



LA DIETA MEDITERRÁNEA EN LA PRENSA

Cristina García Lucio
Grupo Previsión Sanitaria Nacional

Resumen

Los medios de comunicación han contribuido decisivamente a que, en apenas 30 años, la dieta mediterránea se haya erigido como una marca plenamente reconocible. Hoy en día es un término lo suficientemente expandido que puede llegar a connotar y denotar conceptos ligados a la salud, al bienestar y a la longevidad. Pero los datos dicen que la existencia y la generalización de esa marca no significa que la sociedad conozca y siga en mayor medida una alimentación basada en sus principios, y la correspondencia actual entre la dieta de los españoles y la dieta mediterránea es baja. En la era de las nuevas tecnologías y la expansión del conocimiento, tenemos más información que nunca, pero también estamos más confundidos que nunca. Una de las causas de esa confusión es que los medios no han sabido o no han querido apostar por la información científica de calidad, lo que lleva aparejado un «destierro» en sus páginas de cualquier información relacionada con la alimentación que no tenga un sustento real. Aunque casi todos los diarios tienen o han tenido páginas específicas para contenidos de ciencia y salud, también es cierto que demasiado a menudo las informaciones sobre nutrición saludable han ido acompañadas de otros textos sobre alimentación que han propugnado justo la idea contraria desde otras perspectivas e intereses.

Abstract

In barely 30 years the media have made a decisive contribution to making the Mediterranean diet a widely recognised brand. Today the term is very widely known and its connotations include concepts linked to health, wellbeing and longevity. However, the figures show that the brand's existence and people's familiarity with it do not mean that society is aware of or follows eating patterns based on its principles: today the diet of people in Spain and the Mediterranean diet have little in common. In an era of new technologies and the increased availability of knowledge we have more information than ever, but we are also more confused than ever before. One of the causes of this confusion is that the media have been unable or unwilling to focus on scientific information of quality, which has led to the absence from their pages of any information related to diet supported by solid evidence. Although nearly all newspapers have or have had pages dealing with science and health, only too often information about healthy eating is accompanied by other texts on food which put forward exactly the opposite idea from other viewpoints and with other interests.

1. Introducción

Las primeras referencias al concepto «dieta mediterránea» en la prensa española se remontan a los años 80. Aunque pueden encontrarse algunas citas puntuales a principios de la década —«La dieta mediterránea, ideal para prevenir el infarto» titulaba *El País* una breve información del 6 de febrero de 1982, en la que se hacía referencia la necesidad de conseguir que los españoles no modificaran «su dieta tradicional»— el término comienza a utilizarse con mayor asiduidad a mediados de los años 80 y, fundamentalmente, en los primeros años 90, coincidiendo con una serie de factores que interactúan entre sí y explican que hoy en día el concepto se haya erigido como marca.

El primero de esos factores es la apuesta decidida de los grandes medios por dar cabida a los temas de ciencia y salud en sus páginas. Aunque desde 1978 diarios como *The New York Times* publicaban periódicamente un espacio fijo dedicado a los temas científicos, en nuestro país la ciencia y la salud habían recibido tradicionalmente poca atención por parte de la prensa escrita, que únicamente reflejaba noticias muy puntuales o casos espectaculares relacionados con la biomedicina.

A finales de los años 80 arranca una tendencia generalizada en la prensa internacional que también siguen los periódicos nacionales: son los años de la aparición y crecimiento de los suplementos especializados. La salud, que cada vez despierta más interés entre la población, comienza así a tener un hueco más o menos asiduo en las publicaciones periódicas de nuestro país. Estos temas ya había comenzado a tener cierta atención en la radio y la televisión desde la década de los 70; y en este sentido, cabe destacar el papel divulgativo que cumplieron espacios como ‘Más Vale Prevenir’ (dirigido y presentado por Ramón Sánchez Ocaña, que comenzó a emitirse en 1979) y que abordaron temas como la alimentación o los problemas de la obesidad con la participación de figuras médicas claves de la época. Sin embargo, el reflejo de este interés no llegó al papel hasta años más tarde.

Guarda relación con la expansión de los suplementos de salud el hecho de que es en estos años cuando llegan a nuestro país nuevas estrategias de comunicación de la industria farmacéutica que, siguiendo el modelo empleado en EEUU, comienzan a realizar campañas de educación sanitaria focalizadas en la población general¹. Un ejemplo es la celebración de la ‘Semana del Corazón’, que arrancó en 1987 impulsada por la entonces denominada Fundación Hispana de Cardiología con el apoyo de varias compañías farmacéuticas. Treinta años después sigue celebrándose anualmente.

Un factor fundamental para entender la creciente generalización en esos años del concepto «dieta mediterránea» en los medios de comunicación es la publicación en la década de los ochenta y primeros años noventa de ciertas evidencias científicas que señalan que los hábitos dietéticos desempeñan un papel determinante en la enfermedad coronaria.

En 1980, Ancel Keys analiza y recopila los datos de las investigaciones que llevaba realizando desde los años 50 y los plasma en la publicación *Seven countries: a multivariate analysis of death and coronary heart disease*² que, si bien no menciona el concepto «dieta mediterránea» como tal, sí contrasta el estilo de vida de países como Italia o Grecia, frente a otros, como Estados Unidos y refleja que el porcentaje de grasa saturada presente en la dieta es un buen predictor de las enfermedades del corazón.

En 1989 se publicó también el llamado *Diet and Reinfarction Trial*³, que fue el primer ensayo controlado aleatorio en prevención secundaria que probó la hipótesis de que el pescado azul, rico en ácidos grasos poliinsaturados, protege contra la enfermedad coronaria. En cualquier caso, hay que recordar que estas evidencias de las bondades de la dieta mediterránea eran aún sugestivas y no estaban sustentadas por ensayos con datos que pudieran considerarse concluyentes.

Una figura que contribuyó en gran medida a la expansión de las informaciones relacionadas con la alimentación en la sociedad española fue la de Francisco Grande Covián, que consiguió popularizar la ciencia de la nutrición y hacer accesibles para el público general los conocimientos científicos relacionados con la alimentación. Una de sus frases más conocidas –«lo más saludable es comer de todo, pero con moderación»– todavía se cita a menudo en

¹ Díez (2009).

² Keys (1980).

³ Burr (1989).

los medios de comunicación. Su papel divulgador fue recordado por la prensa en las noticias sobre su fallecimiento. Así, por ejemplo *ABC*, le calificaba de «ilustre investigador» y «máximo defensor de la dieta mediterránea» en una noticia del 30 de junio de 1995 sobre el último homenaje que le rindieron representantes del mundo de la ciencia y la cultura.

Por último, también hay que apuntar que en los 80 se empezó a dar un impulso definitivo en España a la industria del aceite de oliva, que recibió un espaldarazo con la constatación científica de sus bondades. «El aceite de oliva fue, al menos en España, el detonante en los estudios sobre dieta mediterránea, ya que es un poco el pivote sobre el que se bascula y se vertebra esa dieta», señala Emilio Martínez de Victoria, director del Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos (INRYTA) de Granada y uno de los investigadores que, junto a José Mataix, comenzaron a trabajar en los años 80 sobre la relación directa entre aceite de oliva y salud.

2. Expansión

Las primeras informaciones sobre «dieta mediterránea» en la prensa española eran muy breves y las referencias casi siempre se encuentran en artículos sobre las enfermedades cardiovasculares, –la primera causa de mortalidad en España y en el resto de países desarrollados– o en entrevistas con expertos. Como el citado Grande Covián, también otro de los llamados «maestros de la Nutrición», Gregorio Varela Mosquera, contribuyó ampliamente a divulgar las bondades de la dieta mediterránea en las publicaciones periódicas españolas.

Sin embargo, la atención individualizada a la dieta fue creciendo paulatinamente con el paso de los años.

Por citar solo un ejemplo, las menciones en *ABC* a la «dieta mediterránea» pasaron de cuatro en 1987 –referencias únicas en artículos muy breves–, a 7 en 1989 –y a un total de 27 en 1996–.

También aumentó considerablemente el espacio y la entidad de las informaciones dedicadas a la alimentación. Así, las informaciones breves fueron dando paso a artículos cada vez más extensos donde la alimentación cumplía un papel protagonista. Como muestra, el reportaje a doble página que en 1993 (jueves, 27 de mayo), dedicó *El Mundo* a explicar cómo «la cada vez más envidiada dieta mediterránea permite que los indicadores sanitarios de nuestro país estén entre los mejores del mundo».

Desde mediados de los noventa, los temas de nutrición adquirieron un papel importante dentro de las páginas dedicadas a la salud (y también en las cada vez más importantes webs de los diarios). Si bien quizás no siempre acaparando las portadas de los suplementos específicos o grandes titulares, su habitual presencia les convirtió en un asunto «estrella», tal y como han recogido varios estudios. El informe *Quiral*, realizado periódicamente desde el Observatorio de la Comunicación Científica de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, es uno de los

que ha cuantificado esta tendencia. Según sus datos⁴, entre 1997 y 2006, el total de textos periodísticos que trataron temas relacionados con la salud y la medicina en los cinco diarios de mayor difusión en el territorio español –*El País*, *El Mundo*, *ABC*, *La Vanguardia* y *El Periódico de Catalunya*– fue de 88.555. De ellos, junto a las noticias relacionadas con el sistema sanitario, enfermedades «mediáticas» como el cáncer, asuntos de biotecnología y ciertas epidemias, las cuestiones relacionadas con la nutrición (desde diferentes perspectivas) han sido los temas que con mayor asiduidad se han abordado por parte de los medios de comunicación.

Y, sin duda, la «dieta mediterránea» ha tenido un papel preponderante en esa cobertura, aunque hay que tener en cuenta que el reflejo de las bondades de la dieta mediterránea en los medios de comunicación creció en paralelo a la constatación del cada vez mayor abandono de los hábitos alimentarios tradicionales por parte de la sociedad española.

«Por la boca muere el rico» titulaba *El Mundo* el 31 de mayo de 1991 un artículo en el que aseguraba que «la ensalzada dieta mediterránea, llena de legumbres, verduras, ensaladas, arroces y aceite de oliva ha ido perdiendo terreno a favor de los hábitos transatlánticos». La moda «de las ‘fast foods’», continuaba el texto, «se ha ido instalando en nuestras latitudes».

La utilidad de la dieta mediterránea para luchar contra las enfermedades cardiovasculares –primera causa de mortalidad en el mundo y la gran epidemia del siglo XXI, la obesidad– ha encontrado un importante eco en la prensa, sobre todo a tenor de las cada vez más preocupantes cifras de sobrepeso en nuestro país que se han ido publicando.

En ese sentido, uno de los temas más abordados es la preocupación por la obesidad infantil, espoleado por el gran número de casos. En España, en 2012 la prevalencia del sobrepeso es del 26 % y la de obesidad del 12,6 % en el grupo de edad de 8 a 17 años (Sánchez-Cruz *et al.*, 2013)⁵.

Otro de los aspectos relacionados con la dieta mediterránea que más cobertura ha recibido por parte de los medios escritos de toda índole ha sido la presentación y posterior reconocimiento –el 16 de noviembre de 2010– de la dieta mediterránea como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Este «espaldarazo» de la UNESCO al patrón dietético –cuya candidatura presentaron en conjunto los gobiernos de España, Italia, Grecia y Marruecos– supuso un antes y un después en la catalogación, dentro del imaginario colectivo en nuestro país, de la dieta mediterránea como una característica a defender de nuestra herencia como país.

Por primera vez, un hecho cultural transfronterizo y con un impacto directo en la salud, la economía y los estilos de vida recibía el aplauso internacional, lo que tuvo un reflejo directo en la gastronomía –se volvió la vista a los platos tradicionales–, la producción de alimentos autóctonos, y la industria alimentaria en general, que ha comenzado a utilizar la etiqueta de ‘dieta mediterránea’ como un valor añadido.

⁴ OBSERVATORIO DE LA COMUNICACIÓN CIENTÍFICA (UPF) y FUNDACIÓN VILA CASAS (2009).

⁵ SÁNCHEZ-CRUZ (2013).

Sin duda, los medios de comunicación han contribuido en gran medida a que, en apenas 30 años, la dieta mediterránea se haya erigido como una marca plenamente reconocible. Hoy en día es un «término lo suficientemente expandido que puede llegar a connotar y denotar conceptos ligados a la salud, al bienestar, a la longevidad, etc.» (De Salas Nestares, 2011)⁶.

Pero, ¿la existencia –y la generalización– de esa marca significa que la sociedad conoce y sigue en mayor medida una alimentación basada en la dieta mediterránea? Los datos dicen que no. La correspondencia entre la dieta de los españoles y la dieta mediterránea es baja. Estamos lejos del patrón alimentario de los años 60, que se ajustaba a la perfección al modelo mediterráneo y hoy en día, «la alimentación de la población española en baja en hidratos de carbono complejos, que proporcionan alimentos tales como el pan, los cereales y derivados, y sobrepasa los valores recomendables en lo concerniente a alimentos proteicos (carnes, pescados y legumbres fundamentalmente), grasas (aceites y grasas vegetales), azúcares y lácteos» (Martínez Carrasco *et al.*, 2004)⁷. Aunque es cierto que en los últimos años el consumo de alimentos proteicos, grasas y azúcares ha disminuido, el patrón general sigue alejado de los valores óptimos y en general puede concluirse que las pautas alimentarias de los españoles han empeorado, como consecuencia de un incremento excesivo del consumo de lácteos y carne y un descenso en la ingesta de frutas y verduras.

En conclusión, se habla mucho de dieta mediterránea, pero todavía es necesario que ese símbolo se lleve a la práctica y se convierta en una realidad en la mesa de los españoles.

3. El papel de los medios

En ese sentido cabe destacar que, al igual que «ayudaron» a la institucionalización de la dieta mediterránea como marca ampliamente reconocible, los medios de comunicación también han contribuido en gran medida –junto a otros actores, como la publicidad– a ese desconocimiento de lo que supone en realidad el patrón alimenticio.

Porque en la era de las nuevas tecnologías y la expansión del conocimiento, lo cierto es que más tenemos más información que nunca, pero también estamos más confundidos que nunca. La máxima, que puede aplicarse a tantas otras áreas del conocimiento hoy en día, es especialmente aplicable a la nutrición.

Una de las causas de esa confusión es que los medios no han sabido –o no han querido– apostar por la información científica de calidad, lo que lleva aparejado un «destierro» en sus páginas de cualquier información relacionada con la alimentación que no tenga un sustento real. Aunque casi todos los diarios tienen o han tenido páginas específicas para contenidos de ciencia y salud que sí han recogido de forma acertada las características y las bondades asociadas a la dieta mediterránea, también es cierto que demasiado a menudo esas informaciones han ido acompañadas de otros textos sobre alimentación que desde otras ubicaciones –los

⁶ DE SALAS-NESTARES (2011).

⁷ MARTÍNEZ-CARRASCO; BRUGAROLAS y MARTÍNEZ-POVEDA (2004).

llamados suplementos femeninos o las páginas de sociedad, por citar solo algunas de ellas— han propugnado justo la idea contraria.

Afirma Gregorio Varela Moreiras que «estamos desgraciadamente rodeados de mitos y magia en la temática de nutrición, hasta el punto de que se puede afirmar rotundamente que en estos todavía inicios del siglo XXI existen más que los que había en el pasado siglo, dos generaciones atrás. Este fenómeno, añade, es especialmente preocupante para la ciencia de la nutrición, y no ocurre en otros ámbitos en los que el desarrollo científico se acompaña normalmente de menor credibilidad en falsas creencias, mitos, falacias, etc».

De hecho, continúa, el consumidor se ve literalmente bombardeado por toda clase de opiniones infundadas y contradictorias y se encuentra en un estado de confusión que lo incapacita para distinguir la fantasía de la realidad⁸.

Así, es frecuente encontrar en las páginas de un mismo medio informaciones sobre nutrición debidamente contrastadas y sustentadas por datos científicos unidas a referencias a tipos de dietas milagrosas que aseguran servir para aumentar la longevidad o la curación de diversas patologías, artículos sobre el producto natural de la temporada (bayas de Goji, etc.), al que se atribuyen virtudes extraordinarias, o referencias a claves de adelgazamiento (especialmente frecuentes en los primeros meses de calor, cuando el verano se acerca), que no tienen ningún tipo de respaldo científico y pueden ser, de hecho, peligrosas para la salud.

A veces, incluso un mismo patrón dietético es ensalzado y a la vez denostado en el marco de una misma publicación o grupo editorial. Hay muchos ejemplos en este sentido, pero quizás uno de los más paradigmáticos sea el tratamiento recibido por la llamada dieta Dukan en muchos medios de comunicación.

«Los riesgos para el riñón de la dieta Dukan», titulaba *ABC* una información el 7 de enero de 2014 en la sección de salud de su página web que hacía referencia a la relación de este tipo de alimentación con un mayor riesgo de «sufrir problemas renales, como las piedras en el riñón», a largo plazo. El artículo citaba un estudio realizado por científicos de la Universidad de Granada publicado en 2011 en la revista *British Journal of Nutrition* y hablaba con una de las responsables del citado trabajo científico.

Sin embargo, unos cinco meses después de esa publicación, el espacio ‘MujerHoy’ del mismo medio de comunicación recogía una información sobre «el método suave Dukan, un sistema que está pensado para aquellas personas cuyo sobrepeso es inferior a 15 kilos y quieren adelgazar sin tener que renunciar a un vaso de vino o un trozo de chocolate».

Un ejemplo similar puede encontrarse en las páginas de *El Mundo*. «Dukan, la dieta de las famosas» señala una información de yodona.com (integrada en la web de *El Mundo*) en abril de 2011 que recoge varios ejemplos de celebridades que «consiguieron recuperar su espléndida figura con la dieta del doctor francés».

⁸ VARELA (2009).

A finales de agosto del mismo año, el mismo espacio recomendaba igualmente visitar la web *www.dietadukan.com* en un artículo sobre ‘Los 10 mandamientos’ a seguir «cuando se empiezan a notar los efectos de los excesos veraniegos» y «conviene prestar especial atención al cuerpo y mente de cara a la rentrée».

Ya en diciembre, otro artículo en la sección de ‘Tendencias’ aseguraba que en Navidad «se puede seguir la dieta Dukan y comer de forma especial».

A cambio son múltiples las referencias sobre los riesgos de este tipo de dieta y otros regímenes excluyentes en las páginas específicas de salud en el mismo periodo («La OCU advierte de los peligros de la dieta Dukan [13 de mayo de 2011]; «Cómo reconocer una dieta milagro» [29 de abril de 2011]; «Adelgazar no es cuestión de milagros» [6 de enero de 2011], etc.).

El fenómeno es extensible a prácticamente toda la prensa. Un análisis cuantitativo de las noticias de alimentación publicadas en la prensa madrileña a lo largo del año 2006 señaló que en el periodo estudiado se habían publicado en 12 medios (*ABC, El País, La Razón, El Mundo, La Vanguardia, Qué, Metro, 20 minutos, ADN, Expansión, La Gaceta de los Negocios, Diario Médico*) un total de 1.432 noticias sobre la temática, que habían generado un total de 3.477 palabras clave. El término ‘dieta’ apareció en el 4,1 % de ellas, aunque acompañada de distintos ‘apellidos’. El de mediterránea le siguió en el 0,8 % de los casos, pero también era notable la proporción de informaciones dedicadas a «dietas de adelgazamiento» o «dieta Atkins», entre otras dietas ‘milagro’⁹.

Pero este no es el único aspecto que contribuye a la confusión del ciudadano en materia de salud. También resulta influyente el modo en que en ocasiones los medios transmiten los hallazgos científicos relacionados con la nutrición.

En todos los países desarrollados la alimentación es un tema de creciente interés. La sociedad reclama saber más sobre la relación entre los nutrientes que ingiere y la salud y, al mismo tiempo, la ciencia ha avanzado mucho en su conocimiento sobre la naturaleza de los procesos nutritivos. Los medios han evolucionado mucho en la transmisión del conocimiento científico, haciéndose cada vez más y mejor eco de las novedades de la ciencia. Sin embargo, a veces esos avances son difíciles de transmitir y, a medio plazo, pueden resultar contradictorios.

Con demasiada frecuencia, los medios se hacen eco de estudios preliminares, observacionales o sin el suficiente poder estadístico, lo que provoca que, el mensaje que se transmite un día se vea contradicho por otra información pocas semanas después (o quizás a través de otro medio de comunicación), contribuyendo a generar una sensación de indeterminación.

Un estudio publicado recientemente en la revista *PLOS ONE*¹⁰ analizó 75 artículos sobre investigación médica publicados por cinco grandes periódicos estadounidenses —entre ellos, *The New York Times* o *The Washington Post*— y los compararon con otros 75 trabajos publicados por cinco revistas de prestigio científico. El trabajo puso de manifiesto que en los medios de

⁹ FÚSTER; RIBES; BARDÓN y MARINO (2006).

¹⁰ SELVARAJ; BORKAR y PRASVAD (2014).

comunicación los ensayos observacionales recibieron más atención y ocuparon más espacio que los ensayos controlados y randomizados, lo que no sucedía en las revistas de impacto científico. Pero además, el estudio también halló que los periódicos tenían una marcada tendencia a elegir estudios con una metodología poco sólida, pero quizás un titular más llamativo.

En ese sentido, cabe destacar un ejemplo muy revelador en la cobertura que en estos años se ha realizado sobre la dieta mediterránea. Pese a que los medios han hablado de forma recurrente del tema, a menudo reflejando estudios menores y con escaso poder estadístico, cuando en 2013 se publica a través del estudio PREDIMED¹¹ la primera evidencia sólida de que la dieta mediterránea es capaz de proteger frente al infarto, los medios españoles apenas se hicieron eco de la noticia o lo hicieron de una forma mucho menos potente que sus competidores al otro lado del charco. Miguel Ángel Martínez, uno de los coordinadores del estudio, lo vivió en primera persona: «Me tocó dar una rueda de prensa en California el 25 de febrero de 2013 para presentar los resultados en Estados Unidos, coincidiendo con la publicación on-line en la revista *New England Journal of Medicine* y, a partir de ese momento, no pararon de llegarme entrevistas, preguntas, llamadas, etc. Sin embargo, los compañeros que dieron la rueda de prensa en España estuvieron mucho más tranquilos. Tuvimos mucho más eco en los medios extranjeros que en los nacionales, pese a que se trataba de un estudio español. De hecho, en Estados Unidos ha sido la noticia de salud más difundida en 2013 y ha dejado una impronta imborrable. Parece de nuevo que nadie es profeta en su tierra», señala.

Por último, y volviendo a los errores cometidos por la prensa en su cobertura de los temas de alimentación, también hay que destacar que esta ha fallado en su tarea de informar sobre la dieta mediterránea como estilo de vida, y se ha centrado en demasiadas ocasiones en el valor de un solo producto, como el aceite de oliva, que ha acaparado la mayoría de los titulares relacionados con la temática, sin duda por su peso en la economía española.

Si recurrimos a la etimología, encontramos que dieta proviene del griego diaita, que no solo hace referencia al tipo de alimentación sino, que de forma genérica, alude a la manera de vivir.

Pero tradicionalmente los medios de comunicación han prestado menos atención a dos factores que, al igual que los alimentos también son claves para la dieta mediterránea: el ejercicio físico y la moderación en la alimentación. Porque para que la dieta mediterránea cumpla sus funciones protectoras, no solo es importante lo que se come, sino cómo se come y qué tipo de actividades se realizan en el día a día.

La frugalidad, la necesidad de incorporar a la alimentación más alimentos de origen vegetal, la importancia de realizar una actividad física de forma regular y llevar una vida activa son puntos importantes del estilo de vida mediterráneo, pero tienen una cara mucho menos «mediática» que otros aspectos, como el aceite.

En conjunto, toda esa desinformación regada con buenas dosis de publicidad dirigida ha contribuido a que gran parte de la población tenga ideas contradictorias sobre la dieta mediterránea e incluso crea a pies juntillas que hay aperitivos, refrescos, yogures o incluso embutidos

¹¹ ESTRUCH; ROS; SALAS-SALVADÓ, J. *et al.* (2013).

«mediterráneos» que, por el hecho de llevar esa etiqueta, son más saludables que otros que ofrecen marcas de la competencia.

4. Opiniones

Como colofón al artículo, cuatro figuras destacadas en el ámbito de la investigación y divulgación de la dieta mediterránea han aportado su punto de vista sobre la evolución de los contenidos sobre nutrición –fundamentalmente en cuanto a la dieta mediterránea– en los medios de comunicación, así como su impacto en la percepción que tiene la sociedad española.

Para Emilio Martínez de Vitoria, catedrático de Fisiología de la Universidad de Granada y director del Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos de Granada, la cobertura mediática ha mejorado con el paso de los años, en el sentido de que «poco a poco los medios de comunicación buscan la información de mejores fuentes, los profesionales de los medios están más informados y se preocupan más por conocer el tema a desarrollar».

Sin embargo, en su opinión, los errores cometidos en 30 años han sido múltiples. «Creo que en general la información contrastada y autorizada ha sido escasa y sin embargo se ha vertido mucha información parcial y errónea y se ha permitido que muchas personas sin la suficiente formación e información del tema hablan de la dieta mediterránea. Esto ha llevado, por ejemplo, a que la oferta de restauración, en España al menos, haya tomado el lema ‘dieta mediterránea’ para ofertas gastronómicas que poco se acercan a ella ofertando menús que no cubren los criterios mínimos de adherencia a la dieta mediterránea. He podido analizar varias encuestas nutricionales que preguntaban a la población sobre la dieta mediterránea y sus bondades y los resultados muestran un conocimiento limitado y a veces deformado o sesgado de lo que es el patrón alimentario mediterráneo».

Y añade: «Desgraciadamente en los medios de comunicación es más importante el titular que el contenido, creo que hay que cuidar el contenido e informar en el espacio o en el tiempo disponible de aquello que el espectador o el lector puedan asimilar. El dar mucha información parcial en un artículo, entrevista o documental, confunde más que informa o forma. La rigurosidad hay que buscarla en la información veraz de un informador sólidamente formado en el tema».

Para Leandro Plaza, presidente de la Fundación Española del Corazón, «los medios se apoyan en estudios cada vez mayores acerca de la alimentación y su repercusión en la salud. A partir de temas sociales, como puede ser el repunte de las enfermedades cardiovasculares a raíz de la crisis económica o la adopción de unos malos hábitos de vida, los medios sacan a la luz diversos estudios para justificar la aparición y agudización de enfermedades provocadas por la alimentación y así incidir en la importancia de llevar una buena alimentación y evitar futuros problemas de salud».

En ese sentido, Plaza alaba que los medios cada vez «se hacen más eco de los estudios médicos y científicos, ya que estos son la base del conocimiento a partir del cual podemos adoptar medidas preventivas. Al tener más estudios y más evidencias de qué tipo de alimentos favorecen la salud y evitan determinadas patologías, los medios son más rigurosos».

Por su parte, para Lluís Serra, catedrático de Medicina Preventiva y Salud Pública y presidente del Comité Científico de la Fundación Dieta Mediterránea, los medios en general han informado bien de la dieta mediterránea, «aunque de una forma ciertamente partidista», focalizando las informaciones, «por cierta convergencia de intereses» en los productos propios relacionados con el patrón dietético.

Para este especialista, a raíz de la proclamación en 2010 de la dieta mediterránea como patrimonio cultural inmaterial de la humanidad por parte de la UNESCO, hubo un *boom* de informaciones que quizás produjeron, acto seguido, «cierto hartazgo por el tema». Esto provocó que, en 2013, «cuando se publicó la demostración de que la dieta mediterránea es eficaz en la prevención primaria de la enfermedad cardiovascular, con el estudio PREDIMED, esta información pasara mucho más desapercibida para los medios de comunicación que otros estudios banales. En otros países, el PREDIMED tuvo un impacto tremendo y en España algunos medios no se hicieron eco, lo que puede explicarse por esa saturación.

«Hoy en día la dieta mediterránea trasciende el ámbito puramente científico y aparece por todos lados, se pone como un elemento que une lo cultural-gastronómico con la salud y el entorno», apunta.

En ese sentido, Serra echa de menos en los medios de comunicación un aspecto sobre la dieta mediterránea al que sí se le está prestando mucha atención en países como EEUU: su impacto sobre el medio ambiente. «Todas las dietas occidentales exigen unas emisiones contaminantes que están muy por encima de los límites establecidos. En cambio, está demostrado que si todos siguiéramos una dieta mediterránea, se reducirían entre un 30 y un 40 % esas emisiones», concluye.

Finalmente, Miguel Ángel Martínez, catedrático de Medicina Preventiva y Salud Pública de la Universidad de Navarra y uno de los coordinadores del estudio PREDIMED opina que, en general, los medios han mejorado su cobertura de los temas relacionados con la nutrición y, «han dado importancia a la dieta mediterránea». Sin embargo, prosigue, «yo les daría solo un notable porque a veces les cuesta insistir (o dejan de hacerlo) en los alimentos que se deben reducir. Solo hablan de aquellos que se deben aumentar. Y no mencionan nunca el concepto de frugalidad. La dieta mediterránea tradicional es frugal».

En cuanto a su impacto en la sociedad, cree que la población percibe la dieta mediterránea «como distinta de otras dietas». En ese sentido, asegura, «estamos bien. Pero el peligro es pensar que, como uno es mediterráneo, ya sabe de sobra lo que es la dieta mediterránea y no necesita cambiar sus hábitos. Esto es un error. La realidad es que prácticamente nadie sigue a la perfección la dieta mediterránea en este país. Los españoles más jóvenes (menores de 35-40 años) no la siguen en absoluto y probablemente tengan peor puntuación que un holandés o un sueco

en adherencia a la dieta mediterránea. A todos, jóvenes y mayores, les recomendaría que se leyesen los 14 puntos que usamos en el PREDIMED (están en www.predimed.es) y contesten con honradez a esas 14 preguntas; probablemente casi ninguno supere 10 de los 14 puntos».

Referencias bibliográficas

- ALZATE, T. (2013): «Consejos dietéticos y nutricionales en la prensa española»; *Revista Española de Comunicación en Salud* 4(1); pp. 17-26.
- BURR, M. (1989): «Effects of change in fat, fish and fibre intakes on death and myocardial reinfarction: diet and reinfarction trial (DART)»; *The Lancet*, volume (334); pp. 757-761.
- DE SALAS-NESTARES, I. (2011): «La dieta mediterránea como marca: publicidad y medios de comunicación»; en ALONSO, E.; VARELA, G. y SILVESTRE, D., coord.: *¿Es posible la dieta mediterránea en el siglo XXI?* Madrid, Fundación Tomás Pascual-CEU.
- DÍEZ, I. (2009): «El impacto de las enfermedades cardiovasculares en los medios de comunicación»; en LÓPEZ FARRÉ, M., dir: *Libro de la salud cardiovascular del Hospital Clínico San Carlos y la Fundación BBVA*. Madrid, Fundación BBVA; pp. 661-669.
- FÚSTER, F.; RIBES, M. A.; BARDÓN, R. y MARINO, E.: «Análisis cuantitativo de las noticias de alimentación en la prensa madrileña en 2006»; *Revista Española de Documentación Científica* (32); pp. 99-115.
- KEYS, A. (1980): *Seven countries: a multivariate analysis of death and coronary heart disease*. Harcard University Press ISBN: 0-674-80237-3; pp. 1-381.
- MARTÍNEZ-CARRASCO, L; BRUGAROLAS, M. y MARTÍNEZ-POVEDA, A. (2004): «Análisis de las tendencias actuales en la alimentación de los españoles: posibilidades de difusión de la dieta mediterránea»; *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros* (201).
- OBSERVATORIO DE LA COMUNICACIÓN CIENTÍFICA (UPF) Y FUNDACIÓN VILA CASAS (2009): *Medicina y salud en la prensa diaria: Infome Quiral 1997-2004*. Barcelona, ed. Noclay.
- REVUELTA, G. (2006): «Salud y medios de comunicación en España»; *Gaceta Sanitaria* (Suplem. 1); pp. 203-208.
- SÁNCHEZ-CRUZ, J.: «Prevalencia de obesidad infantil y juvenil en España en 2012»; *Rev. Esp. Cardiol.* (66).
- SÁNCHEZ MARTOS, J. (2010): «La información sobre la salud en los medios de comunicación»; *Revista Española de Comunicación en Salud* 1(2); pp. 68-76.
- SÁNCHEZ MARTOS, J. (2013): «Necesidad de programas de formación en Educación y Comunicación en Salud en alimentación y nutrición»; en VARELA MOREIRAS, G., coord.: *Libro Blanco de la Nutrición en España*. Madrid, Fundación Española de la Nutrición (FEN); pp. 497-505.

SELVARAJ, S.; BORKAR, D. y PRASVAD, V. (2014): «Media Coverage of Medical Journals; Do the Best Articles Make the News?»; *Plos One*, 9(1).

SERRA, L.; BUCKLAND, G, y BACH, A. (2008): «Eficacia de la dieta mediterránea en la prevención de la obesidad. Una revisión de la bibliografía»; *Revista Española de Obesidad* 6(6); pp. 329-339.

VARELA, G. (2009): *Dietas y productos mágicos*. Madrid, Instituto de Nutrición y Trastornos Alimentarios de la Comunidad de Madrid (INUTCAM).

VARELA, G., coord. (2013): *Libro blanco de la Nutrición en España*; Madrid, Fundación Española de la Nutrición (FEN).

WESTALL, D. (2011): «La obesidad infantil en la prensa española»; *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 17(1); pp. 225-239.

Hemeroteca

Archivo diarios ABC, El Mundo, El País (Hemeroteca Municipal de Madrid).