
Flora Marín Murillo

flora.marin@ehu.es

Profesora Titular. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad del País Vasco. España.

José Ignacio Armentia Vizuet

ignacio.armentia@ehu.es

Catedrático de Universidad. Departamento de Periodismo. Universidad del País Vasco. España

José María Caminos Marcet

josemaria.caminos@ehu.es

Catedrático de Universidad. Departamento de Periodismo. Universidad del País Vasco. España.

Recibido

23 de marzo de 2015

Aprobado

27 de mayo de 2015

© 2015

Communication & Society

ISSN 0214-0039

E ISSN 2386-7876

doi: 10.15581/003.28.3.sp.29-50

www.communication-society.com

2015 – Vol. 28(3),

pp. 29-50

Cómo citar este artículo:

Marín Murillo, F., Armentia Vizuet, J.I. & Caminos Marcet, J.M. (2015). De lo global a lo local: el encuadre de la crisis de la carne de caballo en la prensa vasca. *Communication & Society* 28(3), 29-50.

De lo global a lo local: el encuadre de la crisis de la carne de caballo en la prensa vasca

Resumen

Durante los meses de enero y abril de 2013 la prensa vasca informó sobre la llamada “crisis del caballo”. Esta crisis, que tuvo como origen la detección de carne de caballo en productos etiquetados como vacuno, se extendió por toda Europa, adquiriendo un carácter global. Los diarios del País Vasco no sólo informaron sobre su desarrollo, sino que utilizaron diferentes encuadres para mitigar los posibles perjuicios que la misma pudiera acarrear a la economía y política de la Comunidad Autónoma. Para ello, se valieron de recursos como el uso intensivo de géneros interpretativos y de opinión, la elaboración propia de los textos y el apoyo en fuentes cercanas de información. Este texto está basado en un proyecto de investigación sobre la Seguridad Alimentaria en los medios de comunicación.

Palabras clave

Framing, prensa, seguridad alimentaria, caballo, local, crisis

1. Introducción

El consumo de alimentos en la sociedad occidental dejó hace años de ser una preocupación ligada a la supervivencia, para adquirir nuevas dimensiones, culturales, sociales e incluso estéticas. Los medios de comunicación son un barómetro eficaz para medir estos flujos e intereses. Así, se multiplican los cuadernillos y especiales ligados a la salud, la dietética y el consumo responsable. Los cocineros, gurús del siglo XXI, son escuchados y venerados por una masa ávida de nuevas experiencias sensoriales y promesas inalcanzables para la mayoría de las economías familiares.

Entre tanto, autores como Beck, advierten de que vivimos inmersos en una sociedad de riesgo, donde el hasta ahora elogiado progreso técnico económico se ve eclipsado por el aumento en la producción de inseguridad. Dichos riesgos ya no son vistos como meros efectos secundarios y su universalización les ha hecho ganar espacio en las discusiones sociales y políticas. “A la producción industrial le acompaña un universalismo de los peligros, independientemente de los lugares de su producción: las cadenas de alimentos conectan en la práctica a todos los habitantes de la Tierra. Atraviesan las fronteras” (Beck, 2002: 42).

La preocupación actual por parte de los gobiernos y consumidores por la seguridad alimentaria no es ajena a esa

percepción de los riesgos que se pretenden evitar. En 1996 el Plan de Acción de la Cumbre Mundial sobre alimentación celebrada en Roma estableció que: “...existe seguridad alimentaria cuando todas las personas tienen en todo momento acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimenticias y sus preferencias en cuanto a los alimentos, a fin de llevar una vida activa y sana”. Dado que el acceso y la disponibilidad (*food security*) no constituyen una preocupación relevante en los países desarrollados, el 12 de enero de 2000 la Comisión Europea fijó en el *Libro Blanco sobre Seguridad Alimentaria* los principios a perseguir. “De la granja a la mesa” (“*from farm to fork*”) es el concepto que aglutina el programa de acción legislativa a acometer y que tiene como prioridad cubrir todos los aspectos de la cadena alimentaria (producción primaria, procesado, transporte, distribución hasta el consumidor), así como el establecimiento de un sistema de controles.

El objetivo declarado de estas normas es proteger y fomentar la salud de los consumidores, teniendo en cuenta como un principio esencial el análisis de riesgo que “debe ser la base de la política de seguridad alimentaria. La UE ha de basar su política alimentaria en la aplicación de los tres componentes del análisis del riesgo: determinación del riesgo (asesoramiento científico y análisis de datos), gestión del riesgo (reglamentación y control) y proceso de comunicación sobre el riesgo” (*Libro blanco sobre Seguridad Alimentaria*, 2000).

En los últimos años en España han sido varias las crisis alimentarias a las que la administración se ha tenido que enfrentar: Síndrome del aceite tóxico (SAT) (1981); EEB. Vacas Locas (2000); Benzopirenos en el aceite de orujo (2001); Salmonelosis en el pollo cocinado (2005); Influenza Aviar (2005–2006) y la Crisis del pepino–*Escherichia coli* (2011).

La gestión de estas crisis abarca diferentes frentes, siendo la comunicación uno de los fundamentales de cara a la percepción del riesgo por parte de la población y la eficaz gestión del mismo. “La comunicación de riesgos es el intento que hacen científicos o profesionales para aportar información que permita a una persona, a los interesados directos o a toda una comunidad tomar las mejores decisiones posibles para su bienestar cuando surge una crisis o un posible riesgo para su salud” (March Cerdá, 2011: 64)

Este ámbito de la comunicación ha sido ampliamente estudiado por autores como Fita (1999); Gonzalo Iglesia y Farré Coma (2011), Saura (2005) y Pérez-Castellanos (2004). Sin embargo, la otra cara de las crisis nos remite a los medios de comunicación, pues son a ellos a los que se dirigen empresas y administraciones para utilizarlos como altavoces de sus mensajes y recomendaciones. Para algunos autores, como Bland (1994), los medios de comunicación marcarán la diferencia en el desarrollo de una crisis. La construcción de la percepción social del riesgo o su ausencia dependerá en gran medida de la cobertura y el enfoque que estos estén dispuestos a dar. Las crisis periódicas a las que, por desgracia, se ha tenido que enfrentar la sociedad española han dado pie a numerosos estudios en este campo.

El objeto de este artículo es seguir profundizando en esta línea, tomando como referencia la conocida como “crisis del caballo”.

2. La “crisis del caballo”: desarrollo cronológico

Pilar Saura (2005: 13) define la crisis como “una situación grave que afecta a la empresa/institución en algunas de sus funciones y/o con potencial de escalar en intensidad y/o perjudicar a sus públicos clave o grupos de interés y/o generar un impacto negativo en los medios y/o crear una imagen negativa ante la opinión pública y/o afectar los resultados o la viabilidad de la entidad”.

Los acontecimientos que tuvieron lugar entre enero y abril de 2013 en torno al hallazgo de carne de caballo en productos etiquetados como vacuno, se ajustan perfectamente a esta

definición. Así, el día 17 de enero la prensa, tanto nacional como autonómica, publica la detección de carne de caballo y cerdo en varias hamburguesas congeladas y etiquetadas como 100% vacuno en el Reino Unido e Irlanda. El hallazgo se debe a una inspección realizada por las autoridades sanitarias irlandesas a tres plantas procesadoras de carne, dos de ellas en suelo irlandés y otra asentada en Gran Bretaña. Este es el inicio de una crisis que comienza como un fraude de etiquetado localizado en dos países para poco a poco extenderse a otros lugares de Europa, implicando a numerosas empresas y multinacionales del sector. Raymond Ellard, responsable de la protección del consumidor de la Agencia de Seguridad Alimentaria Irlandesa (FSAI), señala a España y Holanda, y en menor medida a Irlanda, como los lugares de los que proceden esas carne. Si bien, califica de accidental su presencia en las hamburguesas.

El 30 de Enero de 2013 la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) presenta un estudio donde analiza la calidad de diferentes marcas de hamburguesas y detecta la presencia de ADN de caballo en las comercializadas por Eroski y Alipende. Eroski minimiza los resultados, enfatiza que no existe ningún riesgo para la salud y adelanta como posible explicación un supuesto contacto con equino durante el proceso de fabricación.

El 13 de febrero, a instancias de la presidencia irlandesa de la UE, se realiza una reunión informal entre los siete ministros de Consumo de los países hasta entonces afectados por este problema. España no es invitada a este acto. Tras la reunión, el Comisario de Salud y Consumo, Tonio Borg recomienda a los estados miembros hacer pruebas de ADN en los platos preparados con carne.

La crisis evoluciona hasta alcanzar su punto álgido el 14 de febrero cuando el secretario británico de agricultura, David Heath, revela que carne equina contaminada con fenilbutazona, (un antiinflamatorio potencialmente dañino para los seres humanos) y procedente del Reino Unido, podría haber entrado en la cadena alimenticia de Francia. Tres personas son arrestadas en dos plantas de procesado industrial de carne de Inglaterra y Gales, acusadas de un presunto fraude por el etiquetado erróneo.

La Comisión Europea celebra, el día 15, una reunión del Comité Permanente de la Cadena Alimentaria y Salud Animal para comprobar si hay un fraude extendido y si existe riesgo sanitario. El Comité resuelve implantar dos tipos de pruebas a partir del 1 de marzo, una de ellas sobre el ADN de la ternera utilizada en productos procesados, y un control sobre la carne de caballo en los mataderos para detectar si contiene rastros de fenilbutazona. En los días posteriores varias empresas -Nestlé, Ikea-Ibérica, multinacional brasileña JBS- retiran del mercado algunos de sus productos y otras como Spanghero son sancionadas por sus respectivos Gobiernos.

El 15 de abril el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente difunde un comunicado donde hace públicos los resultados de los controles instaurados por la CE. El 4% de las 189 muestras examinadas contenía carne de caballo no reseñada en la etiqueta, pero ninguna muestra de las analizadas dio positivo en cuanto a la presencia de fenilbutazona. El 4,6% de los productos analizados a nivel europeo contiene carne de caballo. De los países investigados Francia y Grecia son los más afectados por el fraude de la carne de procedencia equina. La UE no descarta nuevas medidas en los meses siguientes, como reforzar los controles e incluso sanciones económicas disuasorias.

3. Objetivos e hipótesis

A nivel general, el objetivo de este trabajo consiste en analizar la cobertura que la prensa del País Vasco hizo de la crisis del caballo durante los meses de enero a abril de 2013. Este propósito se pretende alcanzar mediante el estudio pormenorizado de todos aquellos recursos formales y estilísticos que los medios dispusieron para cubrir esta noticia. La cuantificación de los aspectos formales como el espacio dedicado y el uso de material

gráfico es otro de los objetivos, con vistas a clarificar la relevancia que cada medio dio a la crisis. El análisis de los géneros, las fuentes y autoría de las informaciones pretende hallar las claves de la construcción particular que de los hechos dio la prensa local.

- Las hipótesis que se barajan son las siguientes:

- La complejidad y alcance del proceso, y sus múltiples vertebraciones en el ámbito europeo, pusieron de manifiesto la incapacidad de los medios para mantener un encuadre común y coherente con el discurrir de los acontecimientos

- La identificación del problema fue objeto de numerosas definiciones fomentando la incertidumbre y la confusión.

- El encuadre de responsabilidad fue minoritario y poco relevante. Las responsabilidades se diluyeron y diversificaron redundando en una mayor confusión.

- El punto de partida, definición del problema, se vio condicionado por el contexto y los valores culturales del marco social y cultural donde se origina la crisis.

- La prensa local enfocó la crisis del caballo dirigiendo sus esfuerzos a mitigar las posibles consecuencias políticas y económicas que pudiesen perjudicar a ganaderos, distribuidores, pequeños comercios, así como al Gobierno y la Administración de Euskadi.

- Los diarios utilizaron diferentes dispositivos de encuadre para alcanzar sus propósitos.

4. Metodología y antecedentes

Para alcanzar los objetivos y refrendar las hipótesis anteriormente propuestas este estudio se vale del análisis de contenido en el sentido dado por Krippendorff (1990: 28), como “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto”.

Los diarios seleccionados son *Deia*, *Diario de Noticias de Álava* y *Noticias de Gipuzkoa*, los tres del Grupo editorial Noticias; *El Correo* y *El Diario Vasco* del Grupo Vocento; *Gara* y el diario íntegramente euskera, *Berria*. Estos 7 periódicos tienen en común estar editados en Euskadi. El grupo Noticias mantiene una política editorial cercana al Partido Nacionalista Vasco. El Grupo Vocento se caracteriza por una línea de centro-derecha que en el País Vasco se concreta en una oposición a los planteamientos independentistas y una defensa del Estatuto de Autonomía de Gernika y del régimen foral. *Gara* y *Berria* se situarían cercanos a las posiciones de la izquierda *abertzale*, de forma más acentuada en el primer caso que en el segundo.

El corpus de informaciones se ha establecido mediante el empleo de iPressreview, una herramienta de la empresa Kantarmedia para el seguimiento de noticias y la generación de dossiers de prensa. Esta utilidad permite también la búsqueda de textos periodísticos gracias a la utilización de palabras clave. De la consulta al banco de datos de iPressreview se obtuvieron 72 piezas informativas de diferentes géneros, publicadas entre el 17 de enero y el 23 de abril de 2013.

Metodológicamente se toma como referencia la teoría del *framing* adaptándola al objeto y tema de estudio. Como es sabido, el concepto de framing, también conocido como marco, enfoque, enmarcado, encuadre, se inicia en la psicología cognitiva con Bateson (1972) para referirse a la forma en que las personas, cuando tienen conocimiento de algo, se fijan en algunos aspectos de la realidad obviando otros. Posteriormente, Goffman (2006: 11) entiende que “las definiciones de una situación se elaboran de acuerdo con los principios de organización que gobiernan los acontecimientos –al menos los sociales– y nuestra participación subjetiva en ellos”. Tuchman será una de las primeras en aplicar el concepto de marco o encuadre a los medios de comunicación. Esta autora concibe metafóricamente la noticia como una ventana a través de la cual vemos la realidad, cuya perspectiva desde luego puede variar dependiendo de “si la ventana es grande o pequeña, si tiene muchos o pocos

cristales, si el vidrio es opaco o claro, si la ventana da cara a una calle o a un patio” (Tuchman, 1983: 13)”.

A la hora de identificar el encuadre de las noticias caben dos posibilidades, (De Vreese, 2005) una inductiva donde los encuadres surgen del material en el transcurso del análisis y una deductiva que implica buscar los marcos previamente perfilados. En este caso se han utilizado ambas técnicas para comprender el proceso de enmarcado y sus particularidades.

Se parte del estudio del encuadre formal, aunque limitándose a cuantificar la extensión de espacio que cada diario dedicó a este tema, así como su acompañamiento visual. A la complejidad intrínseca que conlleva diagnosticar con precisión el alcance de una crisis, se sumó la mutabilidad de los conceptos empleados para describirla, al tratarse de un tema de actualidad prolongada. De ahí que se haya considerado pertinente estudiar una de las cuatro funciones básicas del encuadre enumeradas por Entman (1993), concretamente la correspondiente a la “Definición”.

Esta tarea se ha afrontado fijando la atención en la existencia de algunas palabras clave, temas, y argumentos presentes tanto en los títulos, subtítulos, ladillos, sumarios, citas, y más excepcionalmente en el cuerpo de la noticia. Estos dispositivos de encuadre se deben a Entman (1993) y Tankard (2001). De los cinco encuadres genéricos aportados por Semetko y Valkenburg (2000), el encuadre de responsabilidad es objeto de análisis ya que resulta muy útil para entender cuáles fueron las reacciones de los agentes implicados, empresas, administraciones locales y supranacionales, y sus distintas estrategias.

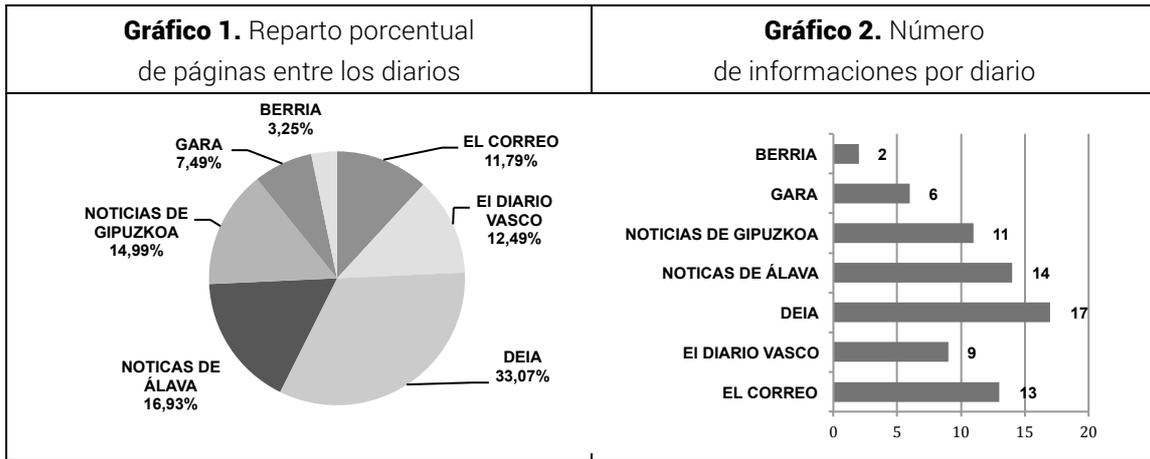
En la segunda parte del trabajo la aproximación metodológica es de carácter inductivo y está destinada a reconocer cuáles son los recursos formales de los que los diarios locales se valen para ofrecer un encuadre diferente, ajustándolos a los intereses tanto económicos como políticos, desde una perspectiva localista. Los encuadres particulares que estos diarios construyeron se inducen a través de los mismos dispositivos seleccionados en los enfoques anteriores, pero en este caso se construyen como marcos específicos dentro de un proceso más amplio y complejo, donde la perspectiva localista prevalece sobre una visión supranacional.

Las investigaciones que han optado por esta metodología son muchas y variadas, tanto fuera como dentro de nuestras fronteras, de ahí que se destaquen aquellos trabajos que aúnan la opción metodológica y el ámbito de estudio. Entre ellos son antecedentes y referencias obligadas: Sherrie R. Whaley y Mark Tuck (2004) y su estudio sobre la percepción del riesgo alimentario, así como el análisis comparativo de las noticias locales en materia de seguridad alimentaria realizado por Blake J. Gruber (2011).

En el ámbito español algunas de las aportaciones más relevantes serían: el estudio que sobre el caso de las vacas locas y la comunicación de riesgo en la prensa española realizó Pablo Francescutti (2003); el texto de Quintana (2004) acerca de los consumidores y los medios de comunicación social; y más recientemente la investigación de Paloma López (2012), sobre los encuadres sanitarios en la prensa española: el caso de la gripe A y la bacteria E. Coli, el trabajo de Vázquez Gestal y Fernández Souto (2014) referido a la gestión mediática entre España y Alemania en el contexto de la crisis de los pepinos, o el estudio de las tensiones en comunicación alimentaria dentro del entorno 2.0 de Jordi Prades et al. (2014). Estas, y otras contribuciones, más adelante citadas, sirven de guía a esta investigación.

5. Encuadre formal y encuadre visual

Durante los meses de enero a abril la prensa vasca editó 72 piezas informativas con una ocupación espacial de poco más de 40 páginas, que se distribuyeron de manera desigual entre los 7 periódicos analizados.

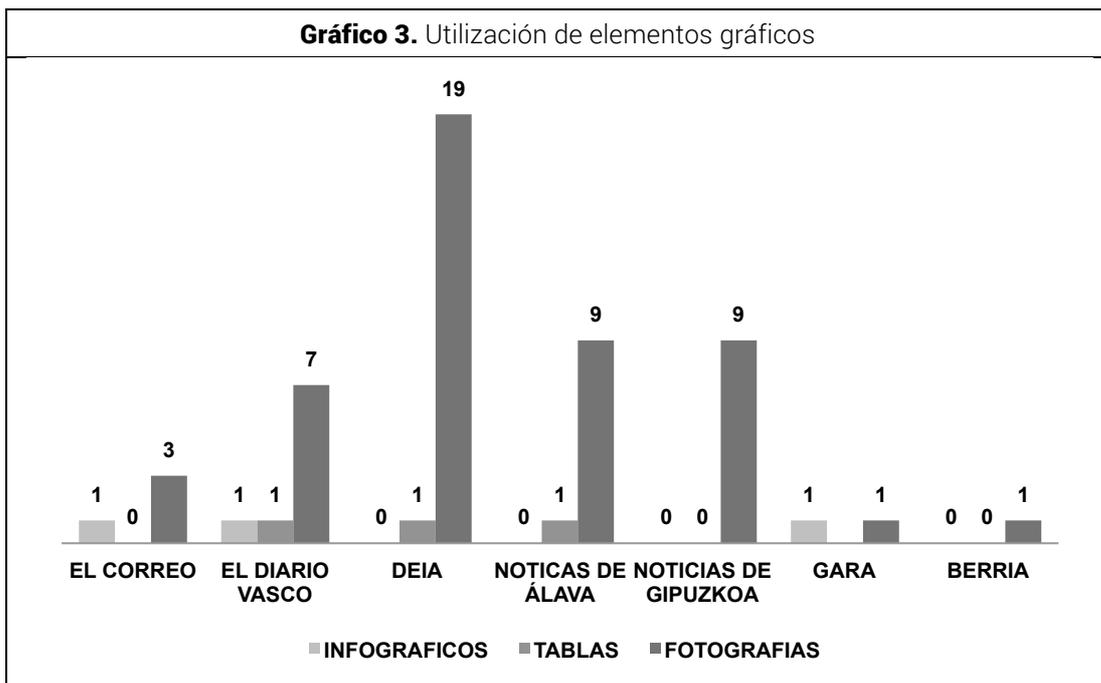


Las páginas publicadas oscilan entre las 14 que corresponden al diario *Deia* y las apenas 2 páginas de *Berria*. Como se puede comprobar en el gráfico 1 los periódicos del grupo Noticias, *Deia*, *Diario de Noticias de Álava* y *Noticias de Gipuzkoa*, fueron los más generosos a la hora de tratar esta crisis alimentaria.

Si bien especialmente *El Correo* se aleja de estos diarios, ya que apenas si alcanza las 5 páginas, en lo que respecta al número de piezas informativas se sitúa en tercer lugar, por encima del *Noticias de Gipuzkoa* con 13 informaciones, dos más que el diario guipuzcoano. A la cabeza se mantienen *Deia* y *Diario de Noticias de Álava* con 17 y 14, respectivamente, y en la cola se situarían *Gara* y *Berria* con 6 y 2, respectivamente.

Otra cuestión a tener en cuenta, es el peso del acompañamiento visual en estos contenidos.

Así, *Deia*, fue de nuevo el que más recursos gráficos destinó a estas informaciones con 19 fotografías y 1 tabla. Muy alejados se situaban *Diario de Noticias de Álava* y *Noticias de Gipuzkoa*, ambos con 9 imágenes. Sin embargo, y aunque el número de fotos del resto de las cabeceras es muy inferior, tanto *Gara*, como *El Correo* y *El Diario Vasco* utilizaron en al menos una ocasión los infográficos para ilustrar y explicar con más detalle las informaciones recogidas.



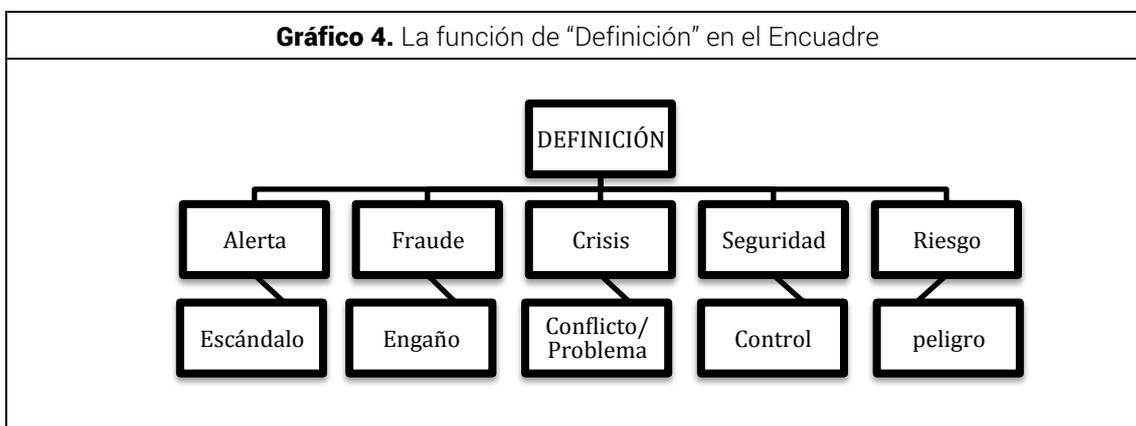
6. La “definición” como una de las funciones básicas del encuadre

En el caso que se analiza, al igual que en la mayoría de alertas o crisis sanitarias, resulta sustancial definir correctamente el alcance del problema y establecer así un diagnóstico claro. El proceso de enmarcado afecta tanto a los profesionales de la información como al público y la sociedad, en general. A veces, se olvida lo más básico, y es que la cultura ligada al contexto donde se desenvuelven los lectores, coadyuva a construir un marco previo desde el que encuadrar la realidad. “Frente a la gran confusión bulliciosa y radiante del mundo exterior, seleccionamos lo que nuestra cultura ya ha definido por nosotros” (Lippmann, 2003: 82). De Vreese (2005) lo denomina *El frame-setting*, en referencia a la interacción entre los encuadres individuales del público, sus prioridades, expectativas o preferencias y los encuadres del propio medio.

En el origen de la crisis, el anuncio del fraude en los componentes de las hamburguesas etiquetadas como vacuno, afectaba tanto al caballo como al cerdo, sin embargo, este último dejó de ser noticia un día después. El porcentaje de ADN de cerdo encontrado en las hamburguesas duplicaba al de caballo, según *El País* (17/01/2013). Este mismo diario constataba que aunque el hallazgo no entrañaba ningún riesgo para la salud “el descubrimiento no deja de ser un choque para dos países donde los caballos son básicamente una afición muy popular que nada tiene que ver con la gastronomía y sí con las carreras” (*El País*, 17/01/2013).

A pesar de que los musulmanes, a los que también hacía alusión el diario, tampoco se habrían sentido cómodos consumiendo carne de cerdo en lugar de vacuno, está claro que el peso de esta minoría en el contexto europeo, inclinó la balanza hacia el caballo, siendo el cerdo el gran ausente, no sólo de las informaciones posteriores sino también de las medidas de control que la Comisión Europea estableció para prevenir futuros fraudes. Levi Strauss (1965: 131) defendía la selección animal no por ser buenos para comer sino por ser buenos para pensar. López García (2005: 60), de acuerdo con esta reflexión, entiende que “en el proceso de hacer que un animal sea bueno para comer convergen, entre nosotros al menos, dos principios: no deben ser excesivamente lejanos ni excesivamente cercanos”. La distancia no sólo es física sino también emocional, de ahí que la cultura desempeñe un papel muy importante en nuestras prácticas y preferencias culinarias. El caballo, aunque consumido en algunos países de Europa, no deja de ser un animal cercano para una gran parte de la población, y por tanto culturalmente alejado del grupo de seres comestibles. El marco cultural previo de un importante sector del público, sobre todo anglosajón, fue priorizado y el caballo se erigió en protagonista en detrimento del cerdo, menos condicionado culturalmente

A partir de ahí las definiciones y diagnósticos fueron muy variados:



Las palabras claves que los diarios consultados emplearon aparecen recogidas en el gráfico 4. Al tratarse de una crisis en continua evolución las definiciones fueron variando de un día a otro.

El diario *Deia*, en su primera noticia el 17 de enero de 2013, define el asunto en negativo ya que en dos ocasiones y a través de la opinión de fuentes de la Unión Europea se insiste en que no se trata de un tema de seguridad alimentaria. Sostener que no es un asunto de seguridad alimentaria parece poco coherente dado que “la trazabilidad es uno de los conceptos clave de la seguridad alimentaria en el siglo XXI. Se define en el Reglamento (CE) 178/2002 como la posibilidad de encontrar y seguir el rastro, a través de todas las etapas de producción, transformación y distribución, de un alimento, un pienso, un animal destinado a la producción de alimentos o una sustancia, destinados a ser incorporados en alimentos o piensos, o con probabilidad de serlo.” (Ana de Marcos: 2012, 35).

Ese mismo día, se emite un curioso diagnóstico, citando al director de protección del consumidor: “simple accidente”.

Aunque en las noticias posteriores se resalta la ausencia de riesgo para la salud, riesgo y peligro son conceptos que aparecen tanto en los subtítulos -“Eroski, una de las señaladas, lo niega y recuerda que no hay ningún peligro” (30/01/13)-; como en los sumarios -“No hay indicios de que esta cuestión suponga un riesgo para la salud de los consumidores” (Tonio Borg Comisario Europeo de Salud y Consumo, 14/02/13). Al mismo tiempo, escándalo y problema también son términos recurrentes.

Sin embargo, será el 15 de febrero cuando *Deia* incluya un amplio reportaje acompañado del cintillo “La seguridad alimentaria en entredicho”. Un día después el rotativo va aun más lejos en el uso de enunciados que generan sobre todo alarma y dudas en el lector con el título: “¿Fraude europeo o problema sanitario?”. Hasta ese momento, las informaciones vertidas en el diario oscilan a la hora de definir el asunto entre el fraude y la seguridad alimentaria, pero sin advertir de riesgo alguno para la salud. Es a partir de ese momento cuando el hallazgo de fenilbutazona en algunas muestras de carne siembra la duda.

El 6 de marzo y con un titular tan expresivo como “Y de postre este pastel”, acompañado de la fotografía de una de las tartas retiradas por Ikea, destaca en el subtítulo la presencia de restos fecales en los postres de dicha multinacional: “Tras la retirada de albóndigas por contener trazas de carne de caballo, Ikea deja de servir dos tipos de tarta en sus tiendas de 23 países por supuestos restos fecales.”

El 13 de abril este diario y el resto de los periódicos del Grupo Noticias dedican dos páginas completas a la seguridad alimentaria, aunque en esta ocasión el cintillo escogido sea “Alertas alimentarias”, junto a un reportaje bajo el título retórico “Objetos comestibles no identificados”. “Las recientes polémicas con la carne de caballo y las bacterias fecales acrecientan la preocupación de los consumidores sobre los alimentos”, dice el subtítulo, sembrando confusión de nuevo al relacionar en la misma frase fecal y caballo.

Diario de Noticias de Álava reproduce la mayoría de las informaciones ya publicadas en *Deia*, con ligeras variaciones. El 28 de febrero publica un reportaje con el título: ¿Seguro que es seguro?. Y, mientras define el problema como un caso de fraude, establece un diagnóstico que apunta directamente a la ineficacia de las administraciones europeas: “El fraude de etiquetado en la carne de vaca delata la ausencia de controles en la UE”.

Más cambios se pueden observar en *Noticias de Gipuzkoa*, donde además de los textos ya reproducidos en los otros diarios, se insertan artículos de opinión e informaciones donde se define el asunto de la carne de caballo bajo una perspectiva cultural: “Una cuestión de cultura”. A este tema aluden también algunos artículos de opinión. Precisamente, este fue el encuadre seleccionado por el diario *El País* al inicio de la crisis.

Las alusiones directas al riesgo sanitario son escasas en la prensa vasca, sin embargo el 15 de febrero este diario titula sin eufemismos: “La UE estudiará el riesgo sanitario de la

carne de caballo”. Aunque se habla de un estudio, por tanto de una medida preventiva, el hecho de que sea motivo de investigación por parte de la UE genera una percepción de peligro y alarma social.

El 16 y 17 de marzo los titulares vuelven a aludir al riesgo para negarlo e insisten en definir el problema como un fraude y un engaño.

En los tres diarios pertenecientes al Grupo Noticias la definición de la crisis comienza siendo de fraude, se convierte en un problema de seguridad alimentaria, y a medida que avanza en el tiempo, adquiere connotaciones de riesgo. El encuadre prioritario es de conflicto, ya que las informaciones tienden a resaltar la controversia, publicando opiniones contradictorias, en algunos casos, y haciendo un uso de los conceptos un tanto arbitrario, de manera que generan incertidumbre y dudas. Las causas del fraude apenas si se mencionan en los tres diarios. Los diagnósticos, esenciales para profundizar en los problemas, son irrelevantes.

Por su parte, *El Correo*, el 17 de enero, sin decirlo expresamente describe el caso de la carne de caballo como un fraude al consumidor. A partir de ese momento, fraude es la definición más reiterada en este medio, junto a la seguridad alimentaria a la que se alude destacando en los titulares y subtítulos las medidas de control adoptadas por la UE: “La UE impulsa un plan para evitar la venta fraudulenta de carne de caballo” (16/02/2013). La crisis del caballo es calificada de escándalo en dos ocasiones tanto en un subtítulo y un sumario, respectivamente: “Las carnicerías especializadas advierten de la “confusión” creada por el escándalo alimentario y ensalzan las propiedades “saludables” del potro” (10/03/13) y “La propuesta de incluir en el etiquetado de los productos transformados el país de origen divide a los Veintisiete, reunidos para analizar el escándalo de la carne de caballo” (14/02/2013).

A diferencia de *Deia*, *El Correo* no se refiere a contaminación fecal sino bacteriana cuando trata la retirada de algunos de los postres de Ikea por el hallazgo de trazas. Sin embargo, al igual que el Grupo Noticias, no duda en relacionar los dos episodios en los que se ve inmersa la empresa, como si su relevancia fuese equiparable: “La marca sueca, que ya vivió la pasada semana un episodio similar con sus hamburguesas, asegura que los postres afectados no se venden en España” (06/03/2013). Esta es la única información donde el titular sugiere la posibilidad de riesgo alimentario, aunque la palabra riesgo, o sinónimos no sea destacada en ninguna de las piezas analizadas.

En *El Diario Vasco* se define la crisis del caballo como un escándalo y un fraude en al menos 4 de sus artículos. Sin embargo, y aunque no de forma explícita, las numerosas alusiones a las medidas adoptadas y a los controles sanitarios circunscriben el caso a lo que definiríamos como seguridad alimentaria. Sólo la noticia referente a la contaminación de los postres de Ikea sugiere la posibilidad de un riesgo para la salud. De hecho, en este diario se mencionan en el titular los pasteles contaminados, sin detallar en ningún caso el tipo de contaminación a la que están haciendo referencia.

En el Grupo Vocento, la definición del problema tiende a la contención, y aunque *El Diario Vasco*, al igual que los periódicos del Grupo Noticias, haga uso del encuadre de Conflicto, en general no sobrepasan la barrera de la seguridad alimentaria, eludiendo connotaciones alarmistas.

Gara comienza definiendo el tema como un fraude para, tras el hallazgo de fenilbutazona el 15 de febrero, referirse al mismo como riesgo sanitario. “El fraude con la carne de caballo apunta ahora al riesgo sanitario”. El sumario ese día adquiere también dimensiones alarmistas: “El escándalo europeo del etiquetado de platos preparados con carne de caballo como carne de vacuno se extiende por Europa y adquiere ahora una dimensión sanitaria, tras los análisis en Gran Bretaña que apuntan a una posible contaminación con un antiinflamatorio. Un informe del Parlamento británico alertó de que el alcance de la contaminación con carne de caballo puede ser “asombroso” y a “escala

masiva”. A partir de ahí fraude y escándalo serán las denominaciones más empleadas. Curiosamente el 17 de abril, una vez que se han realizado los primeros controles sanitarios demandados por la UE, *Gara* minimiza los resultados: “Menos del 5% de carne de caballo en los miles de productos que analizó la UE”.

Por su parte, tanto *El Correo* como los tres periódicos del grupo Noticias destacan que el ADN de caballo encontrado en los controles de carne en España se sitúa en el 4%. *Berria* en sus dos piezas define la crisis, o bien como un fraude, mencionando el control de la trazabilidad, o como un escándalo: “Zaldikiaren eskandaluak luze du itzala” (17/02/2013).

7. Atribución de responsabilidad: un encuadre secundario

Muchas de las crisis alimentarias actuales son crisis globales. La libre circulación de mercado en el contexto de la unión Europea, y la complejidad de una cadena alimentaria que traspasa fronteras dificulta el seguimiento y control de los alimentos y por tanto la imputación de responsabilidad.

La prensa, del mismo modo que no priorizó los encuadres de diagnóstico, tampoco se decantó por destacar en quién recaía la responsabilidad. La crisis del caballo puso en evidencia los fallos y vacíos del sistema, de modo que las administraciones y empresas afectadas gestionaron esta crisis de formas diversas, dificultando la detección de un único responsable.

De las cuatro posibles respuestas ante una crisis, según Fita (1999: 162-163), tres fueron las más recurrentes: la estrategia de la negación: la organización niega el incidente y rechaza cualquier interés o dedicación que se le interponga; la estrategia de la transferencia de responsabilidades: hace asumir la culpabilidad a un tercero para proteger a la organización como tal y la estrategia de la confesión: reconocimiento de responsabilidades y colaboración con los medios de comunicación. Las explicaciones forman parte de esta estrategia.

En el inicio de la crisis, Irlanda responsabilizó a un tercero, en este caso España. La crisis del pepino era relativamente reciente y sus devastadoras consecuencias para la economía española evidentes. De ahí, que la mayoría de los diarios optaron por no destacar las declaraciones de Raymond Ellar, responsable de la agencia de seguridad alimentaria irlandesa (FSAI). Sólo *El Correo* lo llevó a titulares: “Irlanda sospecha del origen español de hamburguesas con carne de caballo” dando resonancia a las imputaciones irlandesas.

Gara el 20 de febrero hace responsable de forma indirecta al presidente de Spanghero del fraude cometido titulado: “EH Bai señala a Aguerre en la venta fraudulenta de caballo”.

Estos dos ejemplos, *El Correo* (17/01/2013) y *Gara* (20/02/2013), fueron los encuadres de responsabilidad más claros durante todo el proceso.

La detención de tres personas en el Reino Unido, supuestos responsables de uno de los muchos fraudes detectados, fue reseñada en despices y subtítulos por los diarios: *Gara*, *Diario de Noticias de Álava* y *Noticias de Gipuzkoa* (15/02/2013).

La estrategia de la negación junto a la transferencia de responsabilidades fueron la más empleada por las empresas acusadas de fraude, y aunque, sólo en los casos en los que se vio afectada la empresa Eroski, se subrayó a través de títulos y subtítulos; el resto también apostaron por esta política que los medios recogieron en el cuerpo de la noticia.

Así, *El Diario Vasco* tituló: “Eroski certifica que sus hamburguesas envasadas no tienen carne de caballo”. La misma negativa fue recogida en los subtítulos de *Diario de Noticias de Álava* y *Deia*: “Eroski, una de las señaladas, lo niega y recuerda que no hay ningún peligro” (30/01/2013).

¹ La larga sombra del escándalo de la carne de caballo.

La complejidad que entrañaba seguir las diferentes ramificaciones de este fraude, que desembocó en riesgo alimentario, facilitó la transferencia de responsabilidades y por tanto la imposibilidad de señalar a un responsable último.

Cadenas de supermercados, como Eroski o Ahorramás, retiraban cautelarmente los productos señalados, pero apuntaban a los proveedores como posibles responsables del fraude. A su vez las empresas suministradoras, como la filial de Campofrío Carnes Selectas, se apresuraron a decir que los productos suministrados eran de vacuno. La multinacional suiza Nestlé, señaló a la empresa alemana H.J. Schypke que abastece a uno de sus proveedores como responsable del fraude. Por supuesto, la citada empresa se negó a asumir esa responsabilidad.

En Francia se halló carne con trazas de equino de procedencia rumana. El Ministro de Agricultura rumano, Daniel Constantin, se defendió de las acusaciones: “Hemos hecho todos los controles necesarios y Rumania ha tomado todas las medidas necesarias para ayudar a los socios europeos” (*El Diario Vasco*, 14/02/13). Esa carne de origen rumano, había pasado por operadores en Países Bajos y Chipre, antes de llegar a Francia y ser convertida en Luxemburgo en platos precocinados.

La tercera estrategia, la de la confesión, sólo fue asumida por la empresa Ikea, que se vio inmersa en un doble escándalo, tanto por el hallazgo de carne de caballo en algunos de sus productos, como posteriormente por la contaminación bacteriana en sus tartas de chocolate y almendra. Ikea era señalada como responsable en los titulares de todos los medios indirectamente al informar de la retirada de sus productos. La empresa asumía su responsabilidad e intentaba minimizar los daños, asegurando que los productos contaminados no se comercializaban en España, y mostrando su buena disposición a la hora de investigar lo sucedido.

Como se puede constatar el encuadre de responsabilidad no fue prioritario en las informaciones durante esta crisis, sólo dos piezas se ajustaron a este enfoque en *El Correo y Gara*. Ni las instituciones y administraciones, más preocupadas en difundir medidas de control, ni las empresas afectadas, inmersas en la negación y transferencia de responsabilidad, facilitaron la visualización de un responsable directo.

