

De qué habla la prensa digital cuando habla de nutrición. Un análisis de *elpais.com* y *lavanguardia.com* durante 2017¹

What does the digital press talk about when it talks about nutrition? An analysis of elpais.com and lavanguardia.com during 2017



José Ignacio Armentia Vizuete. 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 Medialker 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.

Universidad del País Vasco, España
ignacio.armentia@ehu.es
ORCID: 0000-0002-6570-555X



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).

Universidad del País Vasco, España
flora.marin@ehu.eus
ORCID: 0000-0003-2823-598X

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

Cómo citar este artículo:

Armentia Vizuete, J. I.; Marín Murillo, E; Rodríguez González, M^a M. y Marauri Castillo, I. (2019). De qué habla la prensa digital cuando habla de nutrición. Un análisis de *elpais.com* y *lavanguardia.com* durante 2017. *Doxa Comunicación*, 29, pp. 19-41.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a1>



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 Competitividad, 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.

Universidad del País Vasco, España
mariadelmar.rodriguez@ehu.es
ORCID: 0000-0001-9121-1468



Iñigo Marauri Castillo. 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 Competitividad, 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.

Universidad del País Vasco, España
inigo.marauri@ehu.es
ORCID: 0000-0003-0883-8003

Recibido: 29/04/2019 - Aceptado: 19/11/2019

Resumen:

Las noticias sobre nutrición se han convertido en habituales en la agenda de los medios de comunicación. El presente artículo analiza las características de los textos sobre dicha temática publicados a lo largo de 2017 en las ediciones digitales de *El País* y *La Vanguardia*, los dos diarios con mayor difusión en España. El estudio ha profundizado en aspectos tales como las principales temáticas abordadas, las autorías, los géneros y la titulación de los textos, los encuadres, las fuentes y el número de comentarios aportados por los lectores. Los dos medios seleccionados muestran notables diferencias en cuestiones tales como la cantidad de fuentes empleadas o en el número de comentarios que generaron este tipo de noticias. La aparición de secciones específicas dedicadas a la nutrición y un déficit en la especialización periodística en este campo son dos de las conclusiones de este estudio.

Palabras clave:

Nutrición, diarios online, framing, fuentes, géneros periodísticos.

Received: 29/04/2019 - Accepted: 19/11/2019

Abstract:

News on nutrition has become a regular feature on the media agenda. This paper analyses characteristics of texts on this topic published during 2017 in the digital editions of El País and La Vanguardia, the two newspapers with the widest circulation in Spain. The study looked in greater depth at aspects such as the main topics being addressed, authorship, genres and headlines of the texts, framing, sources and the number of comments from readers. The two chosen newspapers reveal considerable differences in matters such as quantity of sources used or the number of comments that are generated by this type of news. The conclusions from this study include the appearance of specific sections dedicated to nutrition and a shortfall in journalistic specialisation in this field.

Keywords:

Nutrition, online newspapers, framing, sources, journalistic genres.

1. Introducción

La nutrición, como un subapartado de la temática general de alimentación, viene recibiendo desde hace tiempo una especial atención por parte de la prensa española. Un estudio realizado por Fúster, Ribes, Bardón y Merino (2009) en 2006 sobre 15 periódicos arrojó que a lo largo de dicho año fueron publicadas 1.432 noticias relacionadas con la alimentación, de las que más de la mitad (56%) correspondían específicamente al apartado de “Nutrición y Salud”. Otros estudios en el ámbito autonómico obtienen resultados similares. Así, la Agencia Catalana de Seguretat Alimentària, en colaboración con el Observatorio de la Comunicació Científica de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona, elaboraba en 2007 el primero de sus 6 informes piloto SAM sobre la Seguridad Alimentaria en los medios de comunicación. En ese año, el análisis de 5 cabeceras arrojaba un total de 530 textos relativos a alimentación. De ellos, 211 ítems (39%) respondían a la temática de “Dietética y nutrición”.

Siguiendo un enfoque similar, Elika, la Fundación Vasca para la Seguridad Agroalimentaria, promovió entre 2012 y 2015 la elaboración de una serie de informes sobre la Seguridad Alimentaria en los 9 diarios con mayor circulación en el País Vasco. El último de estos informes (2015) recogió 2.359 informaciones relacionadas con la alimentación, de las que 406 (17%) correspondían al ámbito de “Nutrición, salud y alergias”.

La relación entre medios de comunicación y nutrición ha sido objeto en los últimos años de, al menos, dos tesis doctorales en España. Carretero (2016) analizó las informaciones sobre nutrición recogidas por *elmundo.es* y *elpais.com* durante el primer semestre de 2014. Aranceta (2015), por su parte, en su trabajo sobre *Periodismo y alimentación*, entre otras aspectos, se fija en la cuestión de las fuentes de información en el área de alimentación y salud.

Cabe mencionar también estudios como el realizado por Alzate (2013) sobre los contenidos dietéticos nutricionales en *El País*, *El Mundo*, *ABC* y *La Voz de Almería* en el año 2011 o el llevado a cabo por Demonte (2017) sobre las representaciones sociales de la alimentación en la prensa gráfica argentina durante el periodo 2009-2014. Alzate (2013: 24) apuntaba en su trabajo a la falta de secciones específicas destinadas a la nutrición y a la carencia de especialización por parte de los periodistas que abordan estos temas. Demonte incide en el papel de los medios de comunicación a la hora de promover “determinadas prácticas congruentes con el discurso biomédico-nutricional” (2017: 14).

La preocupación por la nutrición no es exclusiva de la prensa, sino que se extiende a otros soportes mediáticos. Declerq, Tulkens y Van Leuven (2018) recogieron las reacciones de la audiencia a través de Twitter y Facebook en relación con un programa de info-entretenimiento centrado en la alimentación, emitido en flamenco por la televisión pública belga. Los autores destacan que la información sobre nutrición incita a la refutación, al debate y a las sugerencias por parte de las audiencias; y no tanto al cambio de sus hábitos. Por otro lado, Angela Bernabéu-Peiró (2015) abordó la divulgación a través de las ondas de la alimentación y la nutrición a través de Radio 5 Todo Noticias.

Otras investigaciones se han dirigido a la publicidad de alimentos. Abrahams *et al.* (2017) tras estudiar los anuncios en 5 revistas sudafricanas encontraron que el 59% de los mismos correspondían a alimentos poco saludables. Por su parte, Leroy *et al.* (2018) han llevado a cabo una investigación diacrónica, a fin de determinar el tratamiento que se ha venido ofreciendo del consumo de carne durante el periodo 2001-2015 por parte del *MailOnline*, la versión digital del tabloide

británico *The Daily Mail*. Este estudio arroja luz sobre los, en ocasiones, contradictorios puntos de vista adoptados por esta cabecera respecto a las bondades o perjuicios del consumo del citado alimento.

La presente investigación pretende ofrecer una radiografía del tratamiento que recibieron los temas nutricionales a lo largo de 2017 en *elpais.com* y *lavanguardia.com*. Según los datos de audiencia de la prensa digital española elaborados por ComScore (tabla 1), en noviembre del citado año, estas cabeceras ocupaban respectivamente el primer y el tercer lugar del panel, con 18,928 y 16,471 millones de usuarios únicos. Se da la circunstancia de que se trata de las ediciones digitales de los dos periódicos de información general que mayores ventas tuvieron en 2017, según datos de OJD, con una media de 175.041 ejemplares diarios en el caso de *El País* y 105.811 en el de *La Vanguardia*.

El estudio intenta dar continuidad a otras investigaciones, como las ya citadas de Fúster *et al.* (2009) o Alzate (2013), en las que queda de manifiesto la preocupación de los medios escritos por las cuestiones ligadas a la nutrición y profundizar en las características (contenidos, autoría, fuentes, géneros, enfoques...) de este tipo de textos.

La relevancia del tema nutricional en el ámbito de la comunicación no es sino reflejo de una sociedad avanzada que desea saber y controlar cada vez más todo lo referente a la alimentación y sus implicaciones en la salud. Cabe recordar que un estudio realizado por ComScore (2018) respecto a los internautas de Alemania, Francia, Reino Unido, España e Italia arrojó el dato de que 130 millones de personas de estos países visitaron en 2018 un sitio de alimentación. Por otra parte, ya la Comisión Europea en su *Libro Blanco sobre Seguridad Alimentaria* subrayaba el derecho de los consumidores “a esperar información útil y clara sobre la calidad y los ingredientes de los alimentos (2000: 4). Asimismo, la Unión Europea en su Programa Marco de Investigación Horizonte 2020 sitúa la “Seguridad alimentaria, agricultura y silvicultura sostenibles, investigación marina, marítima y de aguas interiores y bioeconomía” como el segundo de sus retos sociales prioritarios.

2. Objetivos e hipótesis

El objetivo de esta investigación es analizar las características de los textos sobre nutrición publicados por *elpais.com* (121) y *lavanguardia.com* (168) a lo largo de 2017. Este análisis se desarrolla sobre la base de las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cuáles son los temas predominantes en los medios seleccionados? ¿Existe una coincidencia elevada entre ellos?
2. ¿Al tratarse de un ámbito periodístico especializado, la autoría de los textos puede presentar características propias? ¿Existe un elevado nivel de especialización entre los profesionales en este campo?
3. ¿Cuáles son las secciones, los géneros y el tipo de titulación mayoritariamente elegidos a la hora de abordar los temas de nutrición?
4. ¿Cuáles son los encuadres dominantes en estos textos?
5. ¿A qué tipo de fuentes recurren los medios seleccionados? ¿Se prioriza algún tipo de fuente?
6. ¿Este tipo de noticias son capaces de provocar comentarios por parte de los lectores?

De cara a intentar responder a estas preguntas, nos planteamos las siguientes hipótesis:

- H1. Los temas predominantes están relacionados con el concepto de alimentación saludable. Estos temas coinciden a grandes rasgos en los dos cibermedios estudiados.
- H2. El grado de especialización en las cabeceras seleccionadas no es excesivamente alto en temas de nutrición. Esto se traduce en un elevado número de firmas diferentes.
- H3. Los temas de nutrición se ubican en secciones que corresponden temáticamente con lo que la prensa ha venido denominando “Sociedad”. Al tratarse de temas de actualidad prolongada o permanente, los géneros interpretativos se adaptan mejor a este tipo de temáticas, lo que se refleja en una titulación alejada de los estándares informativos.
- H4. Los textos sobre nutrición podrían ser englobados dentro del denominado “periodismo de servicio”, en el sentido definido por Diezhandino como aquella información “que se impone la exigencia de ser útil en la vida personal del receptor” (1994: 94); por lo que el encuadre de recomendaciones/soluciones es el predominante en los textos.
- H5. El sector profesional de los nutricionistas-dietistas se constituye como el proveedor fundamental de fuentes para cuestiones relativas a la nutrición.
- H6. La nutrición conforma un campo informativo capaz de generar comentarios por parte de los lectores.

3. Metodología

A la hora de llevar a cabo este análisis se han tenido en cuenta las aportaciones realizadas desde la teoría de la agenda-setting. Como explicaron McCombs y Evatt, “al prestar atención a ciertos aspectos, a expensas de otros, y al sugerir ciertas soluciones o respuestas en lugar de otras, los mensajes de los medios de difusión influyen en algo más que en los temas, influyen en el modo en que la gente piensa sobre esos temas” (1995: 22). En este sentido, Carballo *et al.* apuntan a una evolución de la teoría de la agenda setting, que ha ampliado su alcance; por lo que la consideran un marco teórico muy efectivo para analizar de los contenidos de los medios sobre el público (2018: 127).

Para el estudio de la muestra se ha efectuado un doble examen de la misma –cuantitativo y cualitativo– basado en las propuestas que sobre el análisis de contenido realizan autores como Krippendorff (1990) o Bardin (1996), quien explica que “la aproximación cuantitativa está fundada en la *frecuencia* de aparición de ciertos elementos del mensaje”, mientras que “la aproximación no cuantitativa recurre a indicadores no frecuenciales susceptibles de permitir inferencia” (1996: 87).

En nuestro caso se han analizado los contenidos; la autoría; las secciones, género y titulares y las fuentes de los textos sobre nutrición.

A la hora de establecer una clasificación de las fuentes, se han revisado otras investigaciones sobre alimentación y medios de comunicación, como la de Pinzón-Ríos, Ocampo-Villegas y Gutiérrez-Coba (2015), la ya referida de Aranceta (2015), así como las utilizadas en los informes SAM (2008) y Elika (2015) sobre la seguridad alimentaria en los medios de comunicación en Cataluña y el País Vasco, respectivamente.

Asimismo, la Teoría del *Framing*, entendida esta como una herramienta de análisis e investigación para comprender como los medios de comunicación construyen sus discursos mediáticos enmarcando sus contenidos, nos ha sido de gran utilidad. Se consideran los encuadres como esquemas interpretativos que actúan como principios organizadores del texto. La tarea de encuadrar consiste para Entman (1993) en “seleccionar 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).

Durante los últimos años son muchos los estudios que han abordado la nutrición y temáticas afines desde la teoría del framing. Así, y por citar sólo algunos, Van Hooft *et al.* (2017) analizan el tratamiento de la obesidad infantil en la prensa sueca atendido a la conceptualización del encuadre de Entman en lo que respecta a la definición del problema y sus posibles soluciones; Hossain, N. (2018) estudia la otra cara de la moneda e investiga cómo los medios internacionales enmarcaron los disturbios alimentarios durante el periodo 2007-2012. Entre sus conclusiones observa que marcos como el de recomendación de tratamiento dependían entre otros factores de la ubicación y el papel desempeñado por el país originario del medio dentro del sistema alimentario mundial.

En el caso que nos ocupa, a la hora de enumerar los encuadres principales en los textos sobre nutrición se ha optado por la modalidad inductiva (Vreese, 2005), frente a la deductiva. Las palabras-clave, las fuentes, ejemplos, titulares, subtítulos, citas, son algunos de los dispositivos de encuadre aportados por autores como Entman (1993), Tankard (2001) y Gamson y Modigliani (1989) que han servido para la identificación de cuatro encuadres fundamentales.

Concretamente, el encuadre de “diagnóstico” que Eilders y Lutens (2000: 417) aplicaron al estudio de los editoriales de la guerra de Kosovo en la prensa alemana, junto al de identidad y pronóstico. Los autores aluden a Snow y Benford (1988) al explicar que este encuadre de diagnóstico se refiere a la diagnosis de algún evento o aspecto de la vida social como problemático y con necesidad de alteración. En segundo lugar, el de “consecuencias”, adaptado del “Economic consequences” que presenta “an event, problem, or issue in terms of the economic consequences it will have on an individual, group, institution, region, or country” (Vakenburg, 1999: 552). En este estudio se han tomado en consideración no únicamente las consecuencias económicas, sino aquellas que pueden afectar al bienestar general de las audiencias. Asimismo, se han tomado en consideración el encuadre de “recomendaciones/soluciones” (Entman, 1993) y el de “responsabilidad”. Este último, según Semetko y Valkenburg, “presents an issue or problem in such a way as to attribute responsibility for its cause or solution to either the government or to an individual or group” (2000: 96).

Tabla 1: Los 5 ciberdiarios españoles con mayor audiencia (noviembre 2017).

Diario	Usuarios únicos (en miles)
<i>elpais.com</i>	18.928
<i>elmundo.es</i>	17.918
<i>lavanguardia.com</i>	16.471
<i>abc.es</i>	14.235
<i>elconfidencial.com</i>	12.246

Fuente: ComScore

En nuestro caso, se ha realizado una primera preselección de las informaciones relacionadas con la alimentación publicadas a lo largo de 2017 en *elpais.com* y *lavanguardia.com*, ambos situados, como ya se ha señalado, entre los tres primeros ciberdiarios españoles con mayor audiencia, según los datos de ComScore. Para esta selección se han tenido en cuenta las aportaciones de Sánchez, Del Valle y Mensa (2019) relativas al procesamiento cuantitativo de los contenidos digitales sobre materia alimentaria. Estos autores proponen un procedimiento para realizar búsquedas eficaces de noticias sobre el “hecho alimentario” y plantean un listado de 40 posibles términos.

