincenas echa mano del encuadre de “Responsabilidad indirecta”, siendo porcentualmente menos destacado que en *lavanguardia.com*.

Si bien, la línea editorial de cada uno de los medios pudo influir en la elección de un encuadre u otro, en lo que respecta al marco de “Responsabilidad indirecta” es difícil dilucidarlo. Es evidente que *elpais.com*, que podría considerarse más afín al Gobierno de España liderado por el PSOE, no huyó de la polémica, pero no la prolongó. En cambio, *abc.es*, teóricamente más cercano a la Junta de Andalucía, en manos de PP y Ciudadanos, sí que entró en el cruce de acusaciones hasta la tercera quincena. Sería preciso profundizar en este marco mediante un análisis del discurso para saber hasta qué punto cada medio se inclinaba más o menos por uno de los gobiernos implicados. *Lavanguardia.com* se recreó hasta los últimos días en este marco, quizá debido fundamentalmente a la disponibilidad del material. Asimismo, el análisis de los 17 textos de opinión publicados durante esta crisis también podría ayudar a dar luz a este respecto.

Por último, y parafraseando la recomendación final del *Informe Quiral 2016* (2017: 50), dedicado a la comunicación pública sobre salud mental, a la vista de nuestro estudio sobre la crisis de la listeria, consideramos que también en el ámbito de los riesgos alimentarios se ve necesaria una evaluación continua de las metodologías y técnicas periodísticas para analizar, corregir y mejorar en la medida de lo posible la calidad de las comunicaciones públicas, hasta conseguir hacer de los medios de comunicación uno de los apoyos en los que se sustente el bienestar de las personas.

Referencias

- Alberdi, A., Armentia J.I., Caminos, J.M., & Marín, F. (2002). *El diario de servicios en España*. Septem ediciones.
- Bardin, L. (2002). *Análisis de contenido*. Akal.
- Barnett, J. McConnon, A., Kennedy, J., Raats, M., Shepherd, R., Verbeke, W., Fletcher, J., Kuttischreuter, M., Lima, L., Wills, J., & Wall, P. (2011). Development of strategies for effective communication of food risks and benefits across Europe: Design and conceptual framework of the FoodRisC project. *BioMed Public Health*, 11(308), 1-9. <https://dx.doi.org/10.1186/1471-2458-11-308>
- Beck, U. (1998). *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*. Paidós.
- Boatema, S., McKenna, B., Scott, D., Harper, J., Korsten, L., & Pereira, L. (2019). Awakening from the listeriosis crisis: Food safety challenges, practices and governance in the food retail sector in South Africa. *Food Control*, 104, 333-342. <https://dx.doi.org/10.1016/j.foodcont.2019.05.009>
- Calvo-Hernando, M. (1997). *Manual de periodismo científico*. Bosch.
- Cámara-Hurtado, M. (2009). La comunicación del riesgo en las crisis alimentarias. In C. Moreno-Castro (Ed.), *Comunicar los riesgos. Ciencia y tecnología en la sociedad de la información* (pp. 85-114). Biblioteca Nueva.
- Camacho, I. (2010). Noticias sobre salud y medicina: mucho más que información. In I. Camacho (Coord.), *La especialización en el periodismo. Formarse para informar* (pp. 141-161). Comunicación Social.
- Chimeno-Rabanillo, S. (2004). Información sobre salud, sanidad y medicina. In J. Fernández del Moral (coord.), *Periodismo especializado* (pp. 433-452). Ariel.
- Costa-Sánchez, C. (2010). Crisis de salud pública. El derecho de los ciudadanos a estar informados. *Diálogos de la comunicación. Revista académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social*, 82. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3728253.pdf>
- Diezhandino, M.P. (1994). *Periodismo de servicio*. Bosch.