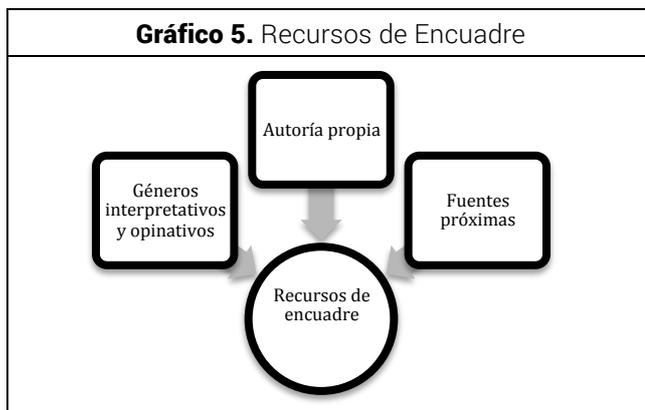
Ni desde una perspectiva local ni global se asumieron en general, los errores cometidos, ni se destacó la dificultad de controlar una cadena alimenticia transfronteriza que pusiese en tela de juicio el sistema establecido. El escándalo de la carne de caballo, para Sarpong (2014: 278), “has brought into the fore two particular areas – traceability and supply chain complexity– within the EU. Although there seem to be an ability to trace a number of products that have fallen short of expectation, the complexity of the supply chain sometimes makes such exercises quite problematic. The vulnerabilities in the supply chain are considerable, in part, because there is a huge flow of information that can be difficult to analyse, predict, or even measure.”

8. Encuadres temáticos propios

8.1. Estrategia de encuadre: recursos

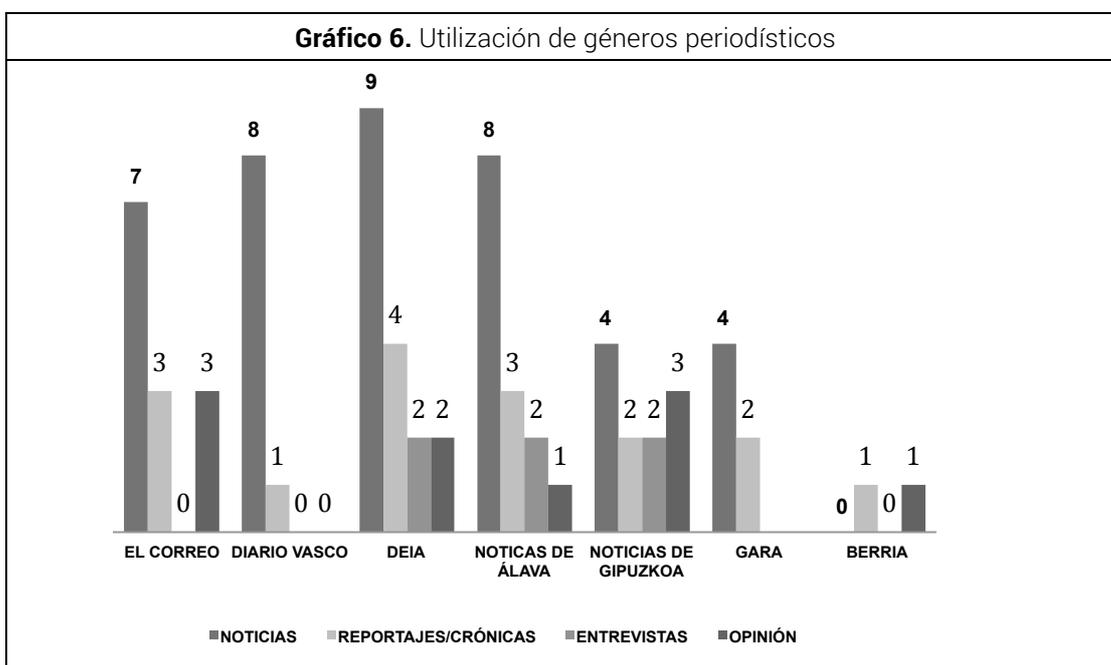
Ante la complejidad de narrar el fraude de la carne de caballo, con sus implicaciones políticas, económicas y empresariales, así como su deriva a una situación de riesgo alimentario, la prensa de Euskadi, consciente o inconscientemente, elaboró una estrategia de encuadre paralela dirigida a paliar los efectos económicos y políticos de esta crisis a nivel local. Los recursos empleados con menor o mayor acierto por estos diarios y en diferente

proporción por cada uno de ellos consistieron en recurrir a los géneros interpretativos y de opinión, fuentes cercanas², y redactores propios.



8.1.1. Géneros periodísticos

Al contrario de las noticias cuyo objetivo es específicamente informativo, otros géneros como los interpretativos y de opinión ofrecen más posibilidades a los informadores para dar su punto de vista, interpretar y profundizar. Recursos, todos ellos, muy útiles para introducir el marco deseado. Estos géneros aunque fueron utilizados de manera desigual por los diarios analizados, desempeñaron un papel fundamental a la hora de encuadrar la crisis del caballo, mostrando sus posibles implicaciones en los consumidores vascos y en su economía, así como la correcta actuación de la administración autonómica.



Deia se sitúa a la cabeza con 8 piezas de carácter interpretativo o de opinión, siendo *Berria* y *Gara* los que menos uso hicieron de estos géneros, con dos aportaciones cada uno. Sin embargo, si barajamos los porcentajes que el número de artículos interpretativos y de

² Entendemos por fuentes cercanas, aquellas fuentes próximas a los medios tanto desde el punto de vista geográfico, como político o cultural.

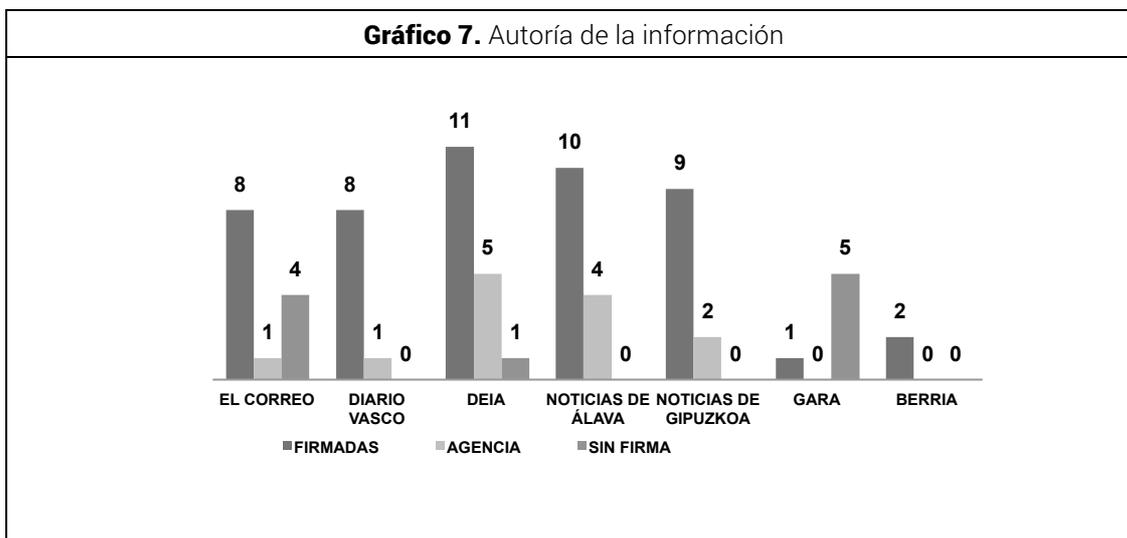
opinión suponen respecto al total de noticias publicadas por cada diario la percepción varía ostensiblemente. Así, *Berria* con sólo 2 textos contabilizados tendría un 100% dedicadas a estos géneros, seguida de *Deia* con un 47%, *El Correo* 46%, *Diario de Noticias de Álava* 43%, *Noticias de Gipuzkoa* 36%, *Gara* 33% y por último *El Diario Vasco* con 11%.

En términos generales, las noticias publicadas en todos los medios alcanzan un 58% del total, repartiéndose el resto entre reportajes y crónicas con un 20%, artículos de opinión con un 14% y entrevistas con un 8%. Es evidente que al margen de las noticias, el resto de géneros interpretativos y opinativos tuvo un gran peso en el enfoque seleccionado. Así, una lectura pormenorizada del material seleccionado evidencia como la información de alcance global, descripción y narración de la crisis en Europa, fue vehiculizada a través de las noticias, optando por el género interpretativo para acerca al lector las consecuencias de la crisis en términos locales.

8.1.2. Autoría

Durante el periodo analizado las informaciones firmadas se elevan al 68% del total, alcanzando el 100% en los géneros interpretativos y de opinión. Teniendo en cuenta que muchos de los sucesos se produjeron en diferentes países de la Unión Europea y que la Comisión Europea emitió comunicados, es lógico que los medios sin corresponsal en Bruselas echasen mano de las informaciones de agencia: un 18% de las piezas analizadas.

Gara es el único diario que sólo tiene una crónica con firma. En este medio la mayoría de las informaciones por política editorial sólo llevan el nombre del medio y ello eleva el porcentaje total de piezas no firmadas a un 14%. En el resto, como se puede comprobar en el gráfico 7 las informaciones firmadas superan en todos los casos a las de agencia y sin firma.



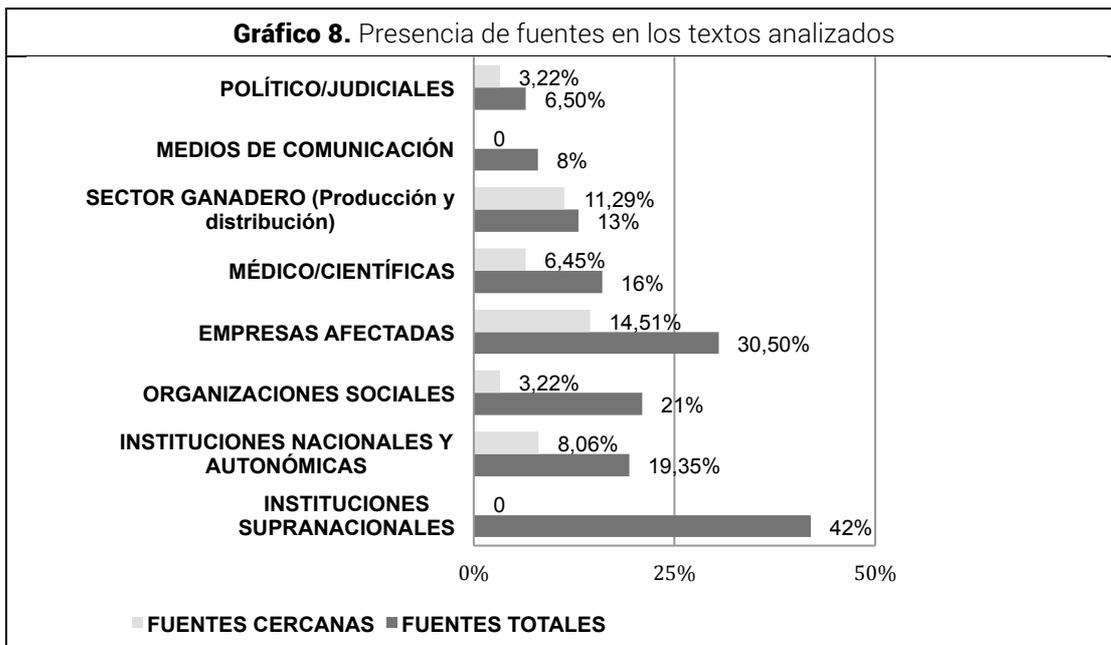
La falta de periodistas especializados en temas de seguridad alimentaria implica que sólo dos personas firmen tres informaciones: La corresponsal en Bruselas del Grupo Noticias, Silvia Martínez, y Concha Lago, autora de una noticia y dos entrevistas. En *Noticias de Gipuzkoa*, el colaborador José Manuel Etxaniz –veterinario y consejero fundador de la Sociedad Española de Seguridad Alimentaria– es autor de dos artículos de opinión. En el Grupo Vocento, A. Lerate firma dos noticias.

A pesar de las insistentes recomendaciones por parte de los expertos incidiendo en la “necesidad de mejorar la formación de los informadores en temas de salud y los relacionados con alimentación” (Saura, 2005: 79), esta no ha variado mucho en los últimos años. Según el *Informe sobre la Seguridad Alimentaria en el País Vasco en 2013* (Elika, 2014),

durante ese año sólo un 8,8% de los periodistas habían elaborado más de 6 informaciones relacionadas con la seguridad alimentaria.

8.1.3. Fuentes informativas

Una buena cobertura informativa implica entre otros aspectos el manejo de fuentes fiables y contrastadas. La comunicación de situaciones que pueden derivar en riesgo para la población son especialmente sensibles a esta buena práctica profesional. Sin fuentes no hay noticia.



En la crisis del caballo las fuentes que predominaron fueron las institucionales, sobre todo aquellas de ámbito supranacional: la Comisión Europea, los Ministerios de diferentes países y Autoridades de Seguridad Alimentaria. Del total de fuentes citadas, estas tres estaban presentes en el 42³ de las 62³ piezas publicadas.

En muchas ocasiones estas fuentes fueron personales y se centraron en los portavoces y dirigentes de los diferentes organismos. Entre estas personalidades destacaron: Frédéric Vincent, portavoz de Salud y Protección al consumidor de la Comisión Europea; Tonio Borg, comisario Europeo de Salud y Consumo y David Heath, secretario de Estado Británico de Agricultura.

El hecho de que estas fuentes fuesen tan numerosas y estuviesen en algunos casos tan ligadas a los intereses nacionales de cada país, añadió confusión a la comprensión del problema por parte del lector/ra. Aunque los organismos europeos concitaron la atención de los medios a través de sus informes y comunicados no hubo una sola voz con la suficiente autoridad y prestigio para alzarse como la fuente de referencia en la crisis. Las fuentes documentales también tuvieron peso, pues fueron varios los informes elaborados por la Comisión Europea en este periodo.

Las Instituciones Nacionales fueron citadas en el 19,35% de las informaciones, siendo las más recurrentes el Ministerio de Agricultura y Sanidad y su ministro Arias Cañete. En el 8,6% de los textos se trataba de fuentes autonómicas y tanto el Gobierno Vasco, como el jefe

³ Aunque el total del informaciones analizadas es 72, en este apartado se han descontado los artículos de opinión, 10, dado que en ellos apenas se citan fuentes.

del Servicio de Inspecciones Alimentarias, Javier García, o la fundación Elika, (Fundación Vasca para la Seguridad Agroalimentaria), a través de su director gerente, Juan Carlos Zuloaga Eizaguirre, ofrecen el punto de vista más cercano al lector del País Vasco. Sus comentarios iban dirigidos a tranquilizar a la población sobre la inocuidad del consumo de la carne consumida en la Comunidad y, en general, ofrecer una imagen positiva de la eficacia de sus instituciones a la hora de controlar la cadena alimentaria en todas sus fases.

Las fuentes correspondientes a las empresas afectadas aparecieron en 30,50% de los ítems analizados, y sus comunicados intentaron refutar o al menos mitigar las informaciones vertidas por otras fuentes, que las inculpaban como responsables del fraude. Las empresas a las que se dio voz en este periodo fueron: Ikea, y su portavoz, Ylva Magnusson; la multinacional Nestlé; JBS, líder mundial brasileño de transformación de vacuno; LIDL, Campofrío, y Spanghero, con su presidente, Barthelemy Aguerre.

De entre todas las empresas implicadas, Eroski, cooperativa de distribución de origen vasco, fue una de las que más atención tuvo por parte de los diarios analizados. Todos los periódicos, excepto *Gara* y *Berria*, destacaron los desmentidos de la empresa a las acusaciones de la OCU sobre la presencia de carne de caballo en sus hamburguesas. Estos diarios, sin embargo, dedicaron más espacio a Spanghero, empresa cárnica acusada por el Gobierno francés de la venta fraudulenta, y perteneciente a la cooperativa vasca Lur Berri. *Gara* se hizo eco de la acusación de la coalición vascofrancesa EH Bai hacia el presidente de Spanghero, Aguerre, exonerando de ese modo a la cooperativa vasca: “EH Bai señala a Aguerre en la venta fraudulenta de carne de caballo” (*Gara*, 28/02/2013). Así, casi en un 15% de informaciones las empresas del ámbito vasco afectadas por la crisis tuvieron voz en los diarios estudiados.

La OCU, Asociación de Consumidores y Usuarios, fue la más nombrada, en gran medida debido a la presentación el 29 de enero de un análisis efectuado a diferentes marcas de hamburguesas. Con la detección de carne de caballo en algunas de ellas, la OCU entraba de lleno en la polémica. Sus comentarios estuvieron presentes en el 20,96% de las informaciones. Aunque de esa cifra habría que restar un exiguo 3,22% destinado a asociaciones de carácter más local como Kontsumobide, por medio de su entonces directora Belén Greaves; y a Blanca Ibáñez, asesora jurídica de la delegación alavesa de la Unión de Consumidores de Euskadi.

El sector primario tuvo una presencia notable, 11,29%, sobre todo en los diarios del Grupo Vocento. Ganaderos y carniceros, todos ellos del País Vasco, contaron las excelencias de la carne de caballo y dieron su punto de vista sobre cómo se habían visto afectados por la crisis. De ahí que, exceptuando a la Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España, el resto de las fuentes era de un marcado carácter local. Es precisamente en este tipo de fuentes, donde el factor de proximidad cobró una mayor relevancia.

En cuanto a los medios de comunicación, el más citado fue el *Shanghai Daily*. Este diario fue el que informó del hallazgo por parte de las autoridades chinas de un alto número de bacterias de origen intestinal en tortas importadas de Suecia. En *Gara* otras fuentes mediáticas fueron: Titias Keetelaar, periodista de *NRC Handeishblad* (Amsterdam) y la cadena de televisión Euronews. Apenas si estuvieron presentes en el 8% de las informaciones y no hubo ningún medio local como referencia.

Las fuentes políticas y judiciales se presentaron en un 6,45% de los contenidos y casi la mitad eran fuentes cercanas, entre ellas la Coalición EH Bai y el sindicato ELB. Las últimas fuentes estudiadas son aquellas englobadas como médico-científicas. Estas se presentan como las fuentes más autorizadas, son fuentes expertas. Sin embargo, en el ámbito alimentario no está claro ni que éstas sean las únicas fuentes expertas, ni cuál debe ser su perfil, su profesión, responsabilidad o funciones. Como dice Julia Navas, “quizá es mejor pensar que el profesional futuro no se reduce tanto en veterinarios, médicos o biólogos, sino

en el experto que con cualquier profesión de base en ciencias de la salud, sea especialista en comunicación y gestión de crisis alimentarias” (Navas, 2010: 28).

Desde las instituciones, los diferentes portavoces de organismos como las Agencias de Seguridad Alimentaria se erigen en personal experto de cara al consumidor. “Esto da lugar a otra categoría, los que se denominan a sí mismos como gestores y portavoces que, a su vez, son cuestionados por el grupo de expertos por percibir que abandonan esa cientificidad para ponerla más cercana de la opinión pública tras ciertas compensaciones que, en la mayoría de los casos son económicas” (Navas, 2010: 62) .

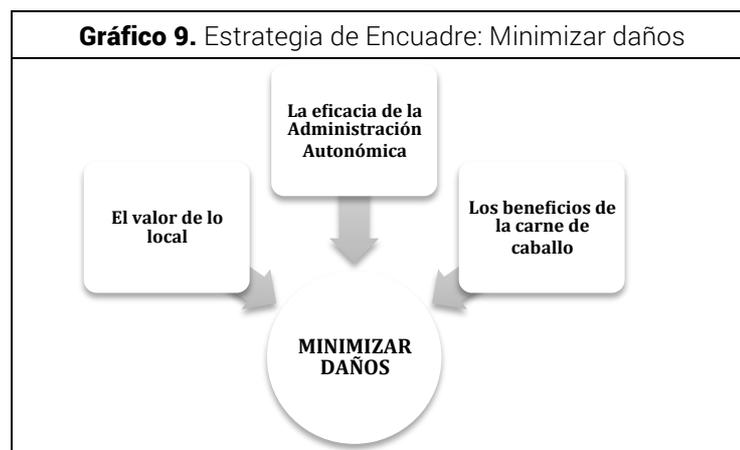
En cualquier caso, si las fuentes médico-científicas son consideradas fuentes expertas, éstas no son mayoritarias en esta crisis. Están en un 16,12% de informaciones, muy por debajo de las fuentes institucionales nacionales y supranacionales, empresas afectadas y organismos sociales. El Grupo Noticias recurrió a uno de estos expertos, elevado a tal categoría durante la crisis de las vacas locas, Juan José Badiola, presidente del Colegio de Veterinarios y miembro de la Red Europea de Seguridad Alimentaria; así como a otros científicos como Mats Lindblad, Microbiólogo de la Autoridad de Seguridad Alimentaria Sueca, y al Estudio Grupo Zooprofílico de Turín.

En este ámbito, las fuentes expertas locales sólo aparecen en un 6,45% de los textos editados, y ni en *Gara*, *El Diario Vasco* o *Berria* estuvieron presentes. Los expertos locales fueron: José Manuel Etxaniz, veterinario y colaborador del Grupo Noticias y Ana Isabel Vitas, experta en Microbiología de la Universidad de Navarra.

Como se puede observar, se priorizaron las fuentes institucionales, puesto que las medidas a adoptar cobraron gran protagonismo, así como las empresas afectadas que dieron rápida respuesta a las acusaciones. Las fuentes expertas no fueron especialmente relevantes y las del ámbito ganadero, pese a no ser las más importantes, ofrecieron un enfoque diferente de la crisis. Las fuentes cercanas aunque sólo fueron mayoritarias en este ámbito, fueron convocadas en todas las categorías, excepto en los medios de comunicación e instituciones supranacionales, obviamente. Su peso fue desigual pero sirvió, junto a los recursos anteriores, para encuadrar la crisis con un sesgo muy específico.

8.2. Estrategia de encuadre: minimizar daños

Los diarios vascos se valieron de los recursos anteriormente expuestos para enmarcar la crisis de la carne de caballo desde una perspectiva más próxima a los intereses locales.



El enfoque general iba destinado a minimizar los daños que las informaciones provenientes de otros países, e incluso la implicación de empresas vascas en el fraude, pudiera causar tanto a la imagen de la administración autonómica como a su economía. Bajo este marco general se articularon los siguientes ejes temáticos: La carne de caballo es

beneficiosa para la salud; los controles sanitarios en Euskadi son efectivos y los productos autóctonos son garantía de calidad.

8.2.1. La eficacia de la Administración autonómica

Mientras las noticias sobre los controles y medidas adoptadas por la Comisión Europea y los Ministerios competentes de cada país salían al paso de las acusaciones que les señalaban como el lugar de origen del fraude, la prensa vasca, por medio de declaraciones institucionales y organismos dependientes, como la fundación Elika y la Red Europea de Seguridad Alimentaria, ofrecían garantías sobre el buen funcionamiento del sistema de control alimentario vasco.

No hay que olvidar que los Gobiernos fueron también de algún modo las “víctimas” de esta crisis pues los consumidores les hicieron en gran medida responsables y ello fue en detrimento de su credibilidad. Un estudio realizado por Crane y Brown (2003) para la Food Standards Agency (FSA) del Reino Unido revelaba que sólo uno de cada 5 consumidores se declaraba “totally confident” por las prácticas y regulaciones en seguridad alimentaria. Asimismo, un informe publicado en 2003 por la agencia de estudios de mercados Mintel concluía que el 38% de los consumidores británicos entendían que el Gobierno era responsable de su seguridad alimentaria, y un 39% hacía responsable de la misma a las compañías. Para contrarrestar estas percepciones a nivel local los diarios utilizaron diferentes argumentos.

Estas fueron algunas de las declaraciones que subrayaron este encuadre:

- *Deia* (15/02/2013) reportaje: “Durante el 2012, el departamento de salud realizó más de 9.000 inspecciones en establecimientos” (Subtítulo); “«El año pasado se realizaron más de 9.000 inspecciones y en casi mil se tomaron muestras» jefe del Servicio de Inspecciones Alimentarias”. (Sumario).
- *Deia* (25/04/13) noticia: “Las carnes de nuestras cadenas de alimentación están bien etiquetadas” (Titular).
- *Noticias de Gipuzkoa* (11/03/2013) reportaje: “El 82% de usuarios vascos tiene bastante confianza en los alimentos que compra” (Sumario).
- *Diario de Noticias de Álava* (15.02.2013) noticia: “Es muy difícil que haya problemas de esta índole en Euskadi” (Subtítulo).
- *Diario de Noticias de Álava* (28/02/2013) reportaje: “El Gobierno Vasco asegura que no existe peligro para la salud...” (Sumario).

Como se puede observar este enfoque fue prioritario en la prensa del Grupo Noticias, afín al partido en el poder en aquel periodo, el Partido Nacionalista Vasco, PNV.

8.2.2. Los beneficios de la carne de caballo

Pese a los prejuicios culturales que afectan al consumo de carne de caballo o precisamente por ellos, la prensa vasca se esforzó en glosar las virtudes tanto gastronómicas como saludables de este producto:

- *El Diario Vasco* (28/01/2013) reportaje: “El hallazgo de ADN de caballo no arruina la fama de una carne más sana y barata que la de ternera” (Subtítulo).
- *Noticias de Gipuzkoa* (03/02/2013) reportaje: “Más dulce y rojiza” (Ladillo) “Es una carne de alta digestibilidad y muy sana por su bajo contenido en grasas y elevado contenido en hierro, en proteínas y en glucógeno” (Sumario).
- *El Correo* (24/02/2013) reportaje: “Los carniceros realzan las propiedades del potro y afirman que la polémica por el mal etiquetado no ha disminuido las ventas” (Subtítulo); “Un alimento suave y jugoso” (Ladillo).

- *El Correo* (24/02/2013) reportaje: “Las carnicerías especializadas advierten de la ‘confusión’ creada por el escándalo alimentario y ensalzan las propiedades ‘saludables’ del potro” (Subtítulo); “Tierna y baja en grasa” (Ladillo).
- *Noticias de Gipuzkoa* (03/02/2013). José Manuel Etxaniz, doctor en Veterinaria, y colaborador del Grupo Noticias, destacaba a través de su columna las excelencias de la carne de caballo, no sólo sabrosa sino también muy saludable “recomendable para personas con problemas arteriales y cardiovasculares”

8.2.3. El valor de lo local

La exaltación de los valores de lo autóctono se apoya en argumentos que remiten a la tradición y el origen para justificar la calidad de los productos.

La prensa del Grupo Noticias fue la que más trabajó este tipo de encuadre.

- *Deia* (15/02/2013) reportaje: “El 91% de los más de 14.000 comercios de Euskadi tienen una calidad buena o muy buena” (Sumario).
- *Deia* (15/02/2013) artículo de opinión: “Para saber lo que comes tienes que criarlo en casa” (Cuerpo)
- *Deia* (07/03/2013) artículo de opinión: “La comida segura es la que tenemos cerca, la que producen nuestros baserritarras o pescadores” (Despiece).
- *Noticias de Gipuzkoa* y *Deia* (07/03/2013) artículo de opinión: “Elikagai seguruak, gertu gertuan ditugu, eskura tranparik Gabe. Zekorra zekor, zaldia zaldi⁴” (Cuerpo).
- *Noticias de Gipuzkoa* (11/03/2013) artículo de opinión: “Y la terrible desgracia de esos consumidores engañados, que carecen de un carnicero de confianza, que adquiere su materia prima en los caseríos del entorno, que además elabora en su obrador sus propios platos preparados...” (Cuerpo).
- *El Correo* (10/03/2013) artículo de opinión: “La carne de caballo que se vende en Vitoria es 100% alavesa” (Titular).
- *El Diario Vasco* (03/02/2013) reportaje: “Son potros que compramos nosotros y criamos en nuestro caserío” (Cuerpo).

Aunque la cría de equino y su distribución representan un ínfimo porcentaje de las ventas de carne en el País Vasco, todos los diarios excepto *Gara* y *Berría* se volcaron en dar voz a ganaderos y carniceros para defender sus productos y contrarrestar el efecto de la crisis. El valor de lo autóctono era defendido ahora como sinónimo de calidad tanto en la crianza como en la comercialización de la carne de caballo: “Aquí vendemos potro lechal de la provincia criado específicamente para el consumo”, comentaba un carnicero alavés (*El Correo*, 10/03/2013).

Los diarios destacaron la calidad de la carne de equino comercializada en las carnicerías vascas y el éxito de ventas pese al fraude destapado. Los carniceros y ganaderos entrevistados se muestran en general optimistas e incluso ajenos a la crisis:

- *El Correo* (24/02/2013) reportaje: “Los carniceros realzan las propiedades del potro y afirman que la polémica del mal etiquetado no ha disminuido las ventas” (Subtítulo); “Ahora la gente pregunta por las propiedades del potro y acaba picando” (Sumario).
- *Noticias de Gipuzkoa* (03/02/2013) reportaje: “Cuando salen noticias como la del otro día se suele acercar más gente para probar esta carne”, decía un carnicero de Tolosa (Cuerpo).
- *El Diario Vasco* (09.03.2013) noticia: “El escándalo de la carne de caballo impulsa las ventas de productos cercanos y de calidad” (Titular).

⁴ Los alimentos seguros los tenemos muy cerca, a mano sin trampas. La ternera es ternera, el caballo caballo.

Contra cualquier pronóstico, Alazne Uribarri, directora de la unidad de marketing y certificación de Hazi³, aseguraba que “en algunos casos el aumento de las ventas está siendo espectacular” (*El Diario Vasco*, 09/03/2013). *Deia* también promocionó, sobre todo, a las pequeñas explotaciones ganaderas especializadas en equino del País Vasco, ofreciendo una imagen bucólica de la cría de caballos y haciéndose eco de la preocupación de los ganaderos por el desprestigio de sus productos (*Deia*, 03/03/2013)

El valor de lo autóctono se erigió como bandera para contrarrestar una crisis, que pese a afectar a algunas empresas vascas (Eroski e indirectamente Lur Berri), se quería asociar con lo ajeno y lejano.

9. Conclusiones

1. La cadena alimentaria traspasa fronteras y con ella también las crisis y problemas asociados a ella. Al interés creciente por el consumo de alimentos y la seguridad alimentaria responden también los medios de comunicación locales. Los 7 diarios editados en el País Vasco objeto de esta investigación prestaron una atención desigual al seguimiento de la crisis del caballo. *Deia* fue el más pródigo tanto en páginas, 12, como en número de informaciones, 17, seguido de cerca por *Diario de Noticias de Álava*, del mismo grupo empresarial, con 14 informaciones y *El Correo* con 13. *Gara* y *Berria* fueron los que menos contenidos publicaron (o se detectaron), 7 y 2, respectivamente. El acompañamiento visual siguió la misma tónica, siendo *Deia* quien más fotografías utilizó para ilustrar sus contenidos, 19. Las tablas e infográficos, pese a su valor informativo y pedagógico, tan útil en un proceso de la complejidad del tratado, tuvieron una escasa presencia.

