

La industria cárnica española lanzó una campaña encubierta para contrarrestar el informe de la OMS

El 26 de octubre pasado, la Organización Mundial de la Salud (OMS) publicó su evaluación sobre la relación entre el consumo de carne y el cáncer colorrectal: había "evidencia suficiente" de que los productos procesados son cancerígenos. Y "probablemente", la carne roja también.

Así que la industria cárnica española se lanzó a una campaña para contrarrestar los efectos negativos de esta información, según informa eldiario.es.

No lo hicieron de manera directa, sino que contrataron a una consultora para que dirigiera lo que denominaron: "Crisis IARC-OMS". La estrategia de actuación fue diseñada y coordinada por la empresa Sprim y se basó en lanzar "respuesta científica unificada" mediante un "equipo de interlocución único".

No se debía, "ofrecer a los medios de comunicación testimonios de ningún representante del sector", según el documento estratégico al que ha tenido acceso eldiario.es en el buzón filtrala.org –que comparte con las publicaciones *Diagonal*, *La Marea* y *Mongolia*–. Solo se admite un "comunicado de prensa".

Para defender el producto, la consultora utilizó una batería de "expertos científicos" que enviaba a radios, periódicos y televisiones aunque sin especificar que, en definitiva, hacían las veces de portavoces indirectos de las organizaciones de la carne: Interporc, Provacuno, Asici e Interovic.

Nada más aparecer el informe de la OMS, Sprim dibujó un plan de ataque. El protocolo incluía la "elaboración de un documento con los argumentos científicos en defensa del sector y envió a expertos especialistas en oncología, nutrición, pediatría, medicina de familia y comunitaria líderes de opinión". Con ese argumentario lanzado, se abordaba una segunda actuación: las voces científicas.

La consultora detalla en su presentación que "las solicitudes de intervención por parte de un portavoz se cubrían con entrevistas a los diferentes expertos con los que se acordó su colaboración como expertos en nutrición y salud". El documento recoge a cinco profesionales: **Carmen Vidal Carou** (catedrática de Nutrición y Bromatología de la Universidad de Barcelona), **Abel Mariné** (catedrático Emérito de Nutrición y Bromatología de la Facultad de Farmacia de la Universidad de Barcelona), **Carmen Gómez Candela** (jefe de la Unidad de Nutrición Clínica y Dietética del Hospital Universitario La Paz), **Antonio Villarino** (Catedrático de Bioquímica de la Universidad Complutense de Madrid) y **Susana Monereo** (jefe del Servicio de Endocrinología y Nutrición del Hospital Gregorio Marañón).

Según la consultora Sprim, "al ser un tema que hacía referencia a la salud, las interprofesionales decidieron que era más lógico que fueran profesionales de la salud quienes respondieran a las preguntas". Y luego añade que "los medios de comunicación que se pusieron en contacto con el gabinete de comunicación recibieron el ofrecimiento de hablar con un experto en nutrición. En ningún caso actuaron como portavoces del sector".

Cátedra financiada por la Asociación Empresarial

De entre estos expertos, tanto **Antonio Villarino** como **Susana Monereo** y **Abel Mariné** han confirmado a eldiario.es que Sprim les pidió que participaran en entrevistas con medios de comunicación tras la aparición del documento de la OMS. **Villarino** ha puntualizado que con quien tiene "una relación profesional para este caso es con Sprim". La doctora **Monereo** ha recordado "que tenía mucha actividad en el hospital y solo pude atender a un par de radios". **Abel Mariné** ha explicado que considera "una obligación" intervenir para decir "lo que dicen los científicos".

Este catedrático emérito puntualiza que esto se inscribe en "la actuación de la cátedra Carne y Salud de estudios sobre esta materia" de la Universidad de Barcelona que está financiada por la Asociación Empresarial Cárnica Anafric. "No nos indican qué hay que decir y yo no he cobrado nada personalmente", asegura.

La directora de esa cátedra es **Carmen Vidal**, que ha querido aclarar a eldiario.es que "yo no represento al sector y la credibilidad de los científicos no se vende porque entonces se pierde". La catedrática explica que "se nos consultó si estaríamos dispuestos a hablar de este tema y yo dije que sí porque creo que es importante compartir el conocimiento". **Vidal** sí afirma que "nos ofrecieron una gratificación de 500 euros por las molestias pero yo no voy a decir nada que no piense".

Las informaciones de la OMS sobre carne y cáncer provocaron un gran interés a finales de octubre de 2015. Hubo mucha demanda de opiniones para ilustrar reportajes, análisis o tertulias. La consultora contratada por la patronal contabilizó "cerca de cien gestiones con medios de comunicación" y "más de 50 intervenciones de profesionales de la salud en los medios", según su documento.

El rastreo de esas intervenciones muestra que sus valoraciones eran precedidas por los cargos profesionales que desempeñan pero no incluían que estuvieran participando mediante la gestión de una empresa que coordinaba la campaña de imagen de las industrias

cárnicas. En su evaluación de esta primera fase, la empresa dice que *"se multiplicaron las críticas a la forma de comunicar el informe realizado por la IARC/OMS, hasta el punto [de que] tuvieron que matizar su primer comunicado"*.

Planes de futuro

Una vez pasada la vorágine del informe, las asociaciones de la industria han manejado un plan a medio plazo para seguir lavando los rastros de la advertencia sobre riesgos asociados científicamente al consumo de carne. La estructura se repite: la idea es que las bondades del producto sean divulgadas por terceros, sin que haya vínculo directo con las patronales.

La consultora propone que se elabore *"un documento explicativo sobre las cualidades de la carne y la necesidad de su consumo en la frecuencia recomendada"*. Una guía no pensada para los consumidores sino *"para los profesionales de la salud"*. Ellos harían luego de altavoz. El plan incluye a *"sociedades científicas de interés con el fin de reforzar los mensajes positivos"*.

Además, el documento especifica la puesta en marcha de una estrategia digital para *"contrarrestar la información negativa aparecida por la publicación de la IARC"*. Se trata de limpiar todo lo que se pueda la red de aportaciones contrarias al consumo de carne. Lo denominan *"evangelización en foros y comunidades online que hablen sobre el informe de la OMS"*.

Esta operación incluye el desarrollo de una web, la elaboración de *"artículos que atiendan a las necesidades de información de los usuarios"* y una campaña de publicidad *online* para *"atraer rápidamente tráfico cualificado"*.

La planificación manejada por Sprim en su documentación señala que se puede aprovechar el dominio *carneysalud.com* aunque *"es de vital importancia renovarla"*, explican, para que salga bien posicionada en las búsquedas de Google. La estructura que avanza es muy similar a lo que puede observarse actualmente en esa web.

carneysalud.com incluye una información en la que se indica que está *"cofinanciado por el Ministerio de Agricultura"* aunque el departamento de la ministra **Tejerina** avisa de que *"no se hace responsable de los contenidos del Portal"*.

Campaña de más de 100.000 euros

La campaña de imagen ha costado más de 100.000 euros. Además de las actuaciones descritas, el plan ha previsto hacer una revisión de los estudios en los que basó su informe la OMS así como la celebración de un seminario para profesionales de los sectores sanitario, agroalimentario, de consumidores e instituciones oficiales. También producir un vídeo para el público en general acerca de las cualidades del consumo de carne.

El documento revisado por *eldiario.es* recoge un presupuesto que Sprim preparó para las fases de medio y largo plazo de su estrategia: 50.000 y 52.000 euros respectivamente *"IVA no incluido. Gastos de viaje, desplazamientos, mensajería, catering y alquiler de salas no incluidos"*. La última facturación del sector cárnico sumó 22.168 millones de euros, según la Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España. Anice calcula que 80.900 empleos están ligados a su actividad.