Tomando en consideración dicho listado, se realizó una búsqueda en la hemeroteca digital de ambos medios utilizando los siguientes términos: agricultura, alimentos, alimentación, alergia, dieta, ganadería, gastronomía, industria alimentaria, nutrición, obeso, obesidad, pesca y seguridad alimentaria. Se obtuvieron 465 ítems en el caso de *elpais.com* y 753 en el de *lavanguardia.com* (ver tabla 2).

A continuación, se ha efectuado un análisis en profundidad de los textos correspondientes al ámbito de la “Nutrición”. Para determinar qué inserciones corresponderían a ese subgrupo se ha consultado la clasificación empleada en los informes publicados por Elika (2012-2015) sobre el tratamiento de la Seguridad Alimentaria en la prensa del País Vasco. Concretamente, se han incluido en este descriptor temas tales como los hábitos de consumo, las dietas, las alergias e intolerancias alimentarias o las propiedades de los alimentos, entre otros.

El análisis se ha centrado en las siguientes variables:

- Contenidos.
- Autoría de los textos.
- Secciones, géneros y titulares.
- Encuadres.
- Fuentes.
- Número de comentarios de los lectores.

4. Resultados

Los resultados de la búsqueda de textos sobre alimentación fueron divididos en 6 subcategorías, tal y como se detallan en la tabla 2.

Tabla 2: Inserciones totales sobre alimentación divididas por áreas temáticas en *elpais.com* y *lavanguardia.com*.

	<i>elpais.com</i>		<i>lavanguardia.com</i>	
	Totales	Porcentaje	Totales	Porcentaje
Seguridad y riesgo	50	11%	100	13%
Agricultura/Ganadería/Pesca	77	16%	46	6%
Industria alimentaria	56	12%	155	21%
Nutrición	121	26%	168	22%
Gastronomía	87	19%	151	20%

Accesibilidad	74	16%	133	18%
TOTAL	465	100%	753	100%

Fuente: Elaboración propia.

En ambas publicaciones, las inserciones correspondientes al descriptor “Nutrición” fueron las más numerosas dentro de la temática alimentaria, con un 26% en el caso de *elpais.com* (n=121) y un 22% en de *lavanguardia.com* (n=168).

Si comparamos estos datos con los obtenidos por Fúster *et al.* (2009) en su estudio de 2006, podríamos hablar de una consolidación de los contenidos alimentarios, en general, en los medios escritos, y más concretamente de los relativos a la nutrición. En 2006 *El País* publicó 160 textos sobre alimentación y *La Vanguardia* 105. En ambos casos la nutrición fue la temática más abordada. Por su parte el *Informe SAM 2008*, contabilizaba en dicho año 451 registros en el caso de *La Vanguardia* y 413 en *El País*. El 27% de las inserciones de dicho informe correspondían a contenidos relacionados con la nutrición.

4.1. Contenidos

Aunque, en términos generales, ambas cabeceras abordan temas similares (tabla 3), la frecuencia de aparición de los mismos es diferente en uno y otro medio. En función del contenido de los textos, estos se han reunido en 15 grandes grupos. En caso de duda, se ha priorizado la temática destacada en el encabezado. “Nutrición saludable”, “Azúcar”, “Propiedades de los alimentos” y “Dietas” son las cuatro temáticas a las que tanto *elpais.com* como *lavanguardia.com* dedican una especial atención, aunque la prioridad que se otorga a las mismas no es coincidente.

El apartado de “Nutrición saludable” es el más repetido en *elpais.com* (19,8%), pero ocupa la tercera posición en *lavanguardia.com* (17,2%). Bajo este descriptor se agrupan textos que pretenden orientar al lector para que su ingesta alimentaria sea lo más sana posible. “Cada día comemos más seguro, pero menos sano” (*elpais.com*, 14/02/2017) o “Qué alimentación seguir para sentirnos mejor” (*lavanguardia.com*, 06/03/2017) constituyen ejemplos de este tipo de inserciones.

Los distintos tipos de dieta suponen en cambio la principal temática de *lavanguardia.com* (20,2% del total), mientras que *elpais.com* la relega a la cuarta posición (9,1%). Entre las noticias situadas en este apartado figurarían las siguientes: “¿Qué es la dieta “ketogénica” y por qué está de moda?” (*lavanguardia.com*, 19/02/2017) o “Los inesperados beneficios de la dieta de hace un millón de años” (*elpais.com*, 30/08/2017).

Los problemas derivados del consumo de azúcar constituyen la segunda cuestión más repetida en *elpais.com* (11,6%) y la cuarta en *lavanguardia.com* (6,5%). Cabe recordar la controversia existente en torno a este producto a raíz de la recomendación de la Organización Mundial de la Salud (2015) de reducir el consumo de azúcares libres a menos del 10% de la ingesta calórica total.

Tabla 3: Principales contenidos sobre Nutrición.

Tema	<i>elpais.com</i>		<i>lavanguardia.com</i>	
	n	%	n	%
Nutrición saludable	24	19,8	29	17,2
Azúcar	14	11,6	11	6,5
Propiedades de los alimentos	12	9,9	33	19,6
Dietas	11	9,1	34	20,2
Obesidad	10	8,3	7	4,2
Alimentación infantil	9	7,4	9	5,4
Gluten	5	4,1	5	3,0
Zumos	4	3,3	1	0,6
Vegano/vegetariano	4	3,3	9	5,4
Alimentos ecológicos	4	3,3	2	1,2
Lácteos	4	3,3	3	1,8
Alcohol	2	1,7	1	0,6
Sal	1	0,8	3	1,8
Alergias	1	0,8	2	1,2
Otros	16	13,2	19	11,3
Total	121		168	

Fuente: Elaboración propia.

El segundo tema en número de inserciones en *lavanguardia.com* (19,6%) es el relativo a las propiedades de determinados alimentos: “Pimientos: depurativos, antioxidantes y muy nutritivos (11/07/2017). Este contenedor ocupa el tercer lugar en *elpais.com* (9,9%): “Por qué el arroz blanco engorda más que el integral si tienen casi las mismas calorías” (23/08/2017). También la obesidad tiene una presencia destacada en ambas cabeceras (es la quinta temática en *elpais.com* y la séptima en *lavanguardia.com*). Se trata de un problema que desde hace algún tiempo viene concitando el interés mediático, tal y como atestiguan diversos estudios, como el de Atasanova *et al.* (2012), Couch *et al.* (2015), Heuer *et al.* (2011), Jeong *et al.* (2014), De Brún *et al.* (2013) o Sun *et al.* (2016), por citar solo algunos. La alimentación infantil es otro de los contenidos destacados en ambos medios (7,4% en *elpais.com* y 5,4% en *lavanguardia.com*): “¿Cuál es la mejor leche para mi hijo?” (*elpais.com*, 11/09/2017), “Esta es la forma de medir las raciones de comida para tus hijos” (*lavanguardia.com*, 21/11/2017). Del resto de los temas abordados por ambos diarios, destacan las inserciones de *lavanguardia.com* dedicadas a la alimentación vegetariana: “6 productos de vicio que nunca hubieras pensado que son veganos” (05/01/2017), “Sí, puedes ganar músculo con una dieta vegana” (19/03/2017).