- Entman, R.M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communicatio*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- FAO/WHO (Ed.) (2016). *Risk Communication Applied to Food Safety Handbook*. <https://bit.ly/3qHLnCq>
- FAO/WHO (Ed.) (2015). *Codex Alimentarius Commision. Procedural Manual*. <https://bit.ly/3bVgmXn>
- Farré, J. (2005). Comunicación de riesgo y espirales del miedo. *Comunicación y Sociedad*, 3, 95-119.
- Fontcuberta, M. (1993). *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Paidós.
- García-Gómez, J.J. (2016). La comunicación del Riesgo Alimentario. *Revista Española de Comunicación en Salud*, S1, 107-114. <https://dx.doi.org/10.20318/recs.2016.3128>
- Gil-Calvo, E. (2006). Riesgo, incertidumbre y medios de comunicación. *Revista Catalana de Seguretat Pública*, 16, 103-14, <https://bit.ly/2MbtEEp>
- Gutiérrez-Blanco, V. (2011). El papel de la comunicación de riesgo ante emergencias de salud pública. *Revista Española de Comunicación en Salud* 2(2), 97-104.
- Jensen, K.K. & Sandøe, P. (2002). Food Safety and Ethics: The Interplay between Science and Values. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 15, 245-253. <https://doi.org/10.1023/A:1015726423707>
- Kim, H., Jang, S.M., & Noh, G.Y. (2018). Is it good to blame the government for food safety concerns? Attributions of responsibility, new media uses, risk perceptions, and behavioral intentions in South Korea. *Journal of Food Safety*, 39. Article e12570. <https://doi.org/10.1111/jfs.12570>
- 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* 2(4), 221-246. <https://doi.org/10.5783/RIRP-4-2012-10-221-246>
- Maia, R.L., Teixeira, P., & Mateus, T.L. (2019). Risk communication strategies (on listeriosis) for high-risk groups. *Trends in Food Science & Technology*, 84, 68-70. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2018.03.006>
- Mayoral-Sánchez, J. (2005). Fuentes de información y credibilidad periodística. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 11, 93-102. <https://bit.ly/360pExD>
- Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar social (Ed.) (2019). *Información general sobre el brote de listeriosis en España asociado al consumo de carne mechada: preguntas frecuentes*. <https://bit.ly/3iEPKev>
- Pérez-Mesa, J.C., Serrano-Arcos, M.M., & Sánchez Fernández, R. (2019). Measuring the impact of crises in the horticultural sector: the case of Spain. *British Food Journal*, 121(5), 1050-1063. <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2018-0698>
- Revuelta, G.; Semir, V. de; Armengou, C., Suárez, C., Muñoz, G., Esteban, J., & Gonzalo C. (2017). *Informe Quiral 2016. La comunicación pública sobre salud mental*. Fundación Vila Casas-Universitat Pompeu Fabra. <https://bit.ly/2M6eWhQ>
- Rodríguez-Alonso, C.C. (2007). El periodismo de fuentes en Internet. In A. García Jiménez, & P. Rupérez Rubio (Eds.), *Aproximaciones al Periodismo Digital* (pp. 239-254). Dykinson.
- Rodríguez-Andrés, R. (2011). La efectividad del uso del miedo como factor persuasivo en la comunicación de riesgos en las crisis sanitarias. *Revista de Comunicación y Salud*, 1(2), 33-46.
- Saura, P. (2005). *La gestión y la comunicación de crisis en el sector de alimentación y bebidas*. Universidad de Comillas.
- Semetko, H., & Valkenburg, P.M. (2000). Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109. <https://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>
- Sun, W., Liu, Y., Wang, X., Liu, Q., & Dong, Q. (2019). Quantitative risk assessment of *Listeria monocytogenes* in bulk cooked meat from production to consumption in China: a Bayesian approach. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 99(6), 2931-2938. <https://dx.doi.org/10.1002/jsfa.9506>
- Tankard, J. (1991). The empirical approach to the study of media framing. In S.D. Reese, O.H. Gandy, & A. Grant (Eds). *Framing Public Life: perspectives on media and our understanding of the social world*. Mahwah (pp. 95-106). Lawrence Erlbaum.
- Terzis, G., & Vassiliadou, M. (2004). El papel de los medios de comunicación durante las crisis. *The IPTS Report*, 82, 1-10. <https://bit.ly/3ob2JpC>
- Tiozzo, B., Pinto, A., Mascarello, G., Mantovani, C., & Ravarotto, L. (2019). Which food safety information sources do Italian consumers prefer? Suggestions for the development of effective food risk communication. *Journal of Risk Research*, 22(8), 1062-1077. <https://doi.org/10.1080/13669877.2018.1440414>
- Ueland, Ø., Gunnlaugsdottir, H., Holm, F., Kalogeras, N., Leino, O., Luteijn, J.M., Magnússon, S.H., Odekerken, G., Pohjola, M.V., Tjihuis, M.J., Tuomisto, J.T., White, B.C., & Verhagen, H. (2012). State of art in benefit-risk analysis: Consumer perception. *Food and Chemical Toxicology*, 50(1), 67-76. <https://doi.org/10.1016/j.fct.2011.06.006>
- 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. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.44948
- Vreese, C.H. de (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal + Document Design*, 13(1), 51-62. <https://dx.doi.org/10.1075/idjdd.13.1.06vre>
- Yi, L., Tao, J., Zhu, Z., Tan, C., & Qi, L. (2019). Food Safety Incident, Public Health Concern, and Risk Spillover Heterogeneity: Avian Influenza Shocks as Natural Experiments in China's Consumer Markets. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(21), Article 4182. <https://doi.org/10.3390/ijerph16214182>

