

Krisien komunikazioa. Politika- eta osasun-agintaritzen kudeaketa arrautzaren krisian, Euskadin*

(Crisis communication. Eggs crisis management in the Basque country by political and health officials)

Rodríguez González, María del Mar*;
Marauri Castillo, Iñigo**; Armentia Vizuite,
Ignacio***; Marín Murillo, Flora****
Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU) Gizarte eta Komunikazio
Zientzien Fakultatea. Sarriena s/n. 48940 Leioa.
mariadelmar.rodriguez@ehu.es*; inigo.marauri@gmail.com**;
ignacio.armentia@ehu.es***; flora.marin@ehu.es****

Jaso: 2018.01.10
BIBLID [eISSN 1988-3935 (2017), 16; 141-158] Onartu: 2018.02.20

Azken urteetan krisi gehien izan dituen produktueta bat da arrautza, bai elikadura-segurtasunaren ikuspuntutik (oilategien higie-ne-baldintzak eta salmonellosi bidezko toxiinfekzioak), bai ekonomiaren ikuspuntutik (nabarmen igo zen arrautzen prezioa 2017ko urrian, eskasia handia zegoelako Europan). Eskasia horren jatorria da, hain zuzen, Ikerlan honen xedea: Belgika eta Holandako etxaldeetatik etorritako milioika arrautzaren kutsatzea Fipronil izeneko intsektizida erabiltzeagatik.

Gako-hitzak: Krisia. Arrautza. Intoxikazio. Fipronil.

Los huevos son uno de los productos que más crisis ha protagonizado en los últimos años. En especial, crisis relacionadas con la seguridad en la alimentación y más concretamente con las condiciones de higiene de los gallineros de cría y las infecciones tóxicas por salmonelosis y los temas económicos relacionados, como el aumento del precio de los huevos que se produjo el pasado octubre de 2017 a consecuencia de su escasez en Europa. El origen de dicha escasez es precisamente el objeto de estudio de esta investigación: la contaminación de millones de huevos en granjas de Bélgica y Holanda con un insecticida llamado Fipronil.

Palabras clave: Crisis. Huevo. intoxicación. Fipronil.

Les œufs sont l'un des produits qui ont posé le plus de problèmes ces dernières années. Tout particulièrement, la crise en relation avec l'alimentation et plus précisément avec les conditions d'hygiène des poulaillers d'élevage et les infections toxiques par salmonellose et les sujets économiques liés, comme l'augmentation du prix des œufs qui a eu lieu en octobre 2017 en conséquence de leur pénurie en Europe. L'origine de cette pénurie fait précisément l'objet de l'étude de cette recherche : la contamination de millions d'œufs dans des fermes de Belgique et Hollande par un insecticide dénommé Fipronil.

Mots-clés : Crise. Œuf. Intoxication. Fipronil.

*Artikulu hau egin da Universidad-Sociedad proiektuari esker. US17/15..

1. SARRERA

Eusko Jaurlaritzako Osasun Sailak Fiponil izeneko intsektizidaz kutsatutako 20.000 arrautza likido immobilizatu zituen, 2017ko abuztuaren 11n, Bizkaiko enpresa batean. Espainian antzemandako kutsatutako produktuen lehen sorta izan bazen ere hura, ordurako jakina zen Fiponilaren eