



Universidad de Valladolid

CURSO 2018-2019

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**NUTRICIÓN Y SALUD EN LA PRENSA
DIGITAL. EL CASO DE EL CONFIDENCIAL**

Alumna: Esther Martínez González

Tutora: Salomé Berrocal Gonzalo

**Departamento: Historia Moderna, Contemporánea, de
América, Periodismo, Comunicación Audiovisual y
Publicidad**

Convocatoria: primera, Julio 2019

RESUMEN:	1
ABSTRACT:	2
PALABRAS CLAVES:	2
KEY WORDS:	2
<i>Health, nutrition, journalism, information, El Confidencial, digital media</i>	2
1. Introducción	3
1.1. Justificación	3
1.2. Objetivos:	3
1.3. Hipótesis:	4
2. Estado de la cuestión	5
2.1. Periodismo especializado en Salud	5
2.2. Periodismo nutricional	8
2.2.1. Definición y características	8
2.2.2. Historia del periodismo nutricional	11
2.2.3. El tratamiento de los medios de comunicación a las informaciones relacionadas con la nutrición y la salud	14
3. Metodología	18
4. Resultados	23
4.1. Aspectos generales	23
4.2. Criterios de relevancia informativa	24
4.3. Aspectos relacionados con la selección temática	28
5.1. Cuestiones relacionadas con el encuadre	29
5.2. Uso de fuentes	31
5.3. Presentación de la información	33
6. Conclusiones	38
7. Bibliografía	40
8. Anexos	43

NUTRICIÓN Y SALUD EN LA PRENSA DIGITAL. EL CASO DE *EL CONFIDENCIAL*.

NUTRITION AND HEALTH IN DIGITAL MEDIA. THE CASE OF *EL CONFIDENCIAL*

RESUMEN:

Las noticias sobre alimentación van adquiriendo cada año una mayor presencia en los medios de comunicación, puesto que existe una preocupación social enfocada a cuidar de la salud a través de una correcta alimentación. El medio digital *El Confidencial* cuenta con 3 secciones que dedican un espacio a informar sobre alimentación: Alimento, Gentleman y Alma, Corazón y Vida. La presente investigación ha recogido las noticias relativas a este campo en dichas secciones desde el 13 al 27 de marzo del 2019 – un total de 130 unidades periodísticas – para examinar las informaciones de alimentación en la prensa digital, saber qué información alimentaria publican y delimitar sus fronteras. Para ello, se ha usado una plantilla de codificación en la que se tienen en cuenta temas relativos a la relevancia informativa, el contenido temático, el encuadre específico, el uso de fuentes y la presentación de la información.

Asimismo, se ha profundizado teóricamente en los conceptos de periodismo especializado en salud y periodismo nutricional. Se ha definido a través de diversos autores qué es y cuáles son las características de ambas formas de periodismo. También se ha tratado de abarcar el desarrollo de la historia del periodismo nutricional para comprender su estado actual.

Los resultados muestran que predominan las publicaciones que no utilizan ninguna fuente informativa (35'5%), seguida de las que usan solo una (25'9%). El encuadre predominante es el gastronómico, puesto que supuso el comienzo del auge de las informaciones alimentarias debido a que durante la época de transición era sinónimo de modernidad. Todavía mantiene su predominio, aunque la “medicalización” de estas informaciones – proceso iniciado hace relativamente poco – comienza a tener una importante presencia. El cuidado estético ocupa solamente el 9%, aunque es el tercer encuadre más usado. Mientras que los titulares de las noticias de *El Confidencial* se caracterizan por ser enunciativos, informativos y apelativos.

ABSTRACT:

Every year the news about food acquires a greater presence within communications media, since there is a large social focus on taking care of one's health through eating the correct food. The digital media *El Confidencial* has three sections which have space dedicated to information about food: *Alimente*, *Gentlemen and Alma*, *Corazón y Vida*. The news articles related to food in these sections were collected from the 13th to the 27th of March 2019 – ending up with a total of 130 new articles – in order to examine the information about food in digital media, to know what information about food is being published and the elements/characteristics present in said publications. In order to do so, a coding template was used which took into account: the topics related to the relevant information, the thematic content, the specific framing, the use of sources and the way the information was presented.

I've also researched the theoretical aspects of journalism specializing in the fields of health and nutritional journalism, which have been defined and had their features listed through the work of various authors. I've also done research into the development of nutritional journalism to better understand its current state.

The results of this test show that, predominantly, these publications do not use any sources (35.5%), and these publications are closest in number to those publications that only use one source (25.9%). The most common topic in these publications is gastronomy, which caused the rise in information about food during the transition period since it was then synonymous with modernity. It has stayed the predominant theme, although the "medicalization" of these types of reports - a relatively new process - has started to have an important presence. The issue of caring for appearances/aesthetics takes up only 9% of these articles, although it is the third most common theme. The headlines of the news publications in *El Confidencial* are characterized as being descriptive, informational and attention-grabbing.

PALABRAS CLAVES:

Salud, nutrición, periodismo, información, El Confidencial, prensa digital.

KEY WORDS:

Health, nutrition, journalism, information, El Confidencial, digital media

1. Introducción

1.1. Justificación

Las noticias alimentarias han adquirido cada vez más presencia en los medios de comunicación, puesto que la sociedad quiere cuidar de su salud a través de una correcta alimentación. Por ello, esta investigación considera relevante realizar un estudio para comprender con mayor profundidad que tipo de informaciones publican los medios y qué tratamiento les otorgan.

Para realizar este trabajo se ha seleccionado una muestra de informaciones de *El Confidencial*, medio considerado como uno de los digitales más importantes en el panorama español y por la existencia de una sección dedicada en concreto a la alimentación, llamada Alimento. En abril del 2019 *El Confidencial* obtenía un total de 93.594.174 visitas con 15.106.311 de visitantes únicos. Además, este medio digital es el tercero en obtener mayor número de visitas por lector (6'2) por detrás de *El Mundo* y *El País* (El Confidencial, 2019). Asimismo, resulta fundamental que el estudio se realice en un medio cuya principal plataforma es digital, puesto que la mayoría de la población que busca acceder a información de este tipo, lo hace a través de internet. Un informe de Comscore (2018) sobre la alimentación online en Europa señalaba indicaba que 130 millones de personas visitaron un sitio de alimentación en septiembre de 2018, lo que representa un 57% de la población digital de la EU5 (Alemania, España, Francia, Italia y Reino Unido). Un 81% de ellos visitó sitios webs que ofrecen recetas, consejos de cocina y reseñas de restaurantes.

1.2. Objetivos:

El presente estudio tiene como objetivo principal examinar las informaciones de alimentación en la prensa digital, concretamente en el diario *El Confidencial*, para saber qué información alimentaria publican y delimitar sus fronteras. Para ello, se analizará todas las informaciones de alimentación publicadas por el medio digital *El Confidencial* durante dos semanas (13/03/2019 al 27/03/2019).

Asimismo, en esta investigación también queremos examinar determinados aspectos específicos de estas informaciones:

- Examinar el rigor de estas informaciones atendiendo a la utilización de las fuentes.
- Analizar la relevancia informativa que les otorga el medio en función del tratamiento de los aspectos formales, en concreto, la ubicación de las unidades periodísticas.
- Establecer el encuadre mediático de la información.

1.3. Hipótesis:

Esta investigación parte de una serie de hipótesis que una vez sean verificadas o refutadas nos ayudarán a entender el concepto de información alimentaria en internet:

H1: Atendiendo a las nuevas corrientes dirigidas más a entretener que informar se prevé que las informaciones alimentarias que predominen en la plataforma digital sean *soft news* frente a las *hards news* que serán muy escasas.

H2: El actual interés por el bienestar de la sociedad hace prever que el tipo de noticias mayoritario estarán relacionadas con el cuidado estético y la salud de las personas.

H3: En línea con la primera hipótesis y la corriente de infoentretenimiento se prevé la ausencia de fuentes informativas o el uso de fuentes no expertas en gran parte de las informaciones.

H4: Los titulares de las noticias serán llamativos y tendrán como objetivo animar a los usuarios a entrar en el enlace, es decir, serán titulares *clickbait*.

2. Estado de la cuestión

2.1. Periodismo especializado en Salud

La Organización Mundial de la Salud (OMS) define el concepto de salud como “un estado de bienestar completo, físico, psíquico y social y no solamente la ausencia de enfermedad o invalidez” (como se citó en Carretero, 2016, p.125). La misma organización en otro de sus documentos, Volumen 1 de *Healthy People*, afirmó que la comunicación en salud incluía la investigación y utilización de estrategias para informar e influenciar decisiones individuales y comunitarias con el fin de mejorar la salud (como se citó en Blanco y Paniagua, 2007).

"Los objetivos de la comunicación en salud son informar, sensibilizar, cambiar actitudes, suscitar nuevos comportamientos mediante la captación de la atención, generando el interés y el compromiso para la acción." (López y Lobato, 2007, p.5)

Las primeras publicaciones especializadas en España comienzan a aparecer a mediados del siglo XIX, a la vez que comienza la producción científica propia. *El Siglo Médico* (1835), *Revista Clínica Española* (1940) y *Cirugía Española* (1970) fueron revistas especializadas precursoras en la difusión de la información científica (Barrera, 2016).

Entre 1990 y 1995, según datos de la Federación Internacional de Editores de Diarios, la prensa española fue de las que más creció del mundo; por ello, el auge de la información especializada en salud tiene lugar en estos años con más intensidad. En la década de los 80 existen dos acontecimientos que marcan el inicio de la especialización en temas de salud: la crisis por el aceite de colza y el SIDA. El interés que generaron en la sociedad hizo que aumentará la necesidad de este tipo de informaciones (Barrera, 2016).

El perfil de estos interesados en informaciones especializadas en salud se caracterizan por presentar una serie de rasgos comunes: sensible a los temas de salud, elevado espíritu crítico, consciente de sus derechos, saturado de información, confuso ante los numerosos mensajes que recibe de los medios, con dificultades para seleccionar entre la información que recibe, con preconceptos sobre el tema fruto de la tradición y la cultura en la que vive, fascinado por la terminología sanitaria, sensible a la novedad pues tiene entre sus valores la modernidad y predispuesto, aunque sea inconscientemente, a aceptar informaciones sensacionalistas (López y Lobato, 2007)

En la actualidad, la prensa española se caracteriza por dar una información estructurada en diversas secciones temáticas, como, por ejemplo: política, nacional, internacional, cultura,

deportes, etc. La mayoría de los medios de información no cuentan con un espacio independiente dedicado a la salud, por lo que aparecen en otras secciones, normalmente en la sección «sociedad» (Revuelta, 2006).

El hecho de que la información se reparta en páginas y suplementos especializados conlleva un tratamiento en mayor profundidad de los diversos temas. Asimismo, se utiliza las fuentes de información de una manera más apropiada y aumenta la presencia de estas en las informaciones ofrecidas. Sin embargo, estas secciones especializadas tienen un problema: indican al lector a través de sus propios rasgos, como la cabecera o la encuadernación, que se trata de una información de un tema particular. De esta manera, el lector puede saltar fácilmente los ámbitos informativos que no son de su interés. (Revuelta, 2006)

El periodismo especializado en Salud tiene la misión, sea cual sea su ámbito temático, de "facilitar la comunicación entre el mundo de la ciencia y la sociedad" (Blanco y Paniagua, 2006, p.9). Al elaborar y presentar la información, el profesional debe tener la habilidad de expresarse de una manera clara, concisa y directa a la vez que precisa y adecuada. El lenguaje técnico puede resultar confuso y evitar que se entienda el contenido (Aranceta, 2015). Por consiguiente, las informaciones especializadas en salud deben emplear un lenguaje divulgativo que cumpla este cometido.

La calidad y rigor en las informaciones del periodismo de salud se obtiene cumpliendo una serie de factores. Por un lado, los periodistas especializados deben ser profesionales bien formados que identifiquen las fuentes de información adecuadas. (Aranceta, 2015). Asimismo, deben garantizar un tratamiento correcto de las fuentes y contenidos; y usar un lenguaje apropiado para la comprensión del mensaje. Por otro lado, se requiere una mayor implicación de profesionales, medios y organismos e instituciones del sector. (Blanco y Paniagua, 2006)

El periodismo en salud está vinculado al periodismo científico, lo que hace que tengan varios aspectos en común: su finalidad divulgativa y transcodificadora, sus dilemas respecto a las fuentes de información y la responsabilidad con el desarrollo de las sociedades (Montes de Oca, 2010). Por lo tanto, "el periodista sanitario o el informador de la salud es un profesional especializado en una vertiente del periodismo científico que se ocupa de los temas de salud en los distintos medios informativos". (Aranceta, 2015, p.101)

Sin embargo, la calidad, rigor o comprensibilidad no son los únicos factores clave, ya que las informaciones – cuyo tema principal sea la salud – no deben solo enfocarse en comunicar las noticias relativas a enfermedades o avances científicos, sino que deben aportar una mayor

profundidad incluyendo como eso beneficia a las personas. “Es decir, el hecho informativo, sea cual sea, debería ser publicado siempre acompañado de datos y consejos sobre acciones que redunden en el bienestar de la persona” (Blanco y Paniagua, 2007, p.6).

La propuesta de la Organización Panamericana de la Salud (2001) apoya estas ideas sobre cómo debe actuar el periodista especializado en temas de salud, ya que este debe cumplir dos funciones:

1. Identificar temas y problemas relacionados con la salud teniendo en cuenta el contexto social y la calidad de vida de públicos específicos: “el periodista especializado será capaz de buscar informaciones y discernir cuáles son de interés para el ciudadano” (Aranceta, 2015, p.154).
2. Difundir crítica, ética y responsablemente esta información, desde una perspectiva integral, y ayudar a generarla

Según los informes Quiral, las noticias de salud en los medios de comunicación se pueden clasificar en dos grandes grupos. Por un lado, los tópicos de interés del momento caracterizados por su sensacionalismo y poca profundidad. Mientras que por otro, los tópicos de interés constante, que al contrario presentan un tratamiento más elaborado, más profundo y con más rigor (Aranceta, 2015).

Asimismo, en un estudio de Elena Blanco y Francisco Javier Paniagua (2007) se indican la variedad de temas que hay en las noticias de salud en 2006, según su orden de importancia: en primer lugar cuestiones relacionadas con la guerra, armas químicas y biológicas; en segundo lugar, la dietética y nutrición, obesidad; y por último, el deporte-dopaje y colectivo sanitario. Las noticias relacionadas con la nutrición ocupan ya el segundo lugar.

En el proceso de la selección de informaciones, el medio de comunicación prioriza los distintos temas mediante una agenda predeterminedada y no improvisada que controla el periodista especializado, que, además, es capaz de profundizar en aspectos importantes, huyendo del sensacionalismo. También tiene que ser capaz de evitar la distorsión por problemas de espacio y, con ello, la posible y temida alarma social o, bien, generar falsas expectativas (Aranceta, 2015).

La Organización Mundial de Salud designa que “es un imperativo moral asegurar el acceso de la sociedad a informaciones objetivas y válidas sobre todos los aspectos de la sanidad. Informaciones que deben presentarse según el contexto cultural para permitir comprenderlas” (como se citó en Barrera, 2016, p.2).

La salud es un bien social y, por ello, cuenta con un espacio permanente en los medios de comunicación. A pesar de que cada vez hay más señales de una mayor calidad en el tratamiento de la información especializada en salud, son pocas las ocasiones en las que existe un apartado específico dedicado a este tema (López y Lobato, 2007).

Siguiendo a López y Lobato (2007) para mejorar la claridad de las informaciones publicadas en este tipo de periodismo es necesario tener en cuenta ciertos factores:

- Relevancia: los objetivos tienen que ser claros y sencillos.
- Ajuste: hay que tener en cuenta quien recibe el mensaje y adaptarlo.
- Sencillez: simplificar las ideas.
- Definición: debemos definir antes que desarrollar y explicar antes de ampliar.
- Estructura: la organización del mensaje en etapas relacionadas entre sí resulta vital para su comprensión.
- Repetición: los aspectos más importantes deben aparecer más de una vez en el texto.
- Comparación y contraste: asociar lo que se conoce con lo desconocido para que sea más sencillo de comprender.
- Énfasis: consiste insistir en las ideas fundamentales.
- Retroalimentación: hay que comprobar la comprensión del lector.

2.2. Periodismo nutricional

2.2.1. Definición y características

En los inicios de la humanidad, la preocupación por el consumo de alimentos en la sociedad occidental años estaba ligada a la mera supervivencia de la especie, pero desde hace años ha ido adquiriendo nuevas dimensiones culturales, sociales y estéticas (Marín, Armentia y Caminos, 2015). El periodismo nutricional surge en respuesta a estas nuevas inquietudes de la sociedad.

Los medios de comunicación poseen un creciente poder de influencia a la hora de establecer unos hábitos alimentarios en las personas mediante la información nutricional que publican. Para ello, "los medios de comunicación despliegan todas las herramientas que tienen a su

alcance para ejercer el periodismo especializado en nutrición, como subespecialidad del periodismo especializado en salud" (Carretero, 2016, p.29)

Los profesionales de la información cuya especialización sea la nutrición y salud deben cumplir una triple función (Carretero, 2016):

- 1) Divulgar la información científica perteneciente a este ámbito
- 2) Interpretar los descubrimientos científicos más relevantes que tengan lugar en este campo
- 3) Actuar como agente de control social para que las decisiones relacionadas con la salud pública tomadas por los políticos tengan en cuenta los descubrimientos científicos relativos.

Sin embargo, tanto en nuestro país como en otras sociedades desarrolladas encontramos que las enfermedades crónico-degenerativas o "patologías de la abundancia" – diabetes, obesidad, enfermedades cardiovasculares y cerebrovasculares y algunos tipos de cáncer – aumentan año tras año entre la población. La dieta y el estilo de vida, como demuestran estudios epidemiológicos, están relacionados con el desarrollo de estas enfermedades (Carretero, 2016).

La información nutricional, enfocada en garantizar la salud, puede ser considerada como una respuesta a una necesidad, que además satisface la exigencia de la protección jurídica del individuo desde dos puntos de vista: el derecho a la información y el derecho a la protección de la salud (Carretero, 2016).

Existen una gran variedad de formas con las que los medios de comunicación pueden presentar estas informaciones. Los diversos canales de construcción, interpretación y difusión nos muestran que los discursos son múltiples y con frecuencia contradictorios; que se emiten por diferentes motivos, y que son transmitidos y emitidos por agentes heterogéneos (Vives, 2015).

Actualmente, se percibe un incremento del interés de la opinión pública en los temas relacionados con la nutrición. Por consiguiente, es necesario un aumento de los contenidos y la calidad de estos mismos. La causa de esto radica en que la sociedad española presenta, cada vez más, una visión exigente de su salud, para lograr esto requiere mensajes que le den a conocer los estilos de vida considerados saludables. Dentro de algunos medios escritos, esta demanda ha tenido varios resultados: por un lado, la aparición de "consejos dietéticos nutricionales" o "publicidad relacionada con la nutrición" dentro de secciones ya establecidas. Por otro, la creación de suplementos semanales con los que se dispone de un mayor espacio y tiempo, que permite una mayor profundidad en los temas (Alzate, 2013).

Sin embargo, la cantidad de periodistas especializados en los grandes medios no presenta cambios, lo cual puede suponer una dificultad para mantener el nivel adecuado de calidad, rigor y profundidad de la información, "hay que tener especial cuidado, ya que en ocasiones la información nutricional recogida en estos medios no es del todo rigurosa" (Alzate, 2013, p.18).

Contreras y Gracia Arnáiz (como se citó en Carolina, 2016) en su libro *Alimentación y Cultura* afirman que:

“En los medios de comunicación aparecen con una cierta regularidad y frecuencia, sobre todo si se comparan con los contenidos periodísticos de cincuenta años atrás, una gran diversidad de artículos y noticias que incluyen programas sobre cocina o remedios caseros para ciertos males, documentales de viajeros narrando las peculiaridades de las cocinas exóticas, debates sobre la salud y la inocuidad o no de los alimentos y sus repercusiones en nuestro cuerpo o en el medio ambiente”

Asimismo, Gracia Arnáiz (1996) puntualiza respecto al progreso que ha sufrido la transmisión de informaciones nutricionales que:

"Los conocimientos y habilidades, que con anterioridad se reunían en torno al saber popular, el gastronómico o el médico-nutricional y que eran practicados y difundidos por las amas de casa, los cocineros o los facultativos respectivamente, ahora se diluyen en los múltiples mensajes emitidos por autoridades menos identificables" (p.125-126)

Las sociedades industriales presentan una característica común: “mass-información” alimentaria, es decir, una difusión masiva de prácticas y valores a través de los diversos medios de comunicación, que las personas usan como fuente de información. Por consiguiente, vivimos en una sociedad que sufre de hiperinformación a nivel alimentario (Gracia Arnáiz, 1996).

"Aunque la alimentación, por su cotidianidad y su adscripción, haya sido secundaria como objeto de estudio y de divulgación hasta hace pocas décadas, los valores de carácter médico-nutricional, estético y gastronómico que se le asocian en la actualidad vienen situándola en el punto de mira de diferentes colectivos" (Gracia Arnáiz, 1996, p.127)

Barrera (2016) realiza en su investigación un análisis de los temas que durante los últimos años han ido ganando protagonismo en el ámbito de la nutrición:

- La obesidad, la cual denomina como "la gran epidemia del siglo XXI", va adquiriendo un mayor protagonismo
- También destacan los trastornos de la alimentación, aunque en menor medida, debido a la relevancia en la sociedad actual.
- La nutrigenética ha aparecido en las agendas de los medios recientemente, "como campo de futuro que abre nuevas vías en las que avanzar y que, sin duda, seguirá sumando notoriedad en los próximos años". (p.6)
- La estética y las dietas siguen siendo dos temas que están muy presentes dentro del ámbito informativo nutricional.
- Las modas alimentarias van cambiando y es posible observarlo a través de los medios de comunicación; alimentos que en otras épocas no eran muy populares, ahora gozan de muy buena prensa, y viceversa, como también se indica en el apartado dedicado a la historia.
- La fusión de la nutrición y el deporte es un tema que va ganando popularidad, por su clara implicación en una buena salud.
- La gastronomía ha vivido un verdadero auge con la instauración de nuevos formatos informativos como los concursos televisivos.

2.2.2. Historia del periodismo nutricional

Desde que comienza la prensa periódica en el siglo XVIII hasta mediados del XX, la información sobre alimentación se divide en tres tipos de mensajes informativos, en función del punto de vista desde que traten la alimentación: sistema productivo agrario, abastecimiento de los mercados e instrumento para mantener sana y fuerte a la población (Vives, 2015). El primer periódico que se publica con una periodicidad diaria, *Diario noticioso, curioso-erudito y comercial público y económico* (1758), comienza siempre con un artículo, normalmente con carácter divulgativo y de diferentes materias, entre las que está la agricultura (Vives, 2015).

"La alimentación y los alimentos aparecen con las tres perspectivas ya expuestas y con escasa relevancia, salvo el tratamiento que reciben las hambrunas." (Vives, 2015, p.150)

En este contexto, el aceite de oliva es un protagonista, pero recibe el tratamiento de una mera materia prima con la que alimentar a la población o mantener fuerte al ejército. Desde mediados del siglo XX, el mensaje informativo cambiará y se comenzará a aparecer en los artículos junto a los adjetivos "virgen" o "virgen extra". A su vez, se empieza a relacionar con

las nociones de placer, ocio, alta gastronomía o salud (Vives, 2015). Asimismo, Vives (2015) también manifiesta el siguiente cambio:

"De esta manera, hemos podido comprobar que tras el nacimiento del concepto de alimentación saludable desde el punto de vista científico (médico y nutricional) y político, a mediados del siglo XX, se redimensiona al aceite de oliva virgen o virgen extra como alimento beneficioso para la salud, más allá de un simple alimento que nutre. Es lo que antropológicamente se denomina "medicalización" de los alimentos." (p.10-11).

En 1891, ABC funda la revista semanal *Blanco y Negro*, que adquirirá un papel de gran importancia dentro de esta nueva corriente con la publicación de artículos que promocionan una idea de alimentación que va más allá de las tres perspectivas mencionadas anteriormente. La revista cuenta dentro de la sección "Hechos, problemas, doctrina" con una subsección denominada "Agricultura"; a partir de 1958 comenzará a llamarse "El Campo". Está dirigida y escrita por el conde de Montarco. Esta revista cuenta también con una subsección de alimentación; el doctor Francisco Jiménez García se encargará de escribir en ella. Los conceptos de alimentación y salud se unen (Vives, 2015).

Durante la "pretransición", España sufre ciertos atrasos respecto al resto de Europa y los nuevos medios de comunicación buscan distinguirse de los afines al régimen franquista. "Calidad de los alimentos", "modernidad alimentaria" o "nueva alimentación" son algunos de los nuevos conceptos que comienzan a formar parte del lenguaje informativo (Urroz Arancibia, 2008). "Para algunos expertos, se crea una verdadera obsesión por la influencia de la alimentación en la salud. Además, el etiquetado empieza a ser una preocupación generalizada, y aparece una revista que protege y cuida los derechos del consumidor: *Ciudadano*." (Vives, 2015, p.163).

En este contexto comienza a nacer la idea de gastronomía como señal de modernidad. Por ello, los nuevos medios de esta época dejan de lado las informaciones relacionadas con el mundo agrario y se centran más en este nuevo concepto: "La idea de que sin una buena agricultura no hay buena gastronomía se olvida y es omitida por la mayoría de los medios de la época" (Vives, 2015, p.167).

Es en esta época cuando Vives (2015) señala que comienza la dicotomía comunicativa respecto a la alimentación, ya que la publicidad lanza unos mensajes que se mezcla con el dado por los periodistas. El público no es capaz de diferenciar y separar entre ambos mensajes. Es el inicio

de la confusión por parte del público respecto a la alimentación. Una situación que empeorará cuando dentro de un mismo medio se ofrezcan mensajes alimentarios contradictorios entre sí.

La aparición en escena de Internet afectará también a las informaciones de este tipo, principalmente por su capacidad de interconexión. Existen múltiples plataformas a través de las cuales los usuarios pueden interactuar entre sí. Los mensajes alimentarios son otro de los temas que se generan y multiplican dentro del mundo digital (Vives, 2015).

Existe un aumento por la preocupación acerca de la salud, el bienestar y su relación con la alimentación, además de la calidad y la seguridad de las comidas y bebidas, como señala el EUFIC (2000). Los medios tienen un papel decisivo a la hora de responder a esta necesidad mediante la difusión, reconstrucción e interpretación de los discursos alimentarios. Sin embargo, al existir un incremento de estas informaciones, tiene lugar una "cacofonía dietética" (Vives, 2015). Los estudios demuestran la existencia de una paradoja, puesto que la población indica que la información de salud está dentro de sus prioridades informativas, pero siente que esta poco o mal informada al respecto (López y Lobato, 2007).

Asimismo, Vives (2015) pone en duda el papel de los medios como creadores de discursos, ya que "podrían ser sólo el soporte a través del cual se transmiten los mensajes que se crean en otros ámbitos: industria alimentaria, administraciones públicas o ciencia".

A la hora de comunicar una de las cuestiones en las que puede ser más complicado realizar esta tarea, de una manera apropiada, es cuando hay que informar de crisis alimentarias. En España han tenido lugar varias crisis alimentarias: Síndrome del aceite tóxico (1981); Vacas Locas (2000); Benzopirenos en el aceite de orujo (2001); Salmonelosis en el pollo cocinado (2005); Influenza Aviar (2005-2006); la Crisis del pepino-Escherichia coli (2011) y crisis de la carne de caballo (2013). Estas han tenido protagonismo en los medios de comunicación y han sido vitales a la hora de que la población comprendiera el riesgo de estas y la gestión (Marín et al., 2015).

Al margen de las crisis, a lo largo de la historia de las informaciones alimentarias resulta de gran relevancia el papel que han tenido ciertos alimentos como el huevo o el aceite de oliva, los cuales han recibido una mala o buena prensa, que ha afectado directamente a la visión de la sociedad respecto a esos productos. Por consiguiente, también afectó al consumo de estos. El huevo en los medios de comunicación ha sido uno de los más controversiales por los grandes cambios que sufrió de imagen. En un primer momento, se transmitió una imagen muy negativa de este, "como un alimento frente al que hay que tener especiales controles y limitaciones".

Finalmente, la investigación científica ayudaría a incluir de nuevo al huevo dentro de la dieta sana y equilibrada (López y Lobato, 2007).

Hasta entonces, el huevo había sido un alimento fundamental de la gastronomía española por varias razones: tiene un precio asequible; existen múltiples formas de preparación y tiene un gran valor nutritivo. Los medios tuvieron un papel fundamental en este cambio de percepción, puesto que publicaron artículos sensacionalistas, simplificaciones de los estudios científicos, entre otro (López y Lobato, 2007).

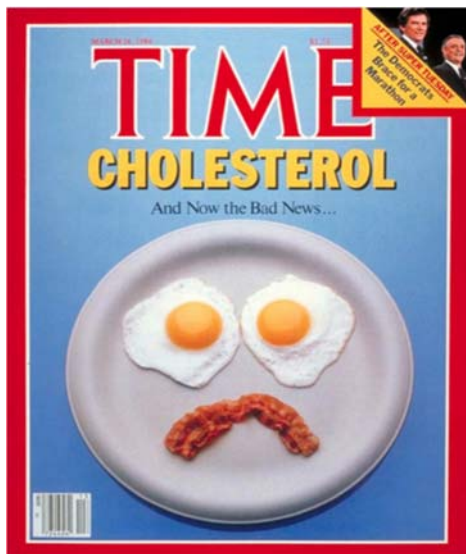


Imagen 1: Portada del Time en 1984 sobre los efectos negativos del huevo

Las consecuencias de esta mala prensa relacionando problemas de colesterol con el consumo de huevos no tardaron en reflejarse en la economía española: en ocho años los españoles consumían casi la mitad de este producto. "El nivel alto de colesterol en sangre fue relacionado con ataques cardíacos y otros problemas circulatorios, y encabezando la lista de los culpables de los niveles de colesterol en sangre se situó a la yema de huevo por contener una cantidad considerable del temido colesterol" (López y Lobato, 2007, p.12).

El problema fue la falta de información, ya que no se tuvieron en cuenta el resto de componentes del mismo alimento u otros factores importantes de los hábitos de vida del consumidor. La simplificación del mensaje convirtió al huevo en seña del colesterol; que los medios lograron transmitir con éxito (López y Lobato, 2007).

2.2.3. El tratamiento de los medios de comunicación a las informaciones relacionadas con la nutrición y la salud

"Siempre, pero especialmente cuando lo que está en juego es la salud, los medios de comunicación tienen la tarea de informar con conocimiento y responsabilidad." (Marín, Armentia y Olabarri, 2016, p.634).

El informe de la Consulta Mixta OMS/FAO de 2003 señala la importancia de la nutrición como factor determinante de enfermedades crónicas que pueden ser modificadas. Asimismo,

continúa aumentando la evidencia científica que constata las repercusiones negativas y positivas de la dieta en la salud a lo largo de toda la vida (Carretero, 2016).

El artículo 20, sobre el derecho a la información, y el artículo 43, sobre el derecho a la protección de la salud, de la *Constitución Española* hacen a los medios de comunicación corresponsables en la custodia de este doble derecho. Esta responsabilidad hace necesarios cambios básicos a la hora de tratar la información en los diarios de información general: crear una sección especializada en nutrición, periodistas especializados en nutrición encargados de la elaboración de estos artículos y establecer una planificación temática de las informaciones (Carretero, 2016). Como indica Carretero (2016) ya "la elección del espacio informativo donde presentar las noticias es toda una declaración de intenciones sobre el tratamiento de la información" (p.255)

La conducta alimentaria que se va adquiriendo en la sociedad depende diversos factores procedentes del entorno cultural, económico y social. "En este contexto económico y sociocultural, los hábitos alimentarios se encuentran especialmente afectados, modulados o condicionados por el impacto de los mensajes sobre nutrición y alimentación difundidos por los medios de comunicación" (Carretero, 2016, p.28-29).

El ciudadano recibe las informaciones nutricionales en dos formatos. Por un lado, como información perteneciente al periodismo especializado en nutrición y salud. Por otro lado, como información del marketing alimentario, fundamentalmente a través de la publicidad de alimentos y bebidas. Las informaciones del primer grupo que publican los medios no siempre se caracterizan por el rigor científico, la transparencia, la pertinencia o el servicio a la sociedad. Los ciudadanos tienen dificultades para seleccionar las fuentes fiables de información y para entender el lenguaje especializado, por lo que se genera desinformación y confusión. Los mitos alimentarios se crean y difunden en este panorama informativo (Carretero, 2016).

La información nutricional es presentada como noticia y se ubica en una sección. La elección de esta o la existencia de una subsección exclusiva para la nutrición son dos características que indican el tratamiento y el enfoque que el medio informativo les otorga a estas informaciones. Como señala Carretero (2016):

"Los medios de comunicación se configuran como actores fundamentales en el proceso de educación nutricional en el ámbito social. Transmitir la información nutricional de manera correcta, comprensible y amena será la clave del éxito. Y, de esta forma, los

medios de comunicación contribuirán a la promoción de la salud pública a través de una educación nutricional eficaz." (p.234)

Por otra parte, la Ley 41/2002, Básica reguladora de la Autonomía del Paciente y de Derechos y Obligaciones en Materia de Información y Documentación Clínica, reconoce el derecho a la información sanitaria, puntualizando que ésta va más allá del contexto médico-paciente, puesto que la persona sana, como ciudadano, es tributaria de recibir una información que le capacite de adoptar medidas preventivas y normas de conducta para gozar de la mejor salud posible (Carretero, 2016).

Un estudio realizado por la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas y la Asociación Nacional de Informadores de Salud (2014) sobre la responsabilidad en comunicación de la alimentación y la salud enumera una serie de requisitos para lograr este propósito:

- 1) La información debe tener interés público
- 2) La información debe unir la alimentación, el estilo de vida y la salud
- 3) Algunas noticias tendrán como objetivo la comunicación del riesgo alimentario
- 4) La validez de las fuentes informativas es un deber
- 5) La información tiene que ser transparente
- 6) La originalidad no debe ser un impedimento para la veracidad de la información
- 7) Deberá hacerse un uso responsable de Internet

En la investigación realizada por Marín et al. (2016) llama la atención la alta presencia un artículo, un informe o una investigación como fuentes de información, ya que en estos casos la autoría no suele estar clara, pudiendo haber sido financiados por una entidad con intereses económicos. Por su parte, en el estudio destacan que el periódico *El Mundo* difiere de sus rivales, ya que presenta un mayor número de fuentes del ámbito empresarial agroalimentario.

Los medios disponen de una gran variedad de canales para presentar, interpretar y difundir la información alimentaria en su espacio informativo. Como consecuencia, los diferentes discursos que pueden aparecer se caracterizan por ser variados y a menudo contradictorios. En la actualidad, distinguimos siete posibles encuadres mediáticos diferentes: (Vives, 2015)

1. Discurso médico-sanitario: se produce la "medicalización" de las informaciones alimentarias

2. Discurso de calidad e higiene: la calidad de los alimentos como seguridad alimentaria. Se informa de los riesgos alimentarios derivados de la producción.
3. Discursos estéticos: informaciones en las que se aconseja sobre el uso de la alimentación con el fin de mejorar el aspecto físico.
4. Discursos gastronómicos: se comparte información relativa a la gastronomía.
5. Discursos éticos y morales: se vincula la alimentación con un correcto comportamiento ético
6. Discursos económicos y políticos: la alimentación depende de la producción agroalimentaria, fundamental para la economía y política de mercado a la que pertenece.
7. Discursos ambientalistas: se enfrenta lo natural contra lo artificial.

Por lo tanto, los medios de comunicación deben poner mucha atención a las informaciones alimentarias que publican. Sobre todo, cuando se trata de medios digitales por la velocidad de transmisión e inmediatez que proporciona esta plataforma gracias a las nuevas tecnologías. Perez-Latre (2011) señala que esta velocidad informativa no solo tiene efectos positivos, sino que “al mismo tiempo, la rapidez provoca errores de bulto, ayuda a extender rumores que pueden ser letales para la reputación, y puede dificultar la verificación y control de calidad de los contenidos.” (p.3)

3. Metodología

El presente trabajo analiza las publicaciones recogidas desde el 13 al 27 de marzo de 2019 de tres secciones del medio digital *El Confidencial*: Alimento, Gentleman y Alma, Corazón y Vida (ACV). Las tres secciones cuentan con subsecciones relacionadas con la alimentación. En total, se han recogido 130 unidades periodísticas: 98 de la sección Alimento, 26 de ACV y 6 de Gentleman. Bajo el término unidad periodística se reúnen: noticias, fotonoticias, videonoticias, reportajes, crónicas y entrevistas.

Tabla 1: Número de unidades periodísticas recogidas

Sección de <i>El Confidencial</i>	Número de unidades periodísticas analizadas
Alimento	98
ACV	26
Gentleman	6
Total	130

Fuente: Elaboración propia

Para llevar a cabo la presente investigación se ha recurrido al análisis de contenido, ya que permite verificar científicamente rasgos de cualquier texto: temático, procedimientos, convenciones y rasgos formales. Asimismo, este método se caracteriza por realizarse de forma sistemática, objetiva y cuantitativa. (Wimmer y Dominick, 1996).

La tabla de codificación, inspirada en la realizada por Luis Miguel Torres (2015), cuenta con seis apartados: datos de identificación, criterios de relevancia informativa, aspectos relacionados con la selección temática, cuestiones relacionadas con el encuadre, uso de fuentes y presentación de la información. Al final, se pueden añadir comentarios para complementar los datos obtenidos. En el primer apartado, se recogen datos básicos de la noticia como el titular, la fecha de publicación, el enlace, la sección o el autor:

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
1. Título de la noticia:	
2. Día de publicación:	
3. Enlace:	
4. Sección:	
5. Autor:	

En el siguiente apartado se analizan la relevancia informativa que tiene la publicación en función del tratamiento que *El Confidencial* haya proporcionado. En primer lugar, se analiza la posición en la que unidad periodística está colocado. Posteriormente, se analiza el uso de diferentes complementos gráficos que acompañen la información.

CRITERIOS DE RELEVANCIA INFORMATIVA		
6. Tiempo de lectura		
7. Aparición en la página principal de El Confidencial	7.1. Noticia principal	
	7.2. Noticia secundaria	
	7.3. Noticia principal de sección	
	7.4. Noticia secundaria de sección	
	7.5. No aparece	
8. Aparición en la página principal de la sección	8.1. Noticia principal	
	8.2. Noticia secundaria de primera categoría	
	8.3. Noticia secundaria de segunda categoría	
	8.4. Noticia de subsección	
	8.5. No aparece	
9. Complementos gráficos que acompañan a la información	9.1. Fotografía	
	9.2. Videos	
	9.3. Infografía	
	9.4. Otros	
	9.5. Ninguno	

En el siguiente apartado se analizará el género al que pertenece la publicación y los temas que trate. Los posibles temas que pueden aparecer proceden de la clasificación usada en el estudio de Fúster, Ribes, Bardón y Marino (2009) sobre noticias de alimentación en la prensa madrileña y son cinco:

1. Alimentos y sus propiedades: el protagonista es un alimentos desde el punto de vista de sus propiedades, nutrientes y riesgos alimentarios
2. Calidad alimentaria: trata fraudes, promociones de calidad alimentaria, marcas de calidad, entre otras.

3. Hábitos y consumo alimentario: responden a las cuestiones de dónde, cuándo, quién y cómo se compra, se gasta o se come. Incluye noticias en las que el tema central es la dieta, pero desde el punto de vista de un patrón de consumo.
4. Nutrición y salud: el protagonista de la noticia es un nutriente desde el punto de vista de los beneficios o perjuicios que pueda aportar a la salud.
5. Seguridad alimentaria: la cobertura de temas alimentarios que puedan afectar a la seguridad de su consumo como serían brotes, toxiinfecciones, contaminantes, sustancias tóxicas, alertas, etc.

ASPECTOS RELACIONADOS CON LA SELECCIÓN TEMÁTICA		
10. Género	10.1. Noticia	
	10.2. Foto-noticia	
	10.3. Video-noticia	
	10.4. Reportaje	
	10.5. Crónica	
	10.6. Entrevista	
11. Tema	11.1. Alimentos y propiedades	
	11.2. Calidad alimentaria	
	11.3. Hábitos y consumo	
	11.4. Nutrición y salud	
	11.5. Seguridad alimentaria	
12. Tipo de tema	12.1. Issue	
	12.2. Events	

Para analizar el enfoque que los medios dan a las noticias se han analizado dos aspectos. El primero de ellos consistía en delimitar el marco genérico (episódico o temático) de la publicación. Mientras que el segundo consistía en clasificar el discurso que el medio había utilizado para presentar la información, a través de los siete tipos que explicamos en el punto 2.3. : Médico-sanitario, calidad e higiene, estético, gastronómico, ético y moral, económico y político, y ambientalista.

CUESTIONES RELACIONADAS CON EL ENCUADRE		
13. Marco genérico	13.1. Episódico	
	13.2. Temático	
14. Encuadre específico	14.1. Médico-sanitario	
	14.2. Calidad e higiene	
	14.3. Estético	
	14.4. Gastronómico	
	14.5. Ético y moral	
	14.6. Económico y político	
	14.7. Ambientalista	
	14.8. Ninguno	

El penúltimo apartado se centra en el uso de las fuentes. Recoge el número exacto de fuentes empleadas en cada publicación. Además, del tipo, en función de la clasificación empleada por Marín et al.(2016) en su investigación *Alimentación y Salud: Enfoque predominantes en la prensa española*: Sanitario/científicas, sector agroalimentario, colectivos ciudadanos/ONGs, gubernamentales/políticas, administraciones, informes/artículos, otros medios de comunicación, gastronómicas y otras.

USO DE FUENTES		
15. Uso de fuentes	15.1. Si	
	15.2. No	
16. Total de fuentes		
17. Tipos de fuentes	17.1. Sanitario/ Científica	
	17.2. Sector agroalimentario	
	17.3. Colectivos ciudadanos/ ONGs	
	17.4. Gubernamentales/ políticas	
	17.5. Administraciones	
	17.6. Informes/ artículos	
	17.7. Otros medios	
	17.8. Gastronomía	
	17.9. Otras	

Finalmente, los últimos cuatro puntos se centran en analizar la manera en que se presenta la información a través del tipo de lenguaje empleado, la presencia de hiperenlaces, las estrategias narrativas empleadas y el tipo de titular.

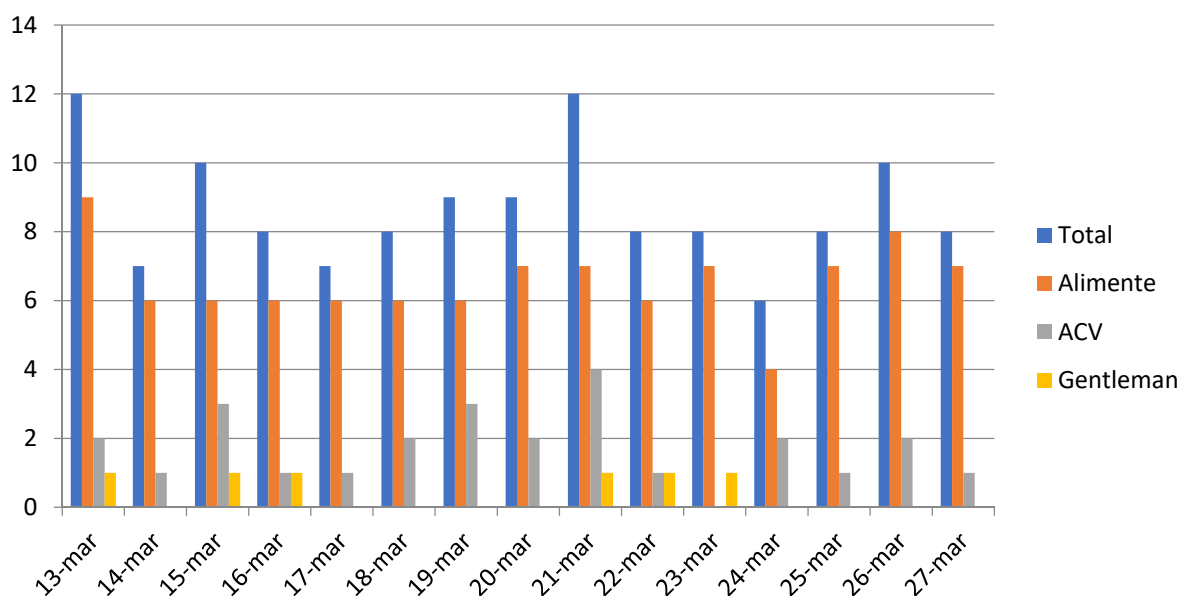
PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN		
18. Tipo de lenguaje	18.1. Informativo	
	18.2. Especializado	
	18.3. Coloquial	
	18.4. Divulgativo	
19. Uso de enlaces web en el cuerpo de la noticia	19.1. Si	
	19.2. No	
20. Uso de las principales estrategias narrativas	20.1. Dramatización	
	20.2. Personalización	
	20.3. Emotividad	
	20.4. Humor	
	20.5. Especulaciones	
	20.6. Ninguna	
21. Tipo de titular	21.1. Expresivos	
	21.2. Apelativos	
	21.3. Informativos	
	21.4. Enunciativos	
	21.5. Creativos	
	21.6. Informativo-Explicativo	
	21.7. Actos de habla	

4. Resultados

4.1. Aspectos generales

Los resultados obtenidos a través del análisis de 130 artículos de *El Confidencial* en las secciones seleccionadas – Alimento, Alma, Corazón y Vida (ACV) y Gentleman – alumbran que el diario publica una media de 8’7 unidades periodísticas al día dedicados a informar sobre salud y nutrición. Existen despuntes ocasionales en ciertos días en los que la cifra total de la muestra aumenta a 12, como es el caso del 13 y 21 de marzo del 2019. La gran cantidad de este tipo de publicaciones diarias se debe a la aportación de Alimento, una sección dedicada en concreto a la alimentación que generalmente publica un mínimo seis artículos al día (más de la mitad del cómputo general del medio), aunque en ocasiones como el 13 de marzo puede llegar a las 9 publicaciones. Por su parte, la aportación de ACV es más modesta, ya que tanto alimentación como salud son solo dos de sus muchas subsecciones. Por ello, es común ver en dicho apartado solo dos noticias diarias de media sobre este tema. En el gráfico 1, podemos observar como el día 23 dicha sección no público ninguna información relativa a la alimentación.

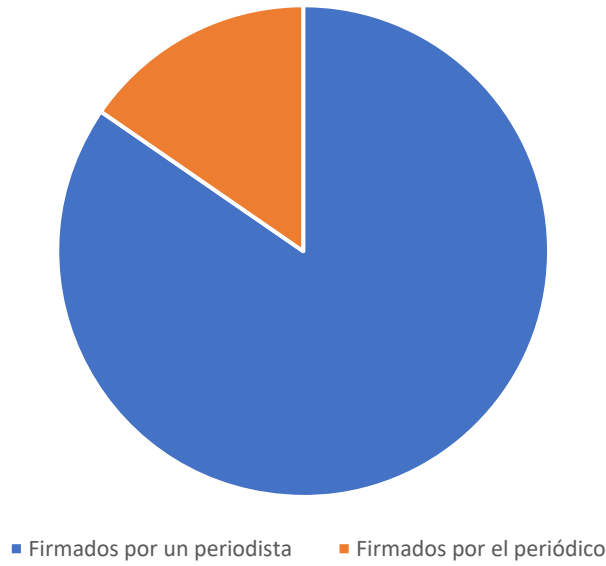
Gráfico 1: Número de publicaciones recogidas por día y sección



Fuente: Elaboración propia

Al inicio de las publicaciones *El Confidencial* incluye la firma del periodista. En ocasiones, la información viene firmada por el propio periódico o la sección.

Gráfico 2: Número de unidades periodísticas firmadas



Fuente: Elaboración propia

4.2. Criterios de relevancia informativa

La extensión de las publicaciones indica el nivel de profundidad con el que su autor ha tratado la información. Prácticamente en todos los artículos de *El Confidencial* encontramos la firma, los *tags* y el tiempo de lectura. Solo en cuatro ocasiones no aparece indicado cuantos minutos toma la lectura; todas pertenecientes a la sección Gentleman.

De 3 a 5 minutos son las extensiones más frecuentes para las informaciones de alimentación de *El Confidencial*. Una característica que puede deberse al gran número de noticias que se publican. En total hay 25 unidades periodísticas cuya duración supera los cinco minutos, es decir, que incide con mayor profundidad en el tema.

Tabla 2: Tiempo de lectura por unidad periodística

Tiempo de lectura	Nº de unidades periodísticas
1 minuto	3
2 minutos	10
3 minutos	24
4 minutos	35
5 minutos	29
6 minutos	11
7 minutos	11
8 minutos	1
9 minutos	1
10 minutos	1
No aparece	4

Fuente: Elaboración propia

La posición de las noticias, tanto en la página principal como en la página de sección, se ha analizado para este estudio. A continuación, se observa una tabla con la cantidad de unidades periodísticas clasificadas según su colocación en la página web:

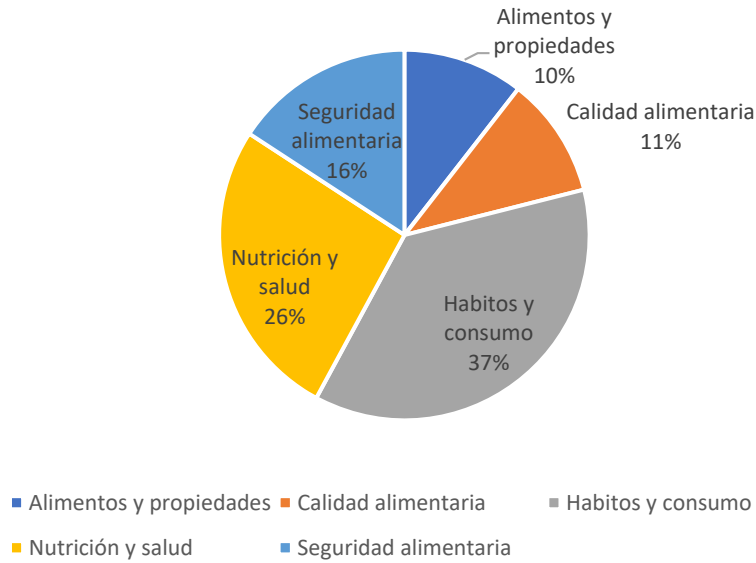
Tabla 3: Unidades periodísticas en función de su posicionamiento en la página web

Página principal			Página de sección				
Noticia Principal de sección	Noticia Secundaria de sección	No aparece	Noticia principal	Noticia Secundaria de primera categoría	Noticia Secundaria de segunda categoría	Noticia de subsección	No aparece
19	50	61	15	48	56	4	7

Fuente: Elaboración propia

La página principal de *El Confidencial* destaca cada día un determinado número de noticias de cada sección. Las principales noticias de sección que aparecen en la página web principal de este medio digital tratan sobre el tema de los hábitos y consumo alimentario (37%). El otro asunto con mayor presencia es la nutrición y salud (26%).

Gráfico 3: Contenido temático tratado en las principales noticias de sección de la página web principal de *El Confidencial*



Fuente: Elaboración propia

No siempre coinciden las publicaciones que se destacan en la página web principal de este medio digital con la de la sección. Por esta razón, los resultados obtenidos respecto a los temas predominantes en las unidades periodísticas dentro de las páginas de cada sección son semejantes, aunque no iguales, a los obtenidos en el gráfico 3. El tema predominante es la nutrición y salud, que supone un 33% de las informaciones alimentarias, seguido tanto de la seguridad alimentaria como de los hábitos y consumo con un 27% cada uno.

Gráfica 4: Contenido temático tratado en las principales unidades periodísticas en las páginas web de las secciones analizadas de *El Confidencial*



Fuente: Elaboración propia

Respecto al acompañamiento gráfico, tan solo 3 unidades periodísticas no incluyen ningún tipo de complemento. El resto de las publicaciones (127) incluyen principalmente fotografías. Los videos aparecen fundamentalmente en las video-recetas de Alimento, como por ejemplo la publicación del 13 de marzo del 2019 titulada: *Vídeo-receta: crema de calabacines, coliflor y puerros*; y, a veces, están acompañados de imágenes. También, en el caso de ACV se incluyen en el cuerpo de cuatro noticias *GIFs*; es el caso de *6 maneras de acelerar tu metabolismo y adelgazar* (13/03/2019) o *Lo que le pasa a tu cuerpo si comes demasiado rápido* (18/03/2019). Destaca el hecho de que no haya ninguna infografía en las 130 noticias analizadas, cuando si aparecen datos que podrían presentarse de esta manera.

Tabla 4: Complementos gráficos empleados

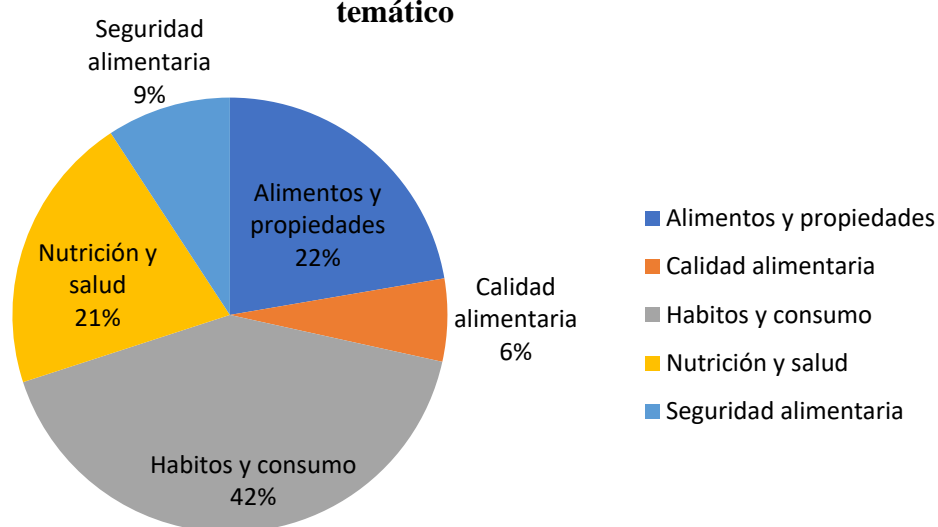
Complementos gráficos	Nº de unidades periodísticas
Fotografía	117
Videos	7
Infografías	0
Otros	7
Ninguno	3

Fuente: Elaboración propia

4.3. Aspectos relacionados con la selección temática

Los hábitos y el consumo alimentario es el tema predominante en las informaciones de *El Confidencial*, supone un 42% de las informaciones publicadas, con un total de 54 noticias al respecto. La seguridad (9%) y calidad alimentaria (6%) – 12 y 8 noticias – son los dos temas que menos atención reciben. Es importante destacar que las noticias cuyo tema central sea los alimentos y sus propiedades (22%) o los nutrientes y la salud (21%) reciben una atención muy similar.

Gráfico 6: Unidades periodísticas en función del contenido temático

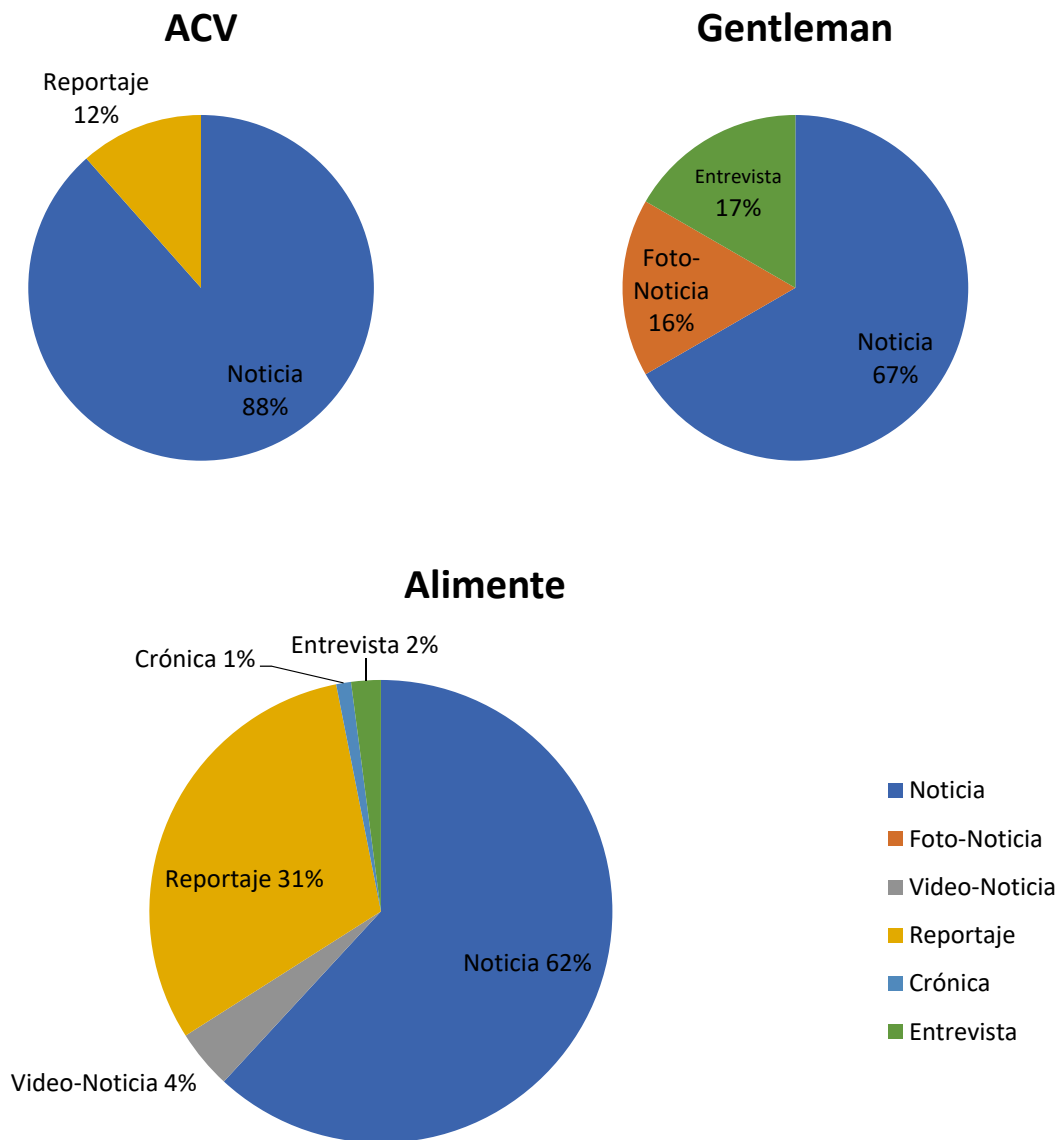


Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los géneros periodísticos utilizados, en las tres secciones analizadas de *El Confidencial* predomina la noticia dentro de las unidades periodísticas analizadas: Alimento (62%), ACV (88%) y Gentleman (67%). Dentro de Alimento, el otro gran protagonista son los reportajes que suponen un 31% de las 96 publicaciones; las crónicas (1%) y entrevistas (2%) son poco usuales. Destaca la presencia en esas dos semanas de cuatro video-noticias a causa de la publicación de video recetas en una sección de esta página web.

En Alma, Corazón y Vida solo se utilizan dos géneros periodísticos. Por un lado, la noticia, ya mencionada anteriormente. Por otro lado, se usa el reportaje en el 12% de las unidades periodísticas de esta sección (3 publicaciones de las 26 analizadas). Respecto a Gentleman destaca el uso de la foto-noticia (16%), no usada en ninguna de las otras dos secciones

Gráfico 5: Géneros periodísticos empleados en función de la sección

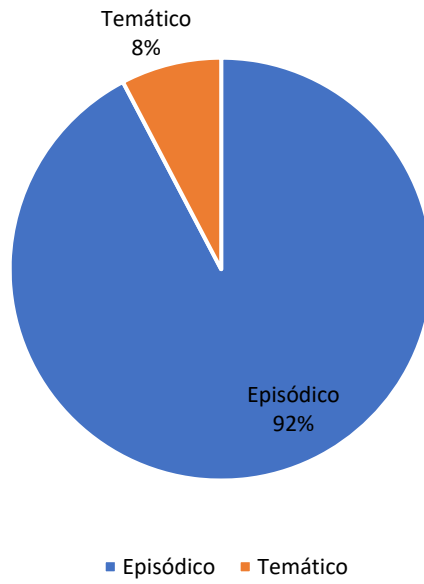


Fuente: Elaboración propia

4.4. Cuestiones relacionadas con el encuadre

Las unidades periodísticas analizadas fueron divididas en función de dos marcos genéricos: episódico y temático. El primero de ellos es el que aparece con mayor frecuencia dentro de las informaciones alimentarias de *El Confidencial*, con una presencia del 92%. Mientras tanto, el segundo no es prácticamente usado por este medio de comunicación, con un 8%.

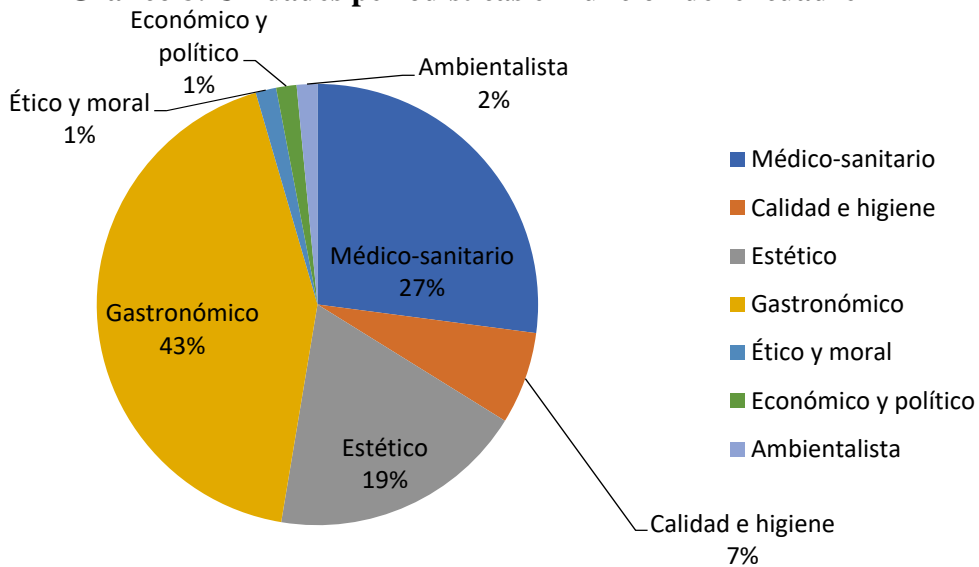
Gráfico 7: El marco genérico empleado



Fuente: Elaboración propia

La gastronomía (43%) sigue siendo el principal encuadre que se usa a la hora de tratar los temas de alimentación; aunque poco a poco las informaciones desde un punto de vista más médico (27%) van ganando terreno. La estética (19%) sigue siendo un factor clave en el interés alimentario como muestra el gráfico inferior, pero en la actualidad por debajo de los dos ya mencionados.

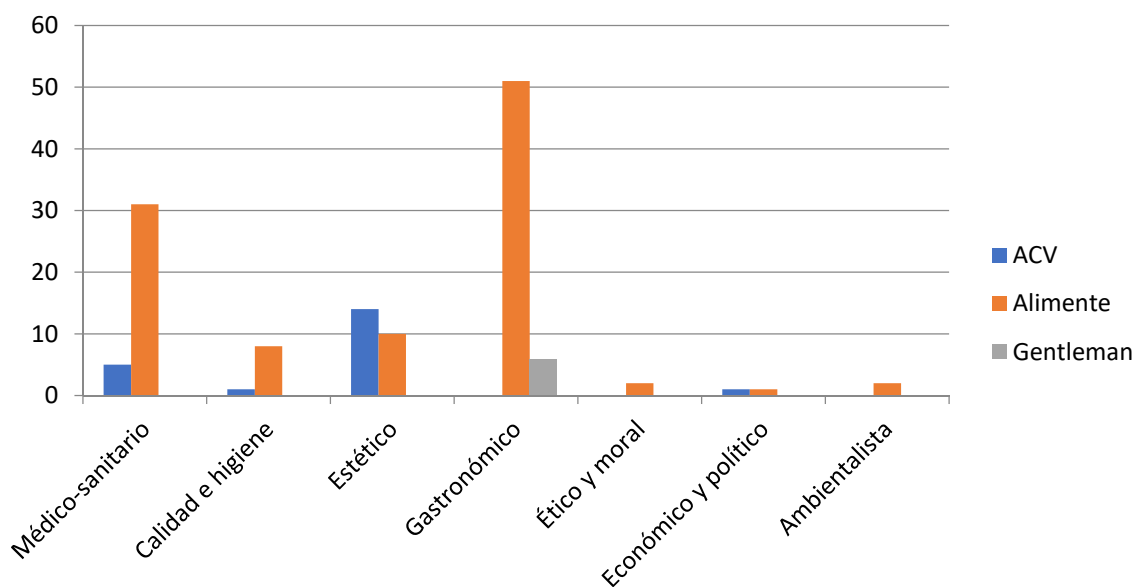
Gráfico 8: Unidades periodísticas en función del encuadre



Fuente: Elaboración propia

Pero, en función de la sección de *El Confidencial* que estudiemos, encontraremos diferentes encuadres. Tanto Alimento como Gentleman deciden tratar las informaciones la mayoría de las veces desde un punto de vista gastronómico, mientras que ACV en ningún momento del periodo analizado utiliza dicho enfoque. El discurso de esta última sección irá orientado hacia la estética, es decir, la belleza física de la persona. El siguiente enfoque predominante es el mismo para Alimento y ACV: médico-sanitario. Como ya hemos mencionado antes, la causa de este resultado se debe al aumento del interés de la población por la salud, que está derivando en la medicalización de las informaciones alimentarias.

Gráfico 9: Encuadre específico empleado en función de la sección



Fuente: Elaboración propia

4.5. Uso de fuentes

Otro aspecto vital para medir el tratamiento que se le da a una noticia y la cantidad de tiempo dedicado a la investigación previamente a su publicación es la cantidad de fuentes que aparecen a lo largo del texto. Una cifra alarmante son las 43 unidades periodísticas en los que no se usa ni una fuente; seguido de los 35 en los que se usa solo una. Hay que cuidar las informaciones alimentarias que se publican, ya que pueden afectar directamente en la salud de las personas. Asimismo, como señala Borrat (1989, p.57) “la potencia informativa del periódico se pone de manifiesto entonces en el número, la calidad y el pluralismo de sus fuentes de información”

Tabla 5: Número de fuentes empleadas en las unidades periodísticas analizadas

Nº de fuente por unidad periodística	Nº de unidades periodísticas
0	43
1	35
2	18
3	22
4	8
5	0
6	3
7	1

Fuente: Elaboración propia

Cantidad, no es calidad. Y por ello, es necesario prestar atención a que fuentes está recurriendo el periodista. De las 130 unidades periodísticas analizadas en esta investigación, el 39% de las fuentes correspondía a informes o artículos de investigación, seguidas por las administraciones (16%) y los científicos (15%). Un 10% procede de trabajos periodísticos publicados ya por otros medios, ya que se recurre a informaciones o declaraciones dadas por un experto a otro medio; una cifra llamativa y que debería desaparecer en favor de otras fuentes propias del periodista. También destaca el uso de Instagram como fuente para contar la historia de una persona que ha logrado adelgazar, de manera especialmente frecuente en las publicaciones de ACV; Algunos ejemplos en los que se da esta situación son: *Así adelgazó 45 kilos y soluciono sus problemas de salud* (19/03/2019) o *Kylie Jenner revela cuál es el ingrediente secreto que la ayuda a adelgazar* (20/03/2019). En esta última publicación El Confidencial escribe:

Los beneficios del apio

Kylie Jenner subió a Instagram una foto con el zumo que se acababa de hacer en ese momento con este mensaje: "Bebo 16 onzas (aproximadamente, medio litro) por la mañana y **espero treinta minutos antes de comer**". Después, explicó las bondades de esta hortaliza que está conquistando los paladares de los famosos más exigentes de **Estados Unidos**.

Imagen 2: Fragmento de un artículo de El Confidencial

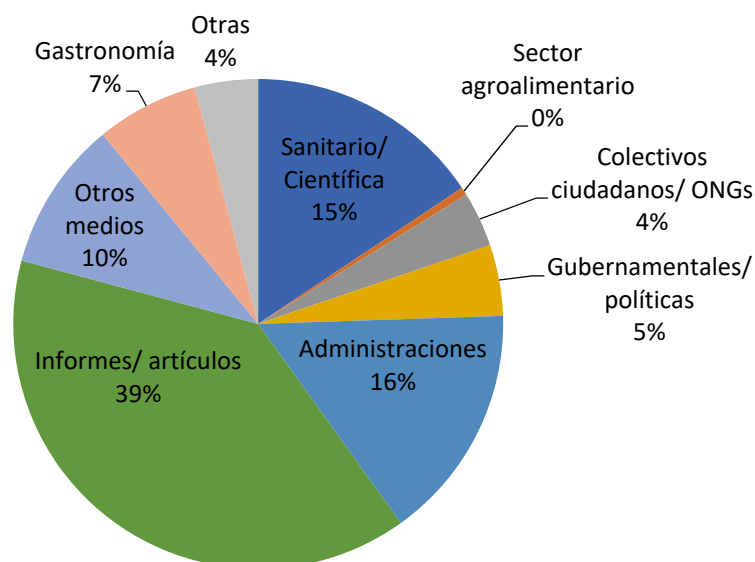
Un último factor relativo al uso de fuentes es el incluir un enlace a los estudios u organizaciones. En varias ocasiones, se utiliza como fuente un estudio del que no se menciona ni el nombre ni se incluye un enlace. Un ejemplo de esta situación son: *Todo lo que deberías*

saber de la menta y aún desconoces (26/03/2019), Aloe vera: abre tu despensa a este curioso ‘superalimento’(27/03/2019) o Alimentos bajos en sodio para que no te saltes los ‘límites’ (15/03/2019), entre otros. En la última publicación, Verónica Mollejo escribe para este medio digital:

Según diversas fuentes, el consumo de quesos extragrasos, duros, untables y fermentados se debe reducir. En su lugar, podéis optar por quesos bajos en sodio, como el **ricotta**, la **mozzarella** o el **Burgos**. En este grupo lácteo de agraciados también encontramos la **leche entera desnatada**, los yogures, la cuajada o algunos postres hechos a base de dicho ingrediente, como el **flan**, el helado o las **natillas**.

Imagen 3: Fragmento de un artículo de El Confidencial

Gráfico 10: Tipos de fuentes empleados



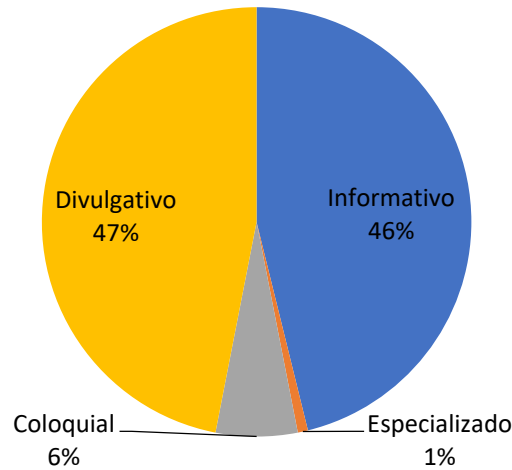
Fuente: Elaboración propia

4.6. Presentación de la información

El lenguaje empleado puede facilitar o dificultar la comprensión del texto al lector. Entre las 130 unidades periodísticas analizadas predomina el uso de un lenguaje tanto divulgativo (47%) – tratan temas especializados con un lenguaje accesible- como informativo – informan de una

manera neutral y concisa. Tan solo se ha encontrado una noticia cuyo lenguaje requiriera una base de conocimientos previa, es decir, use un lenguaje especializado.

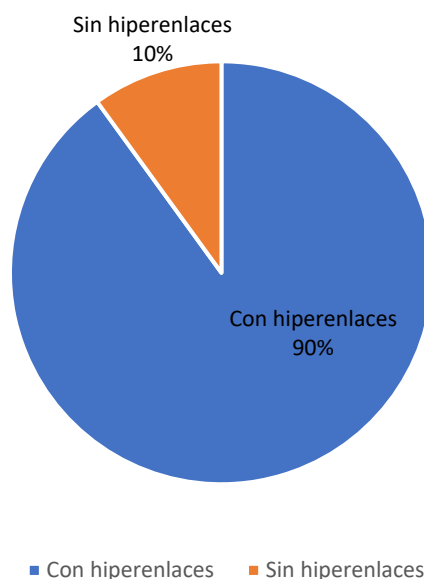
Gráfico 11: Tipo de lenguaje empleado



Fuente: Elaboración propia

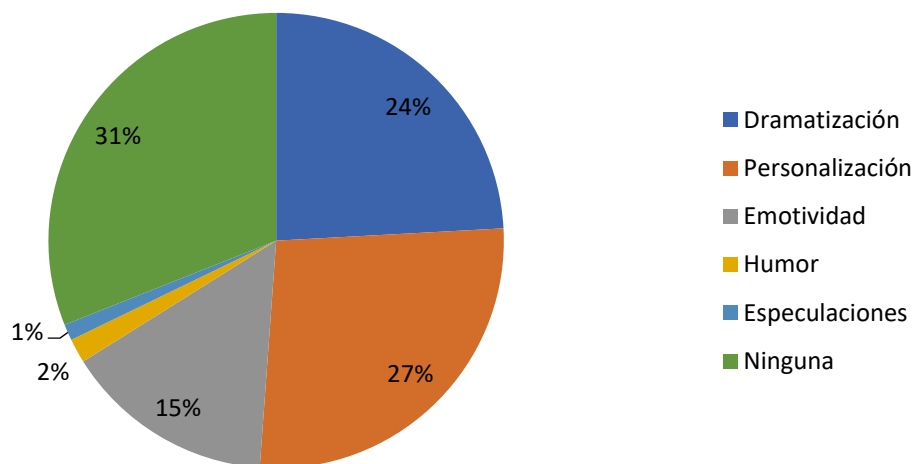
En los medios digitales, los hiperenlaces a otras informaciones al propio medio u otros sitios webs son un factor muy común. En *El Confidencial* predomina el uso de este rasgo, con una presencia del 90% en las unidades periodísticas analizadas; además, suele recurrirse al hiperenlace en más de una ocasión en un mismo texto. Tan solo un 10% no utiliza hiperenlaces en el cuerpo de la publicación.

Gráfico 12: Presencia de hiperenlaces



Respecto a las estrategias narrativas, *El Confidencial* se caracteriza por no usar ninguna en 54 unidades periodísticas (31%). Asimismo, la personalización (27%) y dramatización (24%) son las siguientes más comunes.

Gráfico 13: Principales estrategias narrativas empleadas



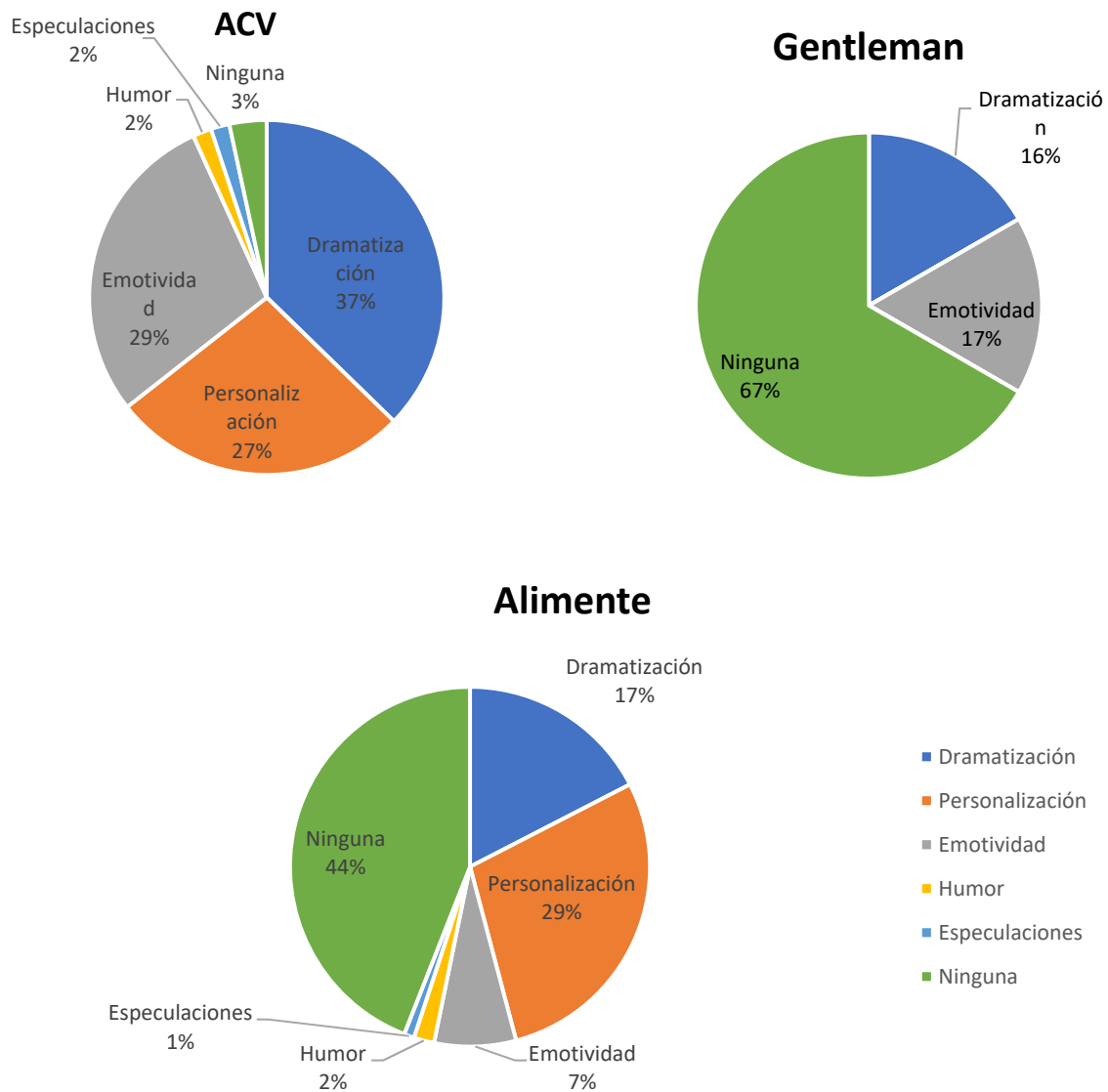
Fuente: Elaboración propia

Si se observa cada una de las secciones por separado, los resultados varían. Las estrategias narrativas predominantes de los artículos de ACV analizados son, en concreto tres: dramatismo (37%), personalización (27%) y emotividad (29%). Tan solo en 2 de sus informaciones (3%) no se utiliza en el texto ninguna de estas tácticas.

Por el contrario, Alimento presenta sus informaciones en un 44% de las ocasiones sin ningún tipo de estrategia narrativa. La personalización (28%) es la táctica a la que recurre; intenta que la audiencia se identifique con las historia de la noticia. Tanto el humor como la especulación aparecen también en las publicaciones de esta sección, pero en menor medida, para que la información ofrecida sea lo más seria posible. Estos resultados resultan semejantes a los generales, ya que la mayoría de las noticias analizadas proceden de esta sección.

En el caso de Gentleman se vuelve a repetir el predominio de las informaciones que no usan estrategias narrativas en su texto.

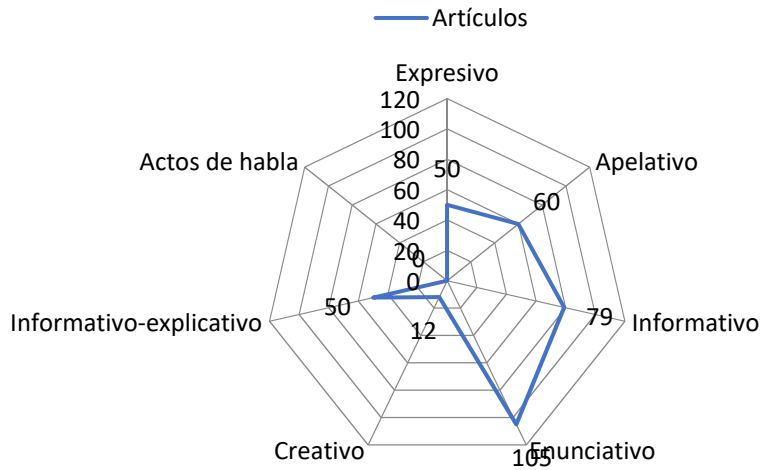
Gráfico 14: Principales estrategias narrativas empleadas en función de la sección



Fuente: Elaboración propia

Respecto a los titulares, las tres características que los definen con mayor exactitud que encabezan las informaciones de *El Confidencial* son: Enunciativo, Informativo y Apelativo. Nunca utilizan citas para sus titulares, ni aunque se trate de una entrevista. Algunos ejemplos de titulares que presentan algunos de estos rasgos son: *Todos se reían de ella y adelgazó 62 kilos: así es como lo consiguió* (15/03/2019), *Errores a la hora de preparar el tupper antes de ir al trabajo* (18/03/2019), *El té verde protege frente a los peligros de la obesidad y el sobrepeso* (23/03/2019) o *Los tipos de garbanzos que existen y su valor nutricional* (26/03/2019)

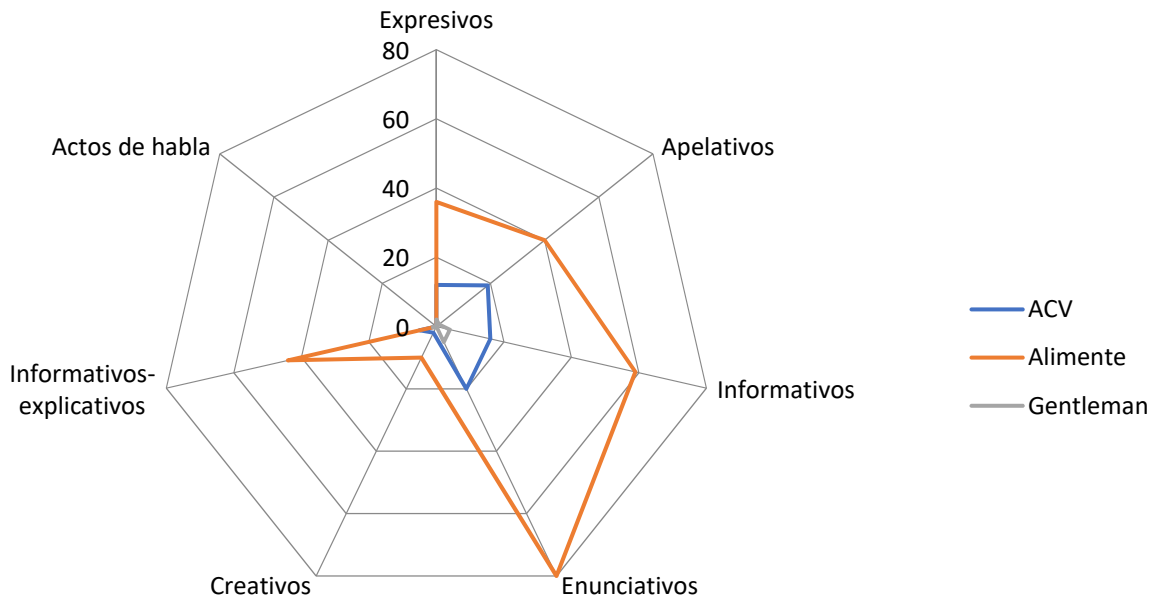
Gráfico 15: Rasgos de los titulares



Fuente: Elaboración propia

Dentro de la sección Alimento la característica más frecuente es la enunciativa, seguida de la informativa. Por otro lado, en ACV las más empleadas son las enunciativas y apelativas. En el caso de Gentleman se vuelve a aparecer las enunciativas en primer lugar.

Gráfico 16: Rasgos de los titulares en función de la sección



Fuente: Elaboración propia

5. Conclusiones

Tras el análisis de las 130 unidades periodísticas de *El Confidencial* se ha logrado cumplir el objetivo principal de este trabajo, que consistía en profundizar en las informaciones de alimentación que ofrece este medio digital, que cuenta con una publicación media de entre 6 y 12 unidades periodísticas al día en el periodo analizado.

Asimismo, se ha investigado acerca del tema a través de la lectura de numerosa bibliografía sobre el periodismo especializado en salud y nutrición, para poder obtener una imagen de qué son las informaciones de alimentación, cuál es su historia en el periodismo, temas preferentes o la responsabilidad de los medios.

Los objetivos específicos establecidos: analizar el nivel de rigor proporcionado de las unidades periodísticas, la relevancia informativa que les otorga el medio y el encuadre mediático de la información, también se han cumplido a través de la codificación de la muestra.

Respecto a las hipótesis, también se ha logrado verificarlas o refutarlas:

- La primera hipótesis queda verificada: predominan las *soft news* dentro de las informaciones alimentarias que nos podemos encontrar en el medio digital; mientras que las *hards news* son poco habituales en este tipo de periodismo. La gran mayoría de las noticias se encuadran dentro del marco genérico episódico, ya que sus publicaciones digitales se tratan de temas que carecen de periodicidad o continuidad. Por lo tanto, son temas de menor importancia.

Asimismo, el contenido temático más frecuente se centra en los hábitos y consumo alimentario. La seguridad alimentaria y la calidad alimentaria, un 6% y un 9% de la muestra estudiada, son dos cuestiones de gran relevancia informativa que deberían recibir una mayor cobertura.

- Respecto al enfoque de las publicaciones de *El Confidencial*, la hipótesis inicial resulta ser errónea, ya que el encuadre predominante es el gastronómico. Como se ha visto en el apartado 2.2.2. Historia del periodismo nutricional, la gastronomía ha sido el comienzo del auge de las informaciones alimentarias debido a que durante la época de transición era sinónimo de modernidad; se observa que todavía mantiene su predominio. Aunque la “medicalización” de estas informaciones – proceso iniciado hace relativamente poco – se encuentra en segundo lugar con un 27% de las publicaciones. El cuidado estético, que se planteaba como uno de los enfoques más habituales, ocupa solamente el 9%, aunque es el tercer encuadre más usado.

- La tercera hipótesis hacía referencia al uso de fuentes. Los resultados muestran que predominan las publicaciones que no utilizan ninguna fuente (35'5%), seguida de las que usan solo una (25'9%) y las de dos (16'3%). Por lo tanto, queda verificado que la ausencia de fuentes es muy frecuente en las informaciones de alimentación. Otro rasgo relativo a las fuentes, que debería estar presente en todas las publicaciones, es referenciarlas concretamente, es decir, evitar comportamientos como no indicar el nombre del estudio del que proviene la información. Es también recomendable añadir un enlace a las páginas de donde proceda la información para que el lector pueda investigar por su cuenta. Asimismo, las fuentes informativas deben caracterizarse por ser propias y diversas.
- Los titulares de las noticias de *El Confidencial* se caracterizan por acogerse a las siguientes modalidades: enunciativos, informativos y apelativos, en ese orden. Por lo tanto, verificamos nuestra última hipótesis que afirmaba que estos serían llamativos y tendrán como objetivo animar a los usuarios a entrar en el enlace, es decir, serán titulares *clickbait*.

Como hemos visto, la información sobre la alimentación que reciben los ciudadanos tiene un papel importante a la hora de configurar los hábitos alimentarios. Por ello, los medios de comunicación tienen una gran responsabilidad al presentar sus trabajos periodísticos en estos temas, sobre todo, con la rápida difusión que permite internet. Por ello, sería recomendable que pusieran más atención en cuidar ciertos aspectos, como son el uso de las fuentes. Todos los artículos deberían ir acompañados de un número importante de fuentes, para asegurarle al lector el mayor rigor posible en la información ofrecida. Tal vez, así, se lograría crear una menor confusión alimentaria en los lectores sobre que es conveniente o inconveniente de cara a nuestra salud.

Otro interesante factor a mejorar sería el incremento de complementos gráficos que hay en estas unidades periodísticas. Un total de 117 artículos poseen imágenes procedentes, en su mayoría, de Istock, mientras que otros siete cuentan con videos. Tres publicaciones consisten en solo texto, lo cual puede resultar bastante monótono para el lector. Resultaría bastante interesante que se comenzarán a incluir infografías, que ayudarán a comprender con mayor facilidad los datos y que hicieran más visual y atractiva la presentación de estas informaciones.

6. Bibliografía

Alzate Narváez, T. (2013). Consejos dietéticos y nutricionales en la prensa española. *Comunicación en Salud*, 4(1), 17-26. Disponible en: <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/article/view/3367>

Aranceta, Javier (2015) *Influencia de los medios de comunicación en la elección de alimentos y en los hábitos de consumo alimentario*. Disponible en: https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/18487/TESIS_ARANCETA_BARTRINA_JAVIER.pdf?sequence=1

Barrera Páez, Lucía (2016) *El periodismo especializado en salud: una reseña histórica*. Disponible en: <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/article/view/3118/1869>

Berrocal Gonzalo, S., Redondo García, M. & Torres Chico, L.M. (2015). La crisis como espectáculo: el infoentretenimiento en las noticias sobre el rescate bancario en la prensa española de referencia. *Communication & Society* 28(4), 1-16. Disponible en: <http://dadun.unav.edu/handle/10171/41929>

Blanco Castilla, E. y Paniagua, F. (2007). Periodismo, salud y calidad de vida. Contenidos y fuentes. FISEC-Estrategias. *Facultad de CC. Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora*, 8 (2), 3-24. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/240631218_PERIODISMO_SALUD_Y_CALIDAD_DE_VIDA_CONTENIDOS_Y_FUENTES

Borrat, H. (1989). *El periódico, actor político*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Carretero, M. (2016) *La comunicación de la nutrición en España*. Tesis doctoral. Disponible en: <https://eprints.ucm.es/38582/1/T37551.pdf>

Carolina Demonte, F (2016) *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)*. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/58033/52218>

El Confidencial (2019) *El Confidencial se consolida como el tercer medio de España con los lectores más fieles*. Disponible en: https://blogs.elconfidencial.com/comunicacion/en-contacto/2019-05-20/el-confidencial-comscore-abril-lectores-fieles_2009546/

Fúster, F., Ribes, M.A., Bardón, R., y Marino, E. (2009): Análisis cuantitativo de las noticias de alimentación en la prensa madrileña en 2006. *Revista española de documentación científica*, 32(1), pp. 99-115. Disponible en: <http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/view/455>

García, C. (2015): “La dieta mediterránea en la prensa”. *Mediterráneo Económico*, (27), pp. 307- 318. Disponible en: <http://www.publicacionescajamar.es/pdf/publicaciones-periodicas/mediterraneo-economico/27/27-737.pdf>

Gracia Arnáiz, Mabel (1996) Paradojas de la alimentación contemporánea. Icaria. España. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/261252695_Paradojas_de_la_alimentacion_contemporanea

López Nombdedeu, C. y Lobato Ramos, A. (2007) *La necesidad de una buena comunicación sobre nutrición y salud: evolución de la imagen del huevo en: Nutrición y alimentación en promoción de la salud*. Disponible en: <https://es.scribd.com/document/280313743/Articulo-Comunicacion-Huevo07-13132148>

Marín Murillo, F., Armentia Vizueté, J.I. y 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), pp. 29-50. Disponible en: <http://dadun.unav.edu/handle/10171/39268>

Marín-Murillo, F, Armentia-Vizueté, JI, Olabarri-Fernández, E (2016): Alimentación y Salud: Enfoques predominantes en prensa española. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 632 a 653. Disponible en: <http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1113/33es.html>

Montes de Oca, A. (2010). Los males crónicos del periodismo en salud en Venezuela: dos décadas, dos diarios. *Disertaciones: Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social*, 3(2), Artículo 6. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3738260>

OPS (2001) *Promoviendo la salud en las Américas*. Disponible en: http://publications.paho.org/spanish/DO302_TOC.pdf

Pérez-Latre, Francisco J. (2011) *Paradojas de la comunicación digital*. Aceprensa. Disponible en: <https://dadun.unav.edu/handle/10171/20686>

Revuelta, G. (2006) Salud y medios de comunicación en España. *Gac Sanit*, 20(Sup11), pp. 203- 208. Disponible en: https://www.upf.edu/pcstacademy/docs/200603_gemma.pdf

Urroz Arancibia, J. (2008). La gastronomía en los medios de comunicación. Una visión crítica. *Revista de Cultura y Ciencias Sociales*, (57), pp.19-34.

Vives Gutiérrez, Alicia (2015) *Análisis del tratamiento de los mensajes informativos del aceite de oliva y su relación con la salud: paradojas, verdades y medias verdades. (Periódicos ABC y El País)*. TESIS DOCTORAL. Disponible en: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/33091/01.%20Tesis%20Doctoral%20Alicia%20Vives.%2029-07-%202015%20.pdf?sequence=4>

Wimmer, Roger D y Dominick, Joseph R. (1996) *La investigación científica de los medios de comunicación : una introducción a sus métodos*.

7. Anexos

Anexo 1

PLANTILLA DE CODIFICACIÓN - TRABAJO DE FIN DE NUTRICIÓN Y SALUD EN LA PRENSA DIGITAL. EL CASO DE EL CONFIDENCIAL		
UNIVERSIDAD DE VALLADOLID GRADO EN PERIODISMO CURSO 2018/2019		
DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
1. Título de la noticia:	Alimentos bajos en sodio para que no te saltes los 'límites'	
2. Día de publicación:	15/03/2019	
3. Enlace:	https://www.alimente.elconfidencial.com/bienestar/2019-03-15/alimentosbajos-sodio_1881354/	
4. Sección:	Alimente	
5. Autor:	Verónica Mollejo	
CRITERIOS DE RELEVANCIA INFORMATIVA		
6. Tiempo de lectura	5 minutos	
7. Aparición en la página principal de El Confidencial	7.1. Noticia principal	
	7.2. Noticia secundaria	
	7.3. Noticia principal de sección	
	7.4. Noticia secundaria de sección	
	7.5. No aparece	X
8. Aparición en la página principal de la sección	8.1. Noticia principal	
	8.2. Noticia secundaria de primera categoría	X
	8.3. Noticia secundaria de segunda categoría	
	8.4. Noticia de subsección	
	8.5. No aparece	
9. Complementos gráficos que acompañan a la información	9.1. Fotografía	X
	9.2. Videos	
	9.3. Infografía	
	9.4. Otros	
	9.5. Ninguno	
ASPECTOS RELACIONADOS CON LA SELECCIÓN TEMÁTICA		
10. Género	10.1. Noticia	
	10.2. Foto-noticia	
	10.3. Video-noticia	
	10.4. Reportaje	X
	10.5. Crónica	

	10.6. Entrevista	
11. Tema	11.1. Alimentos y propiedades	
	11.2. Calidad alimentaria	
	11.3. Hábitos y consumo	
	11.4. Nutrición y salud	X
	11.5. Seguridad alimentaria	
12. Tipo de tema	12.1. Issue	X
	12.2. Events	
CUESTION ES RELACIONADAS CON EL ENCUADRE		
13. Marco genérico	13.1. Episódico	X
	13.2. Temático	
14. Encuadre específico	14.1. Médico-sanitario	X
	14.2. Calidad e higiene	
	14.3. Estético	
	14.4. Gastronómico	
	14.5. Ético y moral	
	14.6. Económico y político	
	14.7. Ambientalista	
	14.8. Ninguno	
USO DE FUENTES		
15. Uso de fuentes	15.1. Si	
	15.2. No	X
16. Total de fuentes	0	
17. Tipos de fuentes	17.1. Sanitario/ Científica	
	17.2. Sector agroalimentario	
	17.3. Colectivos ciudadanos/ ONGs	
	17.4. Gubernamentales/ políticas	
	17.5. Administraciones	
	17.6. Informes/ artículos	
	17.7. Otros medios	
	17.8. Gastronomía	
	17.9. Otras	
PRES ENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN		
18. Tipo de lenguaje	18.1. Informativo	
	18.2. Especializado	
	18.3. Coloquial	
	18.4. Divulgativo	X
19. Uso de enlaces web en el cuerpo de la noticia	19.1. Si	X
	19.2. No	
20. Uso de las principales estrategias narrativas	20.1. Dramatización	
	20.2. Personalización	
	20.3. Emotividad	

	20.4. Humor	
	20.5. Especulaciones	
	20.6. Ninguna	X
21. Tipo de titular	21.1. Expresivos	
	22.2. Apelativos	X
	23.3. Informativos	X
	23.4. Enunciativos	X
	23.5. Creativos	
	23.6. Informativo-Explicativo	X
	23.7. Actos de habla	
22. Otros comentarios	"Según diversas fuentes, el consumo de quesos extragrasos, duros, untables y fermentados se debe reducir."	

Anexo II

PLANTILLA DE CODIFICACIÓN - TRABAJO DE FIN DE GRADO NUTRICIÓN Y SALUD EN LA PRENSA DIGITAL. EL CASO DE EL CONFIDENCIAL		
UNIVERSIDAD DE VALLADOLID GRADO EN PERIODISMO CURSO 2018/2019		
DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
1. Título de la noticia:	Contaminación cruzada: la importancia de manipular los alimentos correctamente	
2. Día de publicación:	21/03/2019	
3. Enlace:	https://www.alimente.elconfidencial.com/consumo/2019-0321/contaminacion-cruzada-consejos_1890974/	
4. Sección:	Alimente	
5. Autor:	Verónica Mollejo	
CRITERIOS DE RELEVANCIA INFORMATIVA		
6. Tiempo de lectura	5 minutos	
7. Aparición en la página principal de El Confidencial	7.1. Noticia principal	
	7.2. Noticia secundaria	
	7.3. Noticia principal de sección	
	7.4. Noticia secundaria de sección	
	7.5. No aparece	X
8. Aparición en la página principal de la sección	8.1. Noticia principal	
	8.2. Noticia secundaria de primera categoría	X
	8.3. Noticia secundaria de segunda categoría	
	8.4. Noticia de subsección	
	8.5. No aparece	
9. Complementos gráficos que acompañan a la información	9.1. Fotografía	X
	9.2. Videos	
	9.3. Infografía	
	9.4. Otros	
	9.5. Ninguno	
ASPECTOS RELACIONADOS CON LA SELECCIÓN TEMÁTICA		
10. Género	10.1. Noticia	X
	10.2. Foto-noticia	
	10.3. Video-noticia	
	10.4. Reportaje	
	10.5. Crónica	
	10.6. Entrevista	
11. Tema	11.1. Alimentos y propiedades	

	11.2. Calidad alimentaria	
	11.3. Hábitos y consumo	
	11.4. Nutrición y salud	
	11.5. Seguridad alimentaria	X
12. Tipo de tema	12.1. Issue	X
	12.2. Events	
CUESTIONES RELACIONADAS CON EL ENCUADRE		
13. Marco genérico	13.1. Episódico	X
	13.2. Temático	
14. Encuadre específico	14.1. Médico-sanitario	X
	14.2. Calidad e higiene	
	14.3. Estético	
	14.4. Gastronómico	
	14.5. Ético y moral	
	14.6. Económico y político	
	14.7. Ambientalista	
	14.8. Ninguno	
USO DE FUENTES		
15. Uso de fuentes	15.1. Si	X
	15.2. No	
16. Total de fuentes	2	
17. Tipos de fuentes	17.1. Sanitario/ Científica	
	17.2. Sector agroalimentario	
	17.3. Colectivos ciudadanos/ ONGs	
	17.4. Gubernamentales/ políticas	
	17.5. Administraciones	XX
	17.6. Informes/ artículos	
	17.7. Otros medios	
	17.8. Gastronomía	
	17.9. Otras	
PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN		
18. Tipo de lenguaje	18.1. Informativo	X
	18.2. Especializado	
	18.3. Coloquial	
	18.4. Divulgativo	
19. Uso de enlaces web en el cuerpo de la noticia	19.1. Si	X
	19.2. No	
20. Uso de las principales estrategias narrativas	20.1. Dramatización	X
	20.2. Personalización	X
	20.3. Emotividad	
	20.4. Humor	
	20.5. Especulaciones	

	20.6. Ninguna	
21. Tipo de titular	21.1. Expresivos	
	22.2. Apelativos	
	23.3. Informativos	X
	23.4. Enunciativos	X
	23.5. Creativos	
	23.6. Informativo-Explicativo	X
	23.7. Actos de habla	
22. Otros comentarios		

Anexo III

PLANTILLA DE CODIFICACIÓN - TRABAJO DE FIN DE NUTRICIÓN Y SALUD EN LA PRENSA DIGITAL. EL CASO DE EL CONFIDENCIAL		
UNIVERSIDAD DE VALLADOLID GRADO EN PERIODISMO CURSO 2018/2019		
DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
1. Título de la noticia:	Las dos vitaminas que son imprescindibles si pasas de los 45 años (y no las produces)	
2. Día de publicación:	19/03/2019	
3. Enlace:	https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2019-03-19/dosvitamines-vtales-necesitas-a-partir-de-los-50_1888798/	
4. Sección:	Alma, Corazón y Vida	
5. Autor:	A. López	
CRITERIOS DE RELEVANCIA INFORMATIVA		
6. Tiempo de lectura	3 minutos	
7. Aparición en la página principal de El Confidencial	7.1. Noticia principal	
	7.2. Noticia secundaria	
	7.3. Noticia principal de sección	
	7.4. Noticia secundaria de sección	X
	7.5. No aparece	
8. Aparición en la página principal de la sección	8.1. Noticia principal	
	8.2. Noticia secundaria de primera categoría	
	8.3. Noticia secundaria de segunda categoría	X
	8.4. Noticia de subsección	
	8.5. No aparece	
9. Complementos gráficos que acompañan a la información	9.1. Fotografía	X
	9.2. Videos	
	9.3. Infografía	
	9.4. Otros	GIF
	9.5. Ninguno	
ASPECTOS RELACIONADOS CON LA SELECCIÓN TEMÁTICA		
10. Género	10.1. Noticia	X
	10.2. Foto-noticia	
	10.3. Video-noticia	
	10.4. Reportaje	
	10.5. Crónica	
	10.6. Entrevista	
11. Tema	11.1. Alimentos y propiedades	

	11.2. Calidad alimentaria	
	11.3. Hábitos y consumo	
	11.4. Nutrición y salud	X
	11.5. Seguridad alimentaria	
12. Tipo de tema	12.1. Issue	X
	12.2. Events	
CUESTION ES RELACIONADAS CON EL ENCUADRE		
13. Marco genérico	13.1. Episódico	X
	13.2. Temático	
14. Encuadre específico	14.1. Médico-sanitario	X
	14.2. Calidad e higiene	
	14.3. Estético	
	14.4. Gastronómico	
	14.5. Ético y moral	
	14.6. Económico y político	
	14.7. Ambientalista	
	14.8. Ninguno	
USO DE FUENTES		
15. Uso de fuentes	15.1. Si	X
	15.2. No	
16. Total de fuentes	1	
17. Tipos de fuentes	17.1. Sanitario/ Científica	
	17.2. Sector agroalimentario	
	17.3. Colectivos ciudadanos/ ONGs	
	17.4. Gubernamentales/ políticas	
	17.5. Administraciones	
	17.6. Informes/ artículos	X
	17.7. Otros medios	
	17.8. Gastronomía	
	17.9. Otras	
PRES ENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN		
18. Tipo de lenguaje	18.1. Informativo	
	18.2. Especializado	
	18.3. Coloquial	
	18.4. Divulgativo	X
19. Uso de enlaces web en el cuerpo de la noticia	19.1. Si	X
	19.2. No	
20. Uso de las principales estrategias narrativas	20.1. Dramatización	X
	20.2. Personalización	X
	20.3. Emotividad	X
	20.4. Humor	
	20.5. Especulaciones	
	20.6. Ninguna	

21. Tipo de titular	21.1. Expresivos	X
	22.2. Apelativos	X
	23.3. Informativos	
	23.4. Enunciativos	X
	23.5. Creativos	
	23.6. Informativo-Explicativo	
	23.7. Actos de habla	
22. Otros comentarios	Habla de los resultados de un estudio pero no específica cual es ni da más información de él.	

Anexo IV

PLANTILLA DE CODIFICACIÓN - TRABAJO DE FIN DE GRADO NUTRICIÓN Y SALUD EN LA PRENSA DIGITAL. EL CASO DE EL CONFIDENCIAL UNIVERSIDAD DE VALLADOLID		
UNIVERSIDAD DE VALLADOLID GRADO EN PERIODISMO CURSO 2018/2019		
DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
1. Título de la noticia:	Así adelgazó 45 kilos y solucionó sus problemas de salud	
2. Día de publicación:	19/03/2019	
3. Enlace:	https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2019-03-19/christinetrimpe-adelgazar-45-kilos-enfermedad-higado_1888466/	
4. Sección:	Alma, Corazón y Vida	
5. Autor:	A. López	
CRITERIOS DE RELEVANCIA INFORMATIVA		
6. Tiempo de lectura	4 minutos	
7. Aparición en la página principal de El Confidencial	7.1. Noticia principal	
	7.2. Noticia secundaria	
	7.3. Noticia principal de sección	
	7.4. Noticia secundaria de sección	X
	7.5. No aparece	
8. Aparición en la página principal de la sección	8.1. Noticia principal	
	8.2. Noticia secundaria de primera categoría	
	8.3. Noticia secundaria de segunda categoría	
	8.4. Noticia de subsección	X
	8.5. No aparece	
9. Complementos gráficos que acompañan a la información	9.1. Fotografía	X
	9.2. Videos	
	9.3. Infografía	
	9.4. Otros	
	9.5. Ninguno	
ASPECTOS RELACIONADOS CON LA SELECCIÓN TEMÁTICA		
10. Género	10.1. Noticia	X
	10.2. Foto-noticia	
	10.3. Video-noticia	
	10.4. Reportaje	
	10.5. Crónica	
	10.6. Entrevista	
11. Tema	11.1. Alimentos y propiedades	

	11.2. Calidad alimentaria	
	11.3. Hábitos y consumo	
	11.4. Nutrición y salud	X
	11.5. Seguridad alimentaria	
12. Tipo de tema	12.1. Issue	X
	12.2. Events	
CUESTION ES RELACIONADAS CON EL ENCUADRE		
13. Marco genérico	13.1. Episódico	X
	13.2. Temático	
14. Encuadre específico	14.1. Médico-sanitario	
	14.2. Calidad e higiene	
	14.3. Estético	X
	14.4. Gastronómico	
	14.5. Ético y moral	
	14.6. Económico y político	
	14.7. Ambientalista	
	14.8. Ninguno	
USO DE FUENTES		
15. Uso de fuentes	15.1. Si	X
	15.2. No	
16. Total de fuentes	3	
17. Tipos de fuentes	17.1. Sanitario/ Científica	
	17.2. Sector agroalimentario	
	17.3. Colectivos ciudadanos/ ONGs	
	17.4. Gubernamentales/ políticas	
	17.5. Administraciones	X
	17.6. Informes/ artículos	X
	17.7. Otros medios	
	17.8. Gastronomía	
	17.9. Otras	INSTA
PRES ENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN		
18. Tipo de lenguaje	18.1. Informativo	X
	18.2. Especializado	
	18.3. Coloquial	
	18.4. Divulgativo	
19. Uso de enlaces web en el cuerpo de la noticia	19.1. Si	X
	19.2. No	
20. Uso de las principales estrategias narrativas	20.1. Dramatización	X
	20.2. Personalización	X
	20.3. Emotividad	X
	20.4. Humor	
	20.5. Especulaciones	
	20.6. Ninguna	

21. Tipo de titular	21.1. Expresivos	X
	22.2. Apelativos	
	23.3. Informativos	
	23.4. Enunciativos	X
	23.5. Creativos	
	23.6. Informativo-Explicativo	X
	23.7. Actos de habla	
22. Otros comentarios		

Anexo V

PLANTILLA DE CODIFICACIÓN - TRABAJO DE FIN DE GRADO NUTRICIÓN Y SALUD EN LA PRENSA DIGITAL. EL CASO DE EL CONFIDENCIAL		
UNIVERSIDAD DE VALLADOLID GRADO EN PERIODISMO CURSO 2018/2019		
DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
1. Título de la noticia:	Libros gastro: cinco novedades para cocinar como un auténtico chef	
2. Día de publicación:	16/03/2019	
3. Enlace:	https://www.gentleman.elconfidencial.com/gourmet/2019-03-16/librosgastro-novedades-cocinar_1880646/	
4. Sección:	Gentleman	
5. Autor:	Gentleman	
CRITERIOS DE RELEVANCIA INFORMATIVA		
6. Tiempo de lectura	2 minutos	
7. Aparición en la página principal de El Confidencial	7.1. Noticia principal	
	7.2. Noticia secundaria	
	7.3. Noticia principal de sección	X
	7.4. Noticia secundaria de sección	
	7.5. No aparece	
8. Aparición en la página principal de la sección	8.1. Noticia principal	
	8.2. Noticia secundaria de primera categoría	X
	8.3. Noticia secundaria de segunda categoría	
	8.4. Noticia de subsección	
	8.5. No aparece	
9. Complementos gráficos que acompañan a la información	9.1. Fotografía	X
	9.2. Videos	
	9.3. Infografía	
	9.4. Otros	
	9.5. Ninguno	
ASPECTOS RELACIONADOS CON LA SELECCIÓN TEMÁTICA		
10. Género	10.1. Noticia	X
	10.2. Foto-noticia	
	10.3. Video-noticia	
	10.4. Reportaje	
	10.5. Crónica	
	10.6. Entrevista	
11. Tema	11.1. Alimentos y propiedades	

	11.2. Calidad alimentaria	
	11.3. Hábitos y consumo	X
	11.4. Nutrición y salud	
	11.5. Seguridad alimentaria	
12. Tipo de tema	12.1. Issue	X
	12.2. Events	
CUESTIONES RELACIONADAS CON EL ENCUADRE		
13. Marco genérico	13.1. Episódico	X
	13.2. Temático	
14. Encuadre específico	14.1. Médico-sanitario	
	14.2. Calidad e higiene	
	14.3. Estético	
	14.4. Gastronómico	X
	14.5. Ético y moral	
	14.6. Económico y político	
	14.7. Ambientalista	
	14.8. Ninguno	
USO DE FUENTES		
15. Uso de fuentes	15.1. Si	
	15.2. No	X
16. Total de fuentes	0	
17. Tipos de fuentes	17.1. Sanitario/ Científica	
	17.2. Sector agroalimentario	
	17.3. Colectivos ciudadanos/ ONGs	
	17.4. Gubernamentales/ políticas	
	17.5. Administraciones	
	17.6. Informes/ artículos	
	17.7. Otros medios	
	17.8. Gastronomía	
	17.9. Otras	
PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN		
18. Tipo de lenguaje	18.1. Informativo	X
	18.2. Especializado	
	18.3. Coloquial	
	18.4. Divulgativo	
19. Uso de enlaces web en el cuerpo de la noticia	19.1. Si	
	19.2. No	X
20. Uso de las principales estrategias narrativas	20.1. Dramatización	
	20.2. Personalización	
	20.3. Emotividad	
	20.4. Humor	
	20.5. Especulaciones	

	20.6. Ninguna	X
21. Tipo de titular	21.1. Expresivos	X
	22.2. Apelativos	X
	23.3. Informativos	X
	23.4. Enunciativos	X
	23.5. Creativos	
	23.6. Informativo-Explicativo	
	23.7. Actos de habla	
22. Otros comentarios		

Anexo VI

PLANTILLA DE CODIFICACIÓN - TRABAJO DE FIN DE GRADO NUTRICIÓN Y SALUD EN LA PRENSA DIGITAL. EL CASO DE EL CONFIDENCIAL		
UNIVERSIDAD DE VALLADOLID GRADO EN PERIODISMO CURSO 2018/2019		
DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
1. Título de la noticia:	Cómo y dónde se maceran los mejores quesos del mundo	
2. Día de publicación:	21/03/2019	
3. Enlace:	https://www.gentleman.elconfidencial.com/gourmet/2019-03-21/mejoresquesos-del-mundo_1817394/	
4. Sección:	Gentleman	
5. Autor:	Abrahan de Amézaga	
CRITERIOS DE RELEVANCIA INFORMATIVA		
6. Tiempo de lectura	7 minutos	
7. Aparición en la página principal de El Confidencial	7.1. Noticia principal	
	7.2. Noticia secundaria	
	7.3. Noticia principal de sección	X
	7.4. Noticia secundaria de sección	
	7.5. No aparece	
8. Aparición en la página principal de la sección	8.1. Noticia principal	X
	8.2. Noticia secundaria de primera categoría	
	8.3. Noticia secundaria de segunda categoría	
	8.4. Noticia de subsección	
	8.5. No aparece	
9. Complementos gráficos que acompañan a la información	9.1. Fotografía	X
	9.2. Videos	
	9.3. Infografía	
	9.4. Otros	
	9.5. Ninguno	
ASPECTOS RELACIONADOS CON LA SELECCIÓN TEMÁTICA		
10. Género	10.1. Noticia	
	10.2. Foto-noticia	
	10.3. Video-noticia	
	10.4. Reportaje	
	10.5. Crónica	
	10.6. Entrevista	X
11. Tema	11.1. Alimentos y propiedades	

	11.2. Calidad alimentaria	X
	11.3. Hábitos y consumo	
	11.4. Nutrición y salud	
	11.5. Seguridad alimentaria	
12. Tipo de tema	12.1. Issue	X
	12.2. Events	
CUESTIONES RELACIONADAS CON EL ENCUADRE		
13. Marco genérico	13.1. Episódico	X
	13.2. Temático	
14. Encuadre específico	14.1. Médico-sanitario	
	14.2. Calidad e higiene	
	14.3. Estético	
	14.4. Gastronómico	X
	14.5. Ético y moral	
	14.6. Económico y político	
	14.7. Ambientalista	
	14.8. Ninguno	
USO DE FUENTES		
15. Uso de fuentes	15.1. Si	X
	15.2. No	
16. Total de fuentes	1	
17. Tipos de fuentes	17.1. Sanitario/ Científica	
	17.2. Sector agroalimentario	
	17.3. Colectivos ciudadanos/ ONGs	
	17.4. Gubernamentales/ políticas	
	17.5. Administraciones	
	17.6. Informes/ artículos	
	17.7. Otros medios	
	17.8. Gastronomía	X
	17.9. Otras	
PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN		
18. Tipo de lenguaje	18.1. Informativo	X
	18.2. Especializado	
	18.3. Coloquial	
	18.4. Divulgativo	
19. Uso de enlaces web en el cuerpo de la noticia	19.1. Si	
	19.2. No	X
20. Uso de las principales estrategias narrativas	20.1. Dramatización	
	20.2. Personalización	
	20.3. Emotividad	X
	20.4. Humor	
	20.5. Especulaciones	

	20.6. Ninguna	
21. Tipo de titular	21.1. Expresivos	
	22.2. Apelativos	
	23.3. Informativos	X
	23.4. Enunciativos	X
	23.5. Creativos	
	23.6. Informativo-Explicativo	X
	23.7. Actos de habla	
22. Otros comentarios		