María Flora Marín-Murillo. Profesora Titular del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad del País Vasco. En los últimos años su actividad investigadora ha estado centrada fundamentalmente en el ámbito de la alimentación y los medios de comunicación, habiendo participado en varios proyectos financiados relacionados con esta temática. En la actualidad es co-IP del proyecto financiado por el Ministerio de Economía y Competividad sobre “Seguridad Alimentaria y cibermedios: temáticas, nuevas fuentes y servicios” (ref. CSO2017-82853-R). Con anterioridad, tomó parte del proyecto financiado por el Ministerio de Economía y Competividad sobre “La Seguridad Alimentaria en la prensa española: estrategias para la comunicación de los riesgos alimentarios” (ref. CSO2014-54385-R). ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2823-598X>

José Ignacio Armentia-Vizuet. Catedrático del Departamento de Periodismo de la Universidad del País Vasco. En los últimos años sus investigaciones se han centrado en el tratamiento de la Seguridad Alimentaria en los medios de comunicación. Como Investigador Principal del grupo MediaIker participó en la elaboración de los Informes sobre Seguridad Alimentaria en la Prensa del País Vasco, correspondientes al periodo 2012- 2015, promovidos por Elika, la Fundación Vasca para la Seguridad Agroalimentaria. En la actualidad, es el Investigador Principal de un proyecto financiado por el Ministerio de Economía y Competividad, titulado “Seguridad Alimentaria y cibermedios: temáticas, nuevas fuentes y servicios” (ref. CSO2017-82853-R). Con anterioridad ha sido IP en otro proyecto de investigación financiado por el MINECO sobre la Seguridad Alimentaria en la prensa, y ha tomado parte en sendos proyectos Universidad-Sociedad, en colaboración, respectivamente, con Elika y con la Fundación Eroski, relacionados con estas temáticas. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6570-555X>

Iñigo Marauri-Castillo. Universidad del País Vasco, España inigo.marauri@ehu.es
Profesor Agregado del Departamento de Periodismo II de la Universidad del País Vasco. Tras quince años de experiencia profesional en El Correo, El País y Consumer Eroski, desarrolla su labor docente e investigadora en áreas vinculadas con la adaptación a Internet de la redacción periodística, el periodismo especializado, en particular el de sucesos y el de servicios, y la comunicación corporativa. Ha publicado más de una decena de artículos en las principales revistas de comunicación de España. Forma parte del grupo de investigación consolidado MediaIker (ref. GIU16/08) y es uno de los miembros del equipo del proyecto financiado por el Ministerio de Economía y Competividad, titulado “Seguridad Alimentaria y cibermedios: temáticas, nuevas fuentes y servicios” (ref. CSO2017-82853-R). Ha participado en otros cuatro proyectos de investigación financiados en convocatorias competitivas, el último de ellos en colaboración con la Fundación Eroski, y relacionado también con la cobertura informativa de la alimentación. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0883-8003>

María del Mar Rodríguez-González. Profesora Adjunta del Departamento de Periodismo II de la Universidad del País Vasco. Forma parte del grupo de investigación consolidado MediaIker (ref. GIU16/08) y es uno de los miembros del equipo del proyecto financiado por el Ministerio de Economía y Competividad, titulado “Seguridad Alimentaria y cibermedios: temáticas, nuevas fuentes y servicios” (ref. CSO2017-82853-R). Ha participado en otros dos proyectos de investigación. Sus líneas de investigación, cuyos frutos se han materializado en más de 15 artículos en las principales revistas de comunicación españolas, se han centrado en la comunicación corporativa, de manera particular en la comunicación de crisis, el periodismo de sucesos y el impacto de Internet en el periodismo de servicios, ámbito en el que ha desarrollado una trayectoria profesional durante más de 10 años como responsable de contenidos de www.consumer.es. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9121-1468>