2. La complejidad de los procesos asociados a la cadena alimentaria y la diversidad de fuentes con las que se trabaja dificulta una definición y diagnóstico precisos. La cobertura informativa refleja la falta de una política comunicativa operativa de alcance internacional que permita gestionar en momentos de crisis la comunicación con unos mensajes sencillos y coherentes. La escasez de fuentes expertas o la inexistencia de un portavoz único repercutieron directamente en la confusión generada en los medios. De ahí, que la definición de este asunto fuese cambiante y dispar en los medios estudiados. El Grupo Noticias fue oscilando de uno a otro concepto, y lo que comenzó siendo un fraude, con tintes de alarma o escándalo, derivó en riesgo a medida que se extendió el conocimiento sobre la contaminación con fenilbutazona.

Deia fue el periódico que más incertidumbre generó, pues sus definiciones no siempre fueron claras ni precisas, y el riesgo o peligro generado por las diferentes fuentes citadas no ayudó a paliar este efecto. En el Grupo Noticias, el uso de titulares expresivos y retóricos fomentó la incertidumbre y las sospechas. *El Correo*, por su parte, aunque calificó el hecho de escándalo en varias ocasiones, se limitó a tratarlo como un problema de etiquetado incorrecto, dando prioridad al concepto de fraude. Este diario sustituyó fecal por bacteriano, alejándose así de los tintes más amarillistas de *Deia*.

Gara y *Berria*, quizás por ser los diarios con menos informaciones detectadas, fueron más asépticos a la hora de definir y calificar esta crisis. *Gara* se refirió al hecho como fraude, hasta que la contaminación detectada en la carne le inspiró titulares más alarmistas, hablando de “riesgo sanitario” para definir esta crisis.

3. El encuadre de responsabilidad fue minoritario en esta crisis. Los diarios estuvieron más interesados en atenuar las consecuencias económicas y transmitir las directrices

³ Hazi es una corporación dependiente del Gobierno Vasco, que impulsa la competitividad y sostenibilidad del sector primario, alimentario y del medio rural y litoral vasco y certifica y promociona los productos de calidad vascos de la marca Euskolabel.

europas que en buscar a los verdaderos responsables. A falta de un periodismo de investigación, la prensa se limitó a reflejar las diferentes estrategias empleadas por las empresas inculpadas que se decantaron o bien por la transferencia de la responsabilidad, en una cadena de acusaciones difícil de seguir, o por la negación absoluta. Sólo la empresa Ikea se responsabilizó de sus actos.

4. Los diarios locales, advertidos probablemente por la experiencia de otras crisis alimentarias, se esforzaron por elaborar una estrategia de encuadre más ligada a sus intereses autonómicos y encaminada a paliar los posibles daños políticos o económicos que pudiera conllevar. Esta estrategia de encuadre se articuló alrededor de tres ejes temáticos: la carne de caballo es beneficiosa para la salud, los productos autóctonos son garantía de calidad y los controles sanitarios en Euskadi son efectivos.

Los diarios del Grupo Noticias, afines al partido gubernamental en ese periodo, fueron los que más apostaron por este último encuadre. La eficacia de la administración autonómica y su rigor a la hora de controlar la cadena alimenticia fue puesta de manifiesto en sus páginas, alejando así cualquier duda sobre posibles peligros en la Comunidad Autónoma Vasca. Las bondades de la carne de caballo, tanto por sus cualidades gastronómicas como por sus beneficios para la salud, fueron argumentos esgrimidos tanto por los articulistas como por los entrevistados, mayoritariamente carniceros y ganaderos de la región.

Lo local, artesanal y autóctono fue puesto en valor en todos los diarios de los dos grupos editoriales mayoritarios, sobre todo a través de los artículos de opinión. La prensa autonómica salió en defensa de los pequeños ganaderos de equino, y de los carniceros especializados en la venta de esta carne. Sólo los diarios *Berria* y *Gara* se alejaron de estas estrategias y sus esfuerzos se encaminaron sobre todo a exonerar a la cooperativa vasca Lur Berri de cualquier responsabilidad respecto a las acusaciones de fraude en una de sus filiales Spanghero. Los intereses políticos, sesgo editorial y afinidad ideológica, así como los económicos, a través sobre todo de las inserciones publicitarias, es obvio que influyeron en los encuadres y estrategias de cada diario.

5. Los recursos que favorecieron los diferentes encuadres temáticos fueron el uso de fuentes cercanas, la elaboración propia de los textos y la abundancia de géneros interpretativos y de opinión. Estos recursos permitieron acercar el problema a los intereses de los lectores y establecer una estrategia de encuadre dirigida a minimizar los daños tanto económicos como políticos a nivel autonómico.

Los géneros interpretativos y de opinión supusieron el 42% de los textos editados. Los reportajes, entrevistas y artículos de opinión derivaron hacia enfoques más localistas, como la repercusión de la crisis en la ganadería y el pequeño comercio local.

Las fuentes cercanas estuvieron presentes en todos los casos, excepto en los medios de comunicación y, lógicamente, en las instituciones supranacionales. En el sector ganadero fueron mayoritarias, y en lo que respecta a las empresas afectadas supusieron casi la mitad de las citadas, gracias a Eroski y, en menor medida a Spanghero. Las fuentes expertas, médico-científicas fueron minoritarias, con un 16,2%, sin embargo un 6% de estas fueron también cercanas.

El 18% de las informaciones fue de agencia, el 14% sin firma y el 68% con firma. El alto porcentaje de contenidos de elaboración propia favoreció la redacción de reportajes y entrevistas desde una perspectiva más próxima al lector.

6. En definitiva, la prensa local desempeñó un importante papel a la hora de contrarrestar los posibles perjuicios a nivel autonómico que se pudiesen derivar de una crisis de alcance global.

Referencias

- Bateson, G. (1972). *Pasos hacia una ecología de la mente. Una aproximación revolucionaria a la autocomprensión del hombre*. Buenos Aires: Lohlé-Lumen.
- Beck, U. (2002). *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós.
- Bland, M. (1994). *The Crisis checklist: A guide and checklist to help you prepare for and successfully handle crisis public relations*. London: Public Relations Consultants Association (PRCA).
- Comisión de las Comunidades Europeas (2000). *Libro Blanco sobre Seguridad Alimentaria*. Retrieved from: http://ec.europa.eu/dgs/health_consumer/library/pub/pubo6_es.pdf
- Crane, J., Brown, G. (2013). *Consumer attitudes to towards the horse meat contamination issue*. Londres (UK): Food Standard Agency. Retrieved from: <http://www.food.gov.uk/sites/default/files/multimedia/pdfs/horse-meat-consumera.pdf>
- De Marcos, A. (2012). El reto de la seguridad alimentaria: De la granja a la mesa. *Revista Ambienta 99*, 34-46. Retrieved from: <http://www.revistaambienta.es/WebAmbienta/marm/Dinamicas/secciones/articulos/Seguali.htm>
- De Vreese, C.H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal+Document Design 13*(1), 51-62.
- Elika-Fundación Vasca para la Seguridad Agroalimentaria (2014). *Informe sobre la Seguridad Alimentaria en la prensa del País Vasco en 2013*. Retrieved from: <http://www.elika.eus/datos/articulos/Archivo1502/SegAlimprensa2013.pdf>
- Entman, R.M. (1993): Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication 43*(4), 51-58.
- Fita, J. (1999). *Comunicación en programas de crisis*. Barcelona: Gestión 2000.
- Francescutti, P. (2003). “Vacas locas” y comunicación del riesgo: un análisis de la prensa española. *Política y Sociedad 40*(3), 153-187.
- Goffman, E. (2006). *Frame Analysis. Los marcos de la experiencia*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Gonzalo Iglesia, J.L., Farré Coma, J. (2011). *Teoría de la Comunicación de Riesgo*. Barcelona: UOC.
- Gruber, B. (2011). *Media Framing of Food Insecurity*. Bates College. Retrieved from: http://www.blakejgruber.com/food_mediaframing.pdf
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y Práctica*. Barcelona: Paidós.
- Lippmann, W. (2003): *La opinión Pública*. Madrid: Cuadernos de Langre.
- López Villafranca, P. (2012). Los encuadres sanitarios en prensa española: El caso de la gripe A y la bacteria E. Coli. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, No 4, vol. II. 221-246.
- March Cerdá, J.C. (2011). El riesgo de una mala comunicación de riesgos. *Revista de Comunicación y Salud*1(2), 61-66.
- MINTEL (2014). “Just Half of Brits Trust the Food Industry to Provide Safe Food to Eat”. Retrieved from: <http://www.mintel.com/press-%20centre/food-and-drink/food-safety-after-horse-meat-scandal>
- Navas López, J. (2010). El experto alimentario y los medios de comunicación: las crisis alimentarias en España (EEB 2001) frente a la tranquilidad alimentaria (2007). *Athenea Digital 18*, 49-64.
- Pérez-Castellanos, M. S. (2004): Alertas alimentarias en Salud Pública. *Gaceta Sanitaria 18*(1), 234-238.

- Prades, J., Farré, J. & Gonzalo, J.L. (2014). Journalists and bloggers. Professional identities and practices in food/risk benefits communication in Spain. *Communication & Society / Comunicación y Sociedad* 27(1), 1-21.
- Quintana, Y. (2004). *Sociedad, Consumidores y Medios de comunicación social*. Madrid: CEACU.
- Sarpong, S. (2014). Traceability and supply chain complexity: confronting the issues and concerns". *European Business Review* 26(3), 271-284.
- Saura, P (2005). *La gestión y la comunicación de crisis en el sector de alimentación y bebidas*. Madrid: Universidad Pontificia.
- Semetko, H., Valkenburg, P. (2000). Framing European politics: a content analysis of press and television news. *Journal of Communication* 50(2), 93-109.
- Tankard, J. (2001). The empirical approach to the study of media framing. In S.D. Reese, O.H. Gandy y A.E. Grant (Eds.). *Framing Public life* (pp. 95-106). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia*. Barcelona: Gustavo Gili.
- 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.
- Whaley, S.R., Tuck, M. (2004). The Influence of Perceived Food Risk and Source Trust on Media System Dependency. *Journal of Applied Communications* 88(1), 9-27.