Aunque a grandes rasgos, puede observarse una similitud entre los ámbitos temáticos elegidos por ambos medios, la valoración de los mismos, la selección de los temas concretos y los momentos elegidos para publicarlos difieren ostensiblemente. Marzo es uno de los meses en que ambos diarios coinciden en dos de los contenidos seleccionados: El polémico debate mantenido en el programa *Chester in love* de la cadena de televisión Cuatro entre la periodista Mercedes Milá y el bioquímico José Miguel Mulet en torno al libro *La enzima prodigiosa* (*elpais.com*, 09/03/2017; *lavanguardia.com*, 07/03/2017) y la nueva propuesta de pirámide alimentaria (*elpais.com*, 30/03/2017; *lavanguardia.com*, 03/03/2017), si bien en el caso del periódico editado en Madrid se trata de una carta al director.

El 09/04/2017 *elpais.com* advertía, citando a la universidad de Harvard, que “la moda ‘sin gluten’ aumenta el riesgo de diabetes”. Casi un mes más tarde, el 04/05/2017, *lavanguardia.com* aludía a la misma institución académica para señalar que “comer sin gluten puede perjudicar la salud cardiovascular de los no celíacos”. El 05/10/2017 *elpais.com* mostraba “un truco para comer verduras cada día si casi darse cuenta”, y tres días después *lavanguardia.com* explicaba “cómo comer verduras variadas y con mucho gusto”.

4.2. Autoría

El análisis de la autoría de los textos sobre Nutrición ofrece una fotografía muy diferente en el caso de *elpais.com* y *lavanguardia.com*. En el primero el 88,3% de las inserciones están firmadas por periodistas o colaboradores del medio. De las 121 piezas publicadas, únicamente 9 (7,4%) aparecen sin firma, mientras que solo 3 informaciones proceden de agencias. El número de autores es alto, 58, lo que conlleva que la media de firmas por autor sea baja, 1,8. Bajo la denominación de “Corporativos” se han agrupado los dos textos patrocinados por el Instituto Puleva de Nutrición.

Tabla 4: Autoría de los textos sobre Nutrición.

	<i>elpais.com</i>	<i>lavanguardia.com</i>
TOTAL	121	168
Sin firma	7,5%	11,9%
Agencia	2,5%	22,6%
Corporativos	1,7%	-
Firmados	88,3%	65,2%
Nº de firmantes	58	34
Media de artículos/autor	1,8	3,2

Fuente: Elaboración propia.

En *lavanguardia.com* el porcentaje de noticias procedente de agencias de información (22,6%) es muy superior al de *elpais.com*. Si a este bloque le añadimos el correspondiente a los textos sin firma, se observa que más de un tercio de las inserciones no estarían elaboradas por personal –fijo o colaborador– de la cabecera catalana. El número de autores de *lavanguardia.com* es muy inferior al de *elpais.com*. La consecuencia lógica de ello es que la media de artículos por firmante sea muy superior.

Tabla 5: Número de textos firmados por los autores.

	<i>elpais.com</i>	<i>lavanguardia.com</i>
>10 textos	0	2
6-10 textos	1	3
3-5 textos	11	6
1-2 textos	45	23

Fuente: Elaboración propia.

Atendiendo al número de textos sobre nutrición firmado por los diferentes autores, *lavanguardia.com* presentaría, a priori, un mayor grado de especialización entre sus firmantes. Destaca por el número de piezas escritas Claudia Loring, con 22, cuyos textos tienen un marcado tono pedagógico: “Las chucherías son productos comestibles, no alimentos” (08/05/2017). Le siguen como autoras más prolíficas Neus Palou, con 13 inserciones, Alejandra Sánchez con 8 y Elena Navarro con 7.

En *elpais.com* los números de las principales firmantes se encuentran lejos de los de su competidor. El listado lo encabeza Ángeles Gómez con 6 textos, todos ellos procedentes de la revista *BuenaVida*. Le siguen Carlos Laorden y Verónica Palomo, con 5 inserciones.

Se da la circunstancia de que las mujeres son las mayores firmantes de textos sobre nutrición: 5 de las 6 primeras en el caso de *lavanguardia.com* y 4 de las 6 en *elpais.com*. En ambos medios, el 60% de los firmantes son mujeres.

Por otra parte, es digno de mención el elevado número de autores ocasionales sobre Nutrición que aparecen en *elpais.com*, nada menos que 30 firmantes han elaborado un único texto. En *lavanguardia.com* la cifra de autorías únicas queda reducida a 13. Sarah Palenque figura como firmante en ambos medios, con una inserción en *elpais.com* y dos en *lavanguardia.com*.

Estos datos apuntan hacia una limitada especialización periodística en el ámbito de la nutrición, algo ya detectado en estudios como el de Alzate (2013) o en los realizados por Elika (2012-2015) sobre la Seguridad Alimentaria en la prensa del País Vasco.

4.3. Secciones, géneros y titulares

Ambos diarios agrupan el grueso de las informaciones sobre Nutrición en dos secciones muy concretas, “Buenavida” (49%) en el caso de *elpais.com*, y “Vivo” en lo referente a *lavanguardia.com* (41%). En el caso del ciberdiario del Grupo Prisa, “De mamá y de papá” (10%) y “Nutrir con ciencia” (7%) se sitúan en segundo y tercer lugar, aunque con un peso notablemente inferior. En cambio, la publicación catalana sí que reúne un elevado número de informaciones en las secciones “Vida” (24%) y “Comer” (22%).

Cabe recordar que Demonte (2017), en su estudio sobre la prensa argentina apuntaba a “Sociedad”, “Información General” y “Ciencia y Salud” como el destino de las informaciones de esta temática. Alzate (2013), por su parte, se refería a la

ausencia en la prensa de secciones destinadas a la nutrición. Sin embargo, tanto “Nutrir con ciencia” en *elpais.com*, como el canal “Comer” de *lavanguardia.com*, sí que constituirían espacios especializados dedicados al ámbito alimentario.

Tabla 6: Distribución de los textos por secciones.

<i>elpais.com</i>		<i>lavanguardia.com</i>	
Sección	Inserciones	Sección	Inserciones
Buenavida	59	Vivo	64
De mamás y de papás	13	Vida	37
Nutrir con ciencia	9	Comer	34
Ciencia	7	Regional-Local*	13
Mundo Global	4	Cribeo	6
Otros	29	Otros	14
Total	121	Total	168

*Bajo la denominación de Regional-Local se agrupan 4 textos correspondientes a Comunidad Valenciana, 3 a Madrid, 2 a Andalucía y 1, respectivamente, a Girona, Cantabria, Mataró-Maresme y L'Hospitalet y Baix Llobregat.

Fuente: Elaboración propia.

Elpais.com recoge dentro del apartado “Buenavida” contenidos de la publicación mensual homónima, nacida en 2014, con el objetivo de convertirse en el suplemento de bienestar de *El País*. Los textos de esta sección no son ajenos a la actual moda periodística de las listas: “Estas son las ocho dietas que prometen mejores resultados” (26/01/2017), “Siete bebidas supuestamente saludables que no son mejores que un refresco de cola” (02/02/2017), “12 fotos asombrosas que nos enseñan cómo son los alimentos antes de ser recolectados” (02/03/2017).

“De mamás y de papás” es un apartado dedicado a los diferentes aspectos de la maternidad/paternidad, incluida la nutrición infantil: “Obligar a tu hijo a terminarse el plato tiene consecuencias en su salud” (09/01/2017), “Los niños que toman un zumo al día no engordan, ¿o sí?” (03/04/2017). El tercer espacio en número de inserciones de *elpais.com*, “Nutrir con ciencia”, es una sección “sobre alimentación basada en evidencias científicas y en el conocimiento contrastado de especialistas”. Entre estos últimos figuran conocidos nutricionistas y divulgadores como Julio Basulto –“Un inesperado incendio llamado ‘bebidas energéticas’ (22/02/2017)–, Laura Saavedra –“Cada día comemos más seguro, pero menos sano” (14/03/2017)– o Aitor Sánchez –“Dietas sin gluten, ¿por qué tanta alarma?” (30/03/2017)–.

“Vivo. Gente smart” es un canal de *lavanguardia.com* dedicado a temáticas como el estilo de vida, la psicología, la maternidad/paternidad, el sexo o las mascotas que alberga el 41% de los artículos sobre nutrición de este diario. La mayor parte de estos textos aluden a las dietas –“¿Por qué es necesario aumentar el zinc en la dieta?” (05/01/2017)– o a hábitos alimentarios –“Esta es la cantidad de tiempo que debemos dedicar a comer”– (15/08/2017).

El 87% de los textos sobre nutrición de *lavanguardia.com* se agrupan entre el citado apartado y las denominadas “Vida” y “Comer”. La web de este medio considera a “Vida” una sección, mientras que “Vivo” o “Comer” tendrían la consideración de canales. En todo caso, los contenidos relativos a nutrición encuadrados en estos tres ámbitos no presentan grandes

diferencias. Así, si “Lo que debes saber para mantener el colesterol a raya” (23/03/2017) aparece en “Vivo”, “Seis alimentos extraños que tu cuerpo necesita” (19/03/2017) se sitúa en “Vida” y “Es todo lo que reluce un superalimento” (19/03/2017) está en “Comer”.

Tabla 7: Géneros utilizados.

	<i>elpais.com</i>	<i>lavanguardia.com</i>
Información	10,0%	28,9,7%
Reportajes	66,1%	61,9%
Opinión	10,0%	3,0%
Fotorreportaje	4,9%	-
Entrevista	1,6%	4,1%
Otros	7,4%	1,2%

Fuente: Elaboración propia.

En ambos ciberdiarios el reportaje es por mucha diferencia el género más empleado en el terreno de la nutrición, situándose por encima del 60%. Se trata de un porcentaje muy superior al detectado en el *Informe SAM* (2008) hace nueve años para *El País* (5%) y *La Vanguardia* (13%). El dato también contrasta con el análisis de Demonte (2017) que apunta a la nota informativa como el género más empleado.

La preponderancia del reportaje puede explicarse por el hecho de que muchos de los temas que se abordan no son de actualidad reciente, sino más bien de actualidad prolongada o de actualidad permanente. Es decir, no aluden a algo que acaba de ocurrir, sino que apuntan a cuestiones que en cualquier momento podrían suscitar el interés de la audiencia –las virtudes de un determinado alimento, los beneficios de una dieta, el problema de los azúcares añadidos, etc.–.

Las informaciones únicamente suponen un 10,6% de las inserciones en *elpais.com*, pero alcanzan el 29,7% en *lavanguardia.com*. Un buen número de estas noticias corresponde a iniciativas de las instituciones para mejorar los hábitos alimentarios de la ciudadanía –“Canarias también planea un impuesto sobre las bebidas y otros alimentos azucarados” – (*elpais.com*, 04/05/2017), “Salud Pública recomienda reducir alimentos enriquecidos con azúcar para niños” (*lavanguardia.com*, 21/11/2017).

Los textos de Opinión se limitan al 10,6% en *elpais.com* y a un escaso 2,9% en *lavanguardia.com*. En la cabecera madrileña en este apartado se incluyen las colaboraciones de Julio Basulto o Aitor Sánchez para la sección “Nutrir con ciencia”. En el caso de la publicación barcelonesa habría que mencionar los artículos de Toni Massanés en la sección “Comer”.

Tabla 8: Tipos de titulares sobre nutrición

	<i>elpais.com</i>	<i>lavanguardia.com</i>
Informativos	15,7%	29,1%
Interrogación	25,6%	20,8%
2ª persona	9,9%	13,6%

1ª persona	9,9%	9,5%
Numéricos (listas)	7,5%	7,1%
Demostrativos (Esta es...)	5,8%	5,9%
Otros títulos no informativos	25,6%	14,0%

Fuente: Elaboración propia.

En el ámbito de la nutrición, los titulares puramente informativos, basados en el esquema sujeto+verbo+predicado y que adelantan al lector las claves fundamentales que encontrará en el texto al que acompañan, son minoritarios. En el caso de *lavanguardia.com* la presencia este tipo de titulares coincide aproximadamente con el del número de noticias. Sin embargo, la mayoría de los encabezados sobre alimentación se encuadrarían dentro de lo que Núñez Ladevéze denomina títulos apelativos: “Aquellos que utilizan el lenguaje para llamar la atención sobre un hecho cuyo conocimiento no se presume, pero del que no se informa” (1991: 222). El propio autor explica que “los titulares pueden ser más o menos *apelativos*, ya que pueden encaminarse a reforzar o modificar actitudes de los destinatarios” (1995: 62). Antonio López, refiriéndose a este tipo de encabezados señala que “suelen ser meramente temáticos, en el sentido de que mencionan un tema, pero no dan información completa sobre el mismo” (2019: 68).

En un porcentaje considerable de los casos los titulares apelativos plantean interrogaciones –“¿Se puede perder peso comiendo ‘fast food’?”– (*elpais.com*, 12/05/2017), “¿Por qué los alimentos vegetarianos quieren parecerse a la carne?” (*lavanguardia.com*, 17/01/2017).

También es frecuente utilizar la segunda persona (apelar al lector) e incluso la primera: “Meterlo en la nevera: errores garrafales que cometemos con el pan” (*elpais.com*, 21/06/2017), “Si consumes edulcorantes bajos en calorías quizás tengas tendencia a engordar” (*elpais.com*, 31/07/2019), “Lo que debes saber para mantener el colesterol a raya” (*lavanguardia.com*, 22/03/2017), “La cantidad de calcio que debemos consumir según la edad que tengamos” (*lavanguardia.com*, 27/06/2017).

Los titulares que aluden a una lista, algo bastante común en el periodismo digital, suponen un 7% del total: “Cinco alimentos que nunca debería comprar en el supermercado” (*elpais.com*, 22/05/2017), “Las 5 peores dietas de moda para perder peso” (*lavanguardia.com*, 22/06/2017).

Por último, bajo la denominación de “demostrativos” hemos agrupado a aquellos titulares que adelantan la existencia de una determinada información mediante el uso de un adjetivo o pronombre demostrativo: “Estos picoteos pueden ser más efectivos que un medicamento” (*elpais.com*, 28/06/2017), “Este es el alimento que podría tener la clave para combatir la obesidad” (28/11/2017).

4.4. Encuadres

Los contenidos seleccionados han sido distribuidos en los encuadres previamente definidos.

Tabla 9: Tipos de encuadres dominantes en los textos sobre nutrición.

	<i>elpais.com</i>	<i>lavanguardia.com</i>
Diagnóstico	25,6%	28,5%
Soluciones/Recomendaciones	52,9%	55,9%
Responsabilidad	14,9%	8,5%
Consecuencias	6,6%	7,1%

Fuente: Elaboración propia.

Como puede verse en la tabla adjunta, la distribución porcentual de los encuadres dominantes en los textos no presenta grandes diferencias entre los dos diarios analizados. En ambos casos, el encuadre de Soluciones/Recomendaciones es el más habitual, superando el 50% de la muestra. Entman (1993: 52) explica que los encuadres pueden “sugerir soluciones”. Este enfoque denota una voluntad de asesoramiento y de utilidad para el lector en cuestiones ligadas a su alimentación. Este sería el caso de inserciones como la titulada “Si quieres perder grasa y hacer músculos, sigue esta dieta” (*elpais.com*, 26/01/2017) o “Fresas, una de las frutas más antioxidantes” (*lavanguardia.com*, 19/03/2017). Se trata, en general, de textos que plantean alternativas de consumo para lograr una nutrición saludable.

El segundo encuadre más empleado es el de Diagnóstico. Este marco aparece en el 25,6% de los textos de *elpais.com* y en el 28,5% de los de *lavanguardia.com*. “Cada día comemos más seguro, pero menos sano” (*elpais.com*, 14/03/2017) y “El nuevo consumidor exige alimentos adaptados a su estilo de vida, cercanía y digitalización” (14/03/2017) constituyen dos ejemplos de este tipo de enfoque.

Es en el denominado encuadre de Responsabilidad donde las diferencias son mayores entre *elpais.com* (14,9%) y *lavanguardia.com* (8,5%). En este marco se alinean aquellas noticias sobre nutrición sobre los responsables de determinados problemas alimentarios: “La hamburguesa envasada no es una hamburguesa” (*elpais.com*, 04/03/2017), “La sorprendente cantidad de azúcar de estos cinco alimentos ‘saludables’” (*lavanguardia.com*, 30/07/2017).

Por último, el encuadre de Consecuencias es el menos habitual en los textos analizados –6,5% en *elpais.com* y 7,1% en *lavanguardia.com*–. Generalmente se trata de contenidos que aluden a las consecuencias sanitarias de los consumidores: “Estuve un mes sin probar ni una gota de alcohol y me pasó esto” (*elpais.com*, 12/05/2017), “Comer sin gluten puede perjudicar la salud cardiovascular de los no celíacos” (*lavanguardia.com*, 04/05/2017).

4.5. Fuentes

Los dos diarios analizados muestran divergencias respecto a las fuentes empleadas. La primera diferencia hace referencia al número de fuentes utilizadas. En este aspecto, *elpais.com*, con una media de 3,3 referencias por inserción prácticamen-

te duplica las cifras de la *lavanguardia.com* (1,7). Además, en el *elpais.com* es muy inferior (4,9%) el número de noticias en las que no se cita explícitamente ninguna fuente; frente a lo que ocurre en la publicación catalana (12,5%).

Tabla 10: Número de fuentes citadas en los textos.

	<i>elpais.com</i>		<i>lavanguardia.com</i>	
	n	%	n	%
Asociaciones científicas y profesionales	28	6,9	17	5,7
Asociaciones de Consumidores	6	1,5	4	1,4
Industria alimentaria	23	5,9	15	5,1
Investigación/académicas	103	25,4	55	18,6
Médico/sanitarias	42	10,3	48	16,2
Nutricionistas/dietistas	70	17,2	59	19,9
ONG y Fundaciones	4	1,0	10	3,4
Organismos internacionales	37	9,1	21	7,1
Organismos nacionales	25	6,7	9	3,0
Publicaciones científicas	29	7,1	25	8,4
Otros	36	8,9	33	11,2
Total	403		296	
Nº fuentes diferentes	303		247	
Textos sin fuente	6	4,9	21	12,5
Media fuentes/texto	3,3		1,7	

Fuente: Elaboración propia.

En ambos medios se priman fundamentalmente tres tipos de fuente: las correspondientes al ámbito de la investigación y/o académicas, las médico-sanitarias, y las de nutricionistas-dietistas. Estos tres sectores aportan el 52,9% de las citas en el caso de *elpais.com* y el 54,7% en el de *lavanguardia.com*. Sin embargo, mientras *elpais.com* da preponderancia a las fuentes del campo de la investigación y/o académicas (25,4%), *lavanguardia.com* se inclina por los nutricionistas (20%).

En el otro extremo se situarían la asociaciones de consumidores (en torno al 1,5% en ambos ciberdiarios) y las diferentes ONG y Fundaciones sin ánimo de lucro (por debajo del 3,5% en las dos publicaciones). Mayor atención reciben determinadas publicaciones científicas. En el caso de *elpais.com* las citas más numerosas proceden de revistas del ámbito de la medicina, como *The Lancet* (4 referencias), *Pediatrics* (2) y *JAMA Pediatrics* (2). En *lavanguardia.com* las publicaciones más empleadas como fuente son *American Journal of Clinical Nutrition* (en 3 textos), *Cell Metabolism* (3) y *Journal of the American College of Cardiology* (2).

La Organización Mundial de la Salud (OMS) es la referencia más citada por ambos medios. En *elpais.com* se recurre habitualmente al trío de nutricionistas formado por Juan Revenga, Aitor Sánchez y Julio Basulto, estos dos últimos cola-

boradores también de la publicación. Los tres sobresalen por su labor divulgadora a través de sus respectivos blogs “El nutricionista de la General” (<https://juanrevenga.com/>), “Mi dieta cojea” (<https://www.midietacojea.com>) y <https://juliobasulto.com>. También se recurre a Miguel Ángel Uruñuela, autor del blog “Gominolas de petróleo” (<http://www.gominolasdepetroleo.com>). En *lavanguardia.com* ocupan un lugar destacado la nutricionista Marta Sanz y la doctora Raquel Nogués, del Centro Médico Teknon.

Tabla 11: Las 10 fuentes más citadas en los textos de ambos diarios.

<i>elpais.com</i>		<i>lavanguardia.com</i>	
Fuente	Nº textos	Fuente	Nº textos
OMS (organismo internacional)	10	OMS (organismo internacional)	10
Juan Revenga (nutricionista)	9	Marta Sanz (nutricionista)	7
Aitor Sánchez (nutricionista)	8	Raquel Nogués (médico)	4
Julio Basulto (nutricionista)	8	Rubén Bravo (nutricionista)	3
AECOSAN (organismo nacional)	8	José Miguel Mulet (bioquímico)	3
José Miguel Mulet (bioquímico)	7	FAO (organismo internacional)	3
EFSA (organismo internacional)	5	Ministerio de Agric. (org. nac.)	3
FAO (organismo internacional)	5	American Journ. of Clinical Nutrition (rev.)	3
Rubén Bravo (nutricionista)	4	EFSA (organismo internacional)	3
Ministerio de Agricultura (org. nac.)*	4	Cell Metabolism (revista)	3
En 4 textos también se cita la Fundación Española de Nutrición y la revista <i>The Lancet</i>		Otras 17 fuentes son citadas en dos textos diferentes	

Fuente: Elaboración propia.

Ambos diarios dan voz en diferentes ocasiones a José Miguel Mulet, profesor de biotecnología en la Universidad Politécnica de Valencia. También se produce esa coincidencia en el caso de Rubén Bravo, experto en nutrición del Instituto Europeo de la Obesidad. Entre las fuentes no personales, además de la ya citada OMS, también la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura), el Ministerio español de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente y la EFSA (Autoridad Europea para la Seguridad Alimentaria) figuran entre las más utilizadas por las dos publicaciones.

4.6. Noticias más comentadas

Gomis señalaba que “noticia es la expresión periodística de un hecho capaz de interesar hasta el punto de suscitar comentarios” (1991: 49). La participación y número de comentarios de los lectores en relación con los textos relativos a la nutrición muestra notables divergencias entre las dos cabeceras estudiadas. Las 121 noticias de esta temática publicadas a lo largo de 2017 en *elpais.com* provocaron un total de 3.703 comentarios, lo que supone una media de 30,3 por texto. Sin embargo, la participación de los lectores se produjo de una manera muy poco homogénea. El 19,6% de las informaciones

no mereció ningún *post* y otro 29,5% no superó los 5 comentarios. Únicamente el 7,3% de las noticias superaron el centenar de intervenciones.

En el caso de *lavanguardia.com* el número total de comentarios se situó en 637, lo que arroja una media de 3,7 por inserción. También en este caso, el reparto es muy irregular. Existe un 51,1% de los textos sin ninguna aportación de los lectores y otro 30,3% que no supera los 5 comentarios. Solamente una noticia supera la cifra de los 100.

Tabla 12: Las 10 noticias con más comentarios en *elpais.com* y *lavanguardia.com*.

<i>elpais.com</i>		
Fecha	Título	Comentarios
30/8/17	Los inesperados beneficios de la dieta de hace un millón de años	424
17/11/17	No podemos seguir comiendo carne como hasta ahora	281
4/5/17	¿Por qué nos preguntamos si es segura una dieta vegana?	241
9/1/17	¿Sobredosis de calcio para tener huesos fuertes?	194
13/5/17	“¡Malditos vegetarianos!”	169
3/4/17	Comí 10 raciones de fruta y verdura al día durante una semana y me pasó esto	148
9/7/17	El Vaticano, en contra de las hostias sin gluten	145
5/7/17	“Los vegetarianos no solo son crueles, son pésimas personas”	117
14/5/17	¿Sabemos lo que comemos?	104
23/2/17	Comer 800 gramos de frutas y verduras al día reduce un 31% el riesgo de muerte prematura	96
<i>lavanguardia.com</i>		
5/1/17	6 productos de vicio que nunca hubieras pensado que son veganos	133
24/2/17	¿Quién vive más, los que comen carne o los que no?	51
19/6/17	“Las dietas son inútiles”	37
6/5/17	España concentra el 95% de los cultivos transgénicos de Europa	33
7/4/17	El aceite de palma da la cara	22
23/4/17	Espirulina, bayas de goji, agua de coco... el mito del ingrediente milagro	21
25/5/17	Alimentos que parecen sanos, pero no lo son	20
14/2/17	¿Somos omnívoros, carnívoros o herbívoros? Zanjamos el debate	18
11/2/17	Las recetas de un grupo de cocineras de Girona contra la disfunción eréctil	15
3/2/17	Quimio, meditación y alimentación consciente: así vencí al cáncer	14

Fuente: Elaboración propia.

En el caso de *elpais.com* el texto que más comentarios mereció (424) fue un reportaje en primera persona, titulado “Los inesperados beneficios de la dieta de hace un millón de años”, firmado por Tim Spector y Jeff Leach, sobre un viaje a Tanzania para visitar a los hazdas, “uno de los últimos grupos cazadores-recolectores que quedan en África” y estudiar su dieta. Según los autores, los hazda cuentan con uno de los microbiomas con mayor diversidad del planeta. Se da la circunstancia que 4 de los 10 artículos más comentados están relacionados con el vegetarianismo o con el veganismo, lo que induce a pensar que dichos hábitos alimentarios fomentan el debate entre los lectores de este medio. 8 de estos textos están firmados, en otro la autoría es de agencia y en el décimo no se detalla quién es el autor.

En el caso de *lavanguardia.com*, la inserción con más comentarios (133) es un fotorreportaje sin firma titulado “6 productos de vicio que nunca hubieras pensado que son veganos”, lo que, al igual que sucedía en *elpais.com* corrobora las reacciones que provoca esta práctica alimentaria. El segundo texto más comentado –“¿Quién vive más, los que comen carne o los que no?”– también alude a las dietas vegetarianas y veganas. En el caso de la cabecera catalana, dos de las 10 piezas más comentadas fueron escritas por un mismo autor, Albert Molins; mientras que otras 2 carecen de firma.

5. Discusión y conclusiones

La relevancia que los dos ciberdiarios, *elpais.com* y *lavanguardia.com*, dan a los contenidos sobre nutrición es evidente si tenemos en cuenta que de los 465 y 753 textos publicados, respectivamente, sobre alimentación un 26% (121) y un 22% (186) abordaban esta temática. Por ello, y a la vista de los resultados obtenidos en estudios anteriores como el de Fúster *et al.* (2009) o los *Informes SAM* se podría afirmar que existe una consolidación de los contenidos sobre nutrición en los medios escritos.

Nutrición saludable, azúcar, propiedades de los alimentos, y dietas constituyeron los 4 contenidos a los que los dos medios analizados dedicaron una especial atención a lo largo de 2017. Mientras que *elpais.com* se fijó sobre todo en los dos primeros; *lavanguardia.com* se centró principalmente en analizar las características de las distintas dietas y las propiedades de determinados alimentos. La obesidad, especialmente en el caso de *elpais.com*, sigue suscitando el interés informativo; algo que ya había sido confirmado por estudios como el de Atasonava *et al.* (2012), De Brún *et al.* (2013) o Jeon *et al.* (2014), entre otros autores.

Si nos fijamos en la autoría de los textos llama la atención que en *lavanguardia.com* hasta un tercio de sus contenidos corresponden a agencia o aparecen sin firma, lo que no impide que supere en 287 informaciones a *elpais.com*. Por su parte, *elpais.com*, ya sea por su particular idiosincrasia empresarial o por un reconocimiento explícito del interés que suscita la nutrición firma el 87,1% de los contenidos. Eso sí, con una restringida especialización en la materia, pues la mayoría de los firmantes se limitan a una o dos autorías.

La mayoría de los textos se encuadran en contenedores que corresponderían al ámbito temático de “Sociedad”, como sucede con “Buenavida” en *elpais.com*, que concentra la mitad de las inserciones de este medio, o a “Vivo” y “Vida”, que acaparan el 60% de las de *lavanguardia.com*. De todas formas, habría que destacar el hecho de que, aunque todavía con un limitado porcentaje de inserciones, *elpais.com* dispone de un apartado denominado “Nutrir con ciencia”, en el que colaboran conocidos nutricionistas como Julio Basulto, Lucía Martínez o Aitor Sánchez, entre otros; mientras que *lavan-*

guardia.com cuenta con el canal “Comer”, en el que los contenidos nutricionales comparten espacio con otros propios de la gastronomía o de la crítica enológica. Por lo tanto, se puede concluir que estos diarios digitales sí que han comenzado a desarrollar secciones específicas para los temas de alimentación.

Por gran diferencia (más del 60% de los casos en ambos diarios) el género más utilizado en los textos sobre nutrición es el reportaje. Se trata de porcentaje notablemente superior al registrado en otros estudios citados en el presente artículo.

El encuadre predominante en los textos es el de Recomendaciones/Soluciones, definido por Entman (1993). En ambas publicaciones aparece en más de la mitad de los textos. En segundo lugar, figuraría el de Diagnóstico, seguido del de Responsabilidad. Este enfoque denota una voluntad de asesoramiento para el lector y entroncaría con el concepto de “periodismo de servicio” definido por Diezhandino (1994: 89) como aquel que “no se limita a informar *sobre* sino *para*, que se impone la exigencia de ser útil en la vida personal del receptor”.

En concordancia con esta idea y, después de analizar su tipología, se sitúan los titulares apelativos que acompañan a los textos sobre nutrición, en los que es habitual el empleo de la interrogación (26% en *elpais.com* y 20% en *lavanguardia.com*), así como el uso de la primera o segunda persona y la presentación de listas.

Las fuentes más utilizadas por ambos medios proceden del denominado ámbito investigador-académico y del de los nutricionistas. Entre estos, se repiten nombres como los de Juan Revenga, Aitor Sánchez, Julio Basulto o Miguel Ángel Uruñuela, conocidos por la labor divulgadora que vienen desarrollando en sus respectivos blogs. En todo caso, cabe subrayar el hecho de que la media de fuentes por texto empleada por *elpais.com* (3,3), prácticamente duplica a la de *lavanguardia.com* (1,7).

Aunque, según los datos de ComScore, *elpais.com* tenía en 2017 un 14,9% más de lectores que *lavanguardia.com*, el número de comentarios aportados por los usuarios de la publicación del grupo Prisa quintuplican a los existentes en la cabecera del grupo Godó (3.730 frente a 637). En ambos casos, los textos relacionados con el vegetarianismo y el veganismo provocan una especial participación de los lectores.

Los datos no dejan lugar a dudas sobre la disposición de ambos diarios a ofrecer a sus audiencias abundante información sobre nutrición. Sin embargo, aunque *elpais.com* se muestre más volcado que *lavanguardia.com* a la hora de encarar el tratamiento de estos contenidos con mayor profusión de fuentes y autoría propia, lo que podría ayudar a entender la mayor participación de sus lectores, lo cierto es que todavía la especialización es un reto que los medios deben asumir. En todo caso, no se puede obviar las limitaciones de este estudio, limitado a dos cabeceras. La nutrición y sus implicaciones con la salud demandan de los medios mayor profundidad y responsabilidad, siendo deber de la comunidad académica seguir indagando en estas temáticas y ahondando en el tratamiento mediático de las mismas.

6. Referencias Bibliográficas

Abrahams, Z., Temple, N. J., Mchiza, Z. J. & Steyn, N. P. (2017). A Study of Food Advertising in Magazines in South Africa. *Journal of Hunger & Environmental Nutrition*. 12(3), pp. 429-441. doi: 10.1080/19320248.2016.1227757

Agència Catalana de Seguretat Alimentària (2007-2012) *Informes piloto SAM sobre la Seguridad Alimentaria en los Medios de Comunicación*. Recuperado el 14 de julio de 2018 de http://acsa.gencat.cat/ca/eines_i_recursos/publicacions/serie_seguretat_alimentaria_als_mitjans/informe-sobre-la-seguretat-alimentaria-als-mitjans-de-comunicacio.

Alzate, T. (2013): Consejos nutricionales y dietéticos en la prensa española. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 4 (1), pp. 17-26.

Aranceta, J. (2015). *Periodismo y alimentación. Influencia de los medios de comunicación en la elección de alimentos y en los hábitos de consumo alimentario*. (Tesis inédita de doctorado). Universidad del País Vasco, Bilbao (España).

Atesanova, D., Koteyko, N. & Gunter, B. (2012). Obesity in the news: directions for future research. *Obesity reviews*, 13, pp. 554-559. doi:10.1111/j.1467-789X.2012.00985.x

Bardin, L. (1996). *Análisis de contenido*. Madrid: Akal.

Bernabeu-Peiró, A. (2015). La divulgación radiofónica de la alimentación y la nutrición. El ejemplo de Radio 5 Todo Noticias. *Revista de Comunicación y Salud*, (5), pp. 36-53.

Carballo, M., López-Escobar, E. & McCombs, M. (2018). Communication, Public Opinion, and Democracy: New Challenges. *Communication & Society*, 31(4), pp. 121-134. doi: 10.15581/003.31.4.121-134

Carretero, M. (2016). *La comunicación de la nutrición en España*. (Tesis inédita de doctorado) Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

Couch, D., Thomas, S. L., Lewis, S., Blood, R. W. & Komesaroff, P. (2015). Obese Adults' Perceptions of News Reporting on Obesity: The Panopticon and Synopticon at Work. *SAGE Open*. October-December, pp. 1-14. Recuperado el 25 de noviembre de 2018 de <https://doi.org/10.1177/2158244015612522>

Demonte, F. C. (2017). Comer para vivir ¿mejor? Análisis de las representaciones sociales sobre la alimentación y su vinculación con la salud/enfermedad en la prensa gráfica argentina (2009-2014). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 23(2), pp. 1071-1087. doi:10.5209/ESMP.58033

Declerq, J., Tulkens, S., & Van Leuven, S. (2018). The producing expert consumer: Co-constructing, resisting and accepting health-related claims on social media in response to an infotainment show about food. *Health*. Article first published online: March 14, 2018. Recuperado el 18 de octubre de 2018 de <https://doi.org/10.1177/1363459318763935>

De Brún, A., McCarthy, M., McKenzie, K. & McGloin, A. (2013). Fat is your fault: Gatekeepers to health, attributions of responsibility and the portrayal of gender in the Irish media representation of obesity. *Appetite*, 62, pp. 17-26. doi: 10.1016/j.appet.2012.11.005

Comisión de las Comunidades Europeas (2000). *Libro Blanco de la Seguridad Alimentaria*. Bruselas: Unión Europea. Recuperado el 14 de noviembre de 2019 de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:51999DC0719&from=ES>

Diezhandino, M.P. (1994). *Periodismo de servicio*. Barcelona: Bosch.

- Eilders, C. y Lüters, A. (2000). Research note: Germany at war. Competing Framing Strategies in German Public Discourse. *European Journal of Communication*, 15 (3), pp. 415-422. doi: 10.1177/0267323100015003009
- Elika (2012-2015): *Informes sobre la Seguridad Alimentaria en la prensa del País Vasco*. Recuperado el 15 de septiembre de 2018 de http://www.elika.eus/es/guias_elika.asp
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Factured Paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4), pp. 51-58. doi: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x
- Fúster, F., Ribes, M. A., 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. doi: 10.3989/redc.2009.1.664
- Gamson, W. & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: a constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95, pp. 1-37. doi: 10.1086/229213
- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
- Hossain, N. (2018). How the international media framed `food riots´ during the global food crisis of 2007-12. *Food Security*, 10(3), pp. 677-688. doi: 10.1007/s12571-018-0802-7
- Heuer, C. A., McClure, K. J. & Puhl, R. (2011). Obesity Stigma in Online News: A Visual Content Analysis. *Journal of Health Communication*, 16(9), pp. 976-987. doi: 10.1080/10810730.2011.561915
- Jeong, M. G., J. S., Blearkley, A. & Jordan, A. (2014). Local News Media Framing of Obesity in the Context of a Sugar-Sweetened Beverage Reduction Media Campaign. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 46(6), pp. 583-588. doi: 10.1016/j.jneb.2014.04.294
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología del análisis de contenido*. Teoría y Práctica. Barcelona: Paidós.
- Leroy, F., Brengman, M., Ryckbosch, W. & Scholliers, P. (2018). Meat in the post-truth era: Mass media discourses on health and disease in the attention economy. *Appetite*, 125, pp. 345-355. doi: 10.1016/j.appet.2018.02.028
- López, A. (2019). *El Titular*. Salamanca: Comunicación Social.
- McCombs, M; Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting. *Comunicación y sociedad.*, 3(1), pp. 7-32.
- Núñez Ladevéze, Luis (1991). *Manual para Periodismo*. Barcelona: Ariel.
- Núñez Ladevéze, Luis (1995). *Introducción al periodismo escrito*. Barcelona: Ariel.
- Observatori de la Comunicació Científica Universitat Pompeu Fabra (2008). *Informe SAM 2008. La Seguridad Alimentaria en los Medios de comunicación*. Barcelona: Agència Catalana de Seguretat Alimentària.
- Organización Mundial de la Salud (2015). *Nota informativa sobre la ingesta de azúcares recomendada en la directriz de la OMS para adultos y niños*. Recuperado el 22 de noviembre de 2018 en https://www.who.int/nutrition/publications/guidelines/sugar_intake_information_note_es.pdf.

- Pinzón-Ríos, C.P.; Ocampo-Villegas, M.C.; Gutiérrez-Coba, L.M. (2015). Tratamiento periodístico de la Responsabilidad Social Empresarial del sector de alimentos en Colombia. *Cuadernos.info*, 37, 137-150. doi: 10.7764/cdi.37.686
- Sánchez Sabaté, R.; Valle del, C., & Mensa, M. (2019). Método para la construcción de grandes corpus temáticos de noticias de prensa digital. Hacia un corpus sobre el hecho alimentario. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, pp. 594 a 617. doi:10.4185/RLCS-2019-1347
- Semetko, H.A. & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European Polics: A Content Analysis of Press and Television News. *Journal of Communication*, 50, pp. 93-109. doi: 10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x
- Snow, D.A. & Benford, R. D. (1988). Ideology, Frame Resonance, and Participant Mobilization. En: Klandermans, B., Kriesi, H. & Tarrow, S. (Ed.). *From Structure to Action. International Social Movement Research 1* (pp. 197-217). London: JAI Press.
- Sun, Y., Krakow, M., John, K. K., Liu, M. & Weaver, J. (2016). Framing Obesity: How News Frames Shape Attributions and Behavioral Responses. *Journal of Health Communication*, 21 (2), 139–147. doi: 10.1080/10810730.2015.1039676
- Tankard, J. (2001). The empirical approach to the study of media framing. En: Reese, S. D.; Gandy, O. H. & Grant, A.E. (Eds). *Framing Public Life. Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World* (pp. 95-106). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Valkenburg, P., Semetko, H & De Vreese, C. (1999). The effects of news frames on reader's thoughts and recall. *Communication Research*, 26, 550-569.
- Van Hooft, J; Patterson, C.; Löf, M. Alexandrou, C.; Hilton, S. & Nimegeer, A. (2017). Media framing and construction of childhood obesity: a content analysys of Swedish nespapers. *Obesity Science & Practice*, 4(1), pp. 4-13. doi: 10.1002/osp4.150
- Vreese, C.H. de (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal + Document Design*, 13(1), pp. 51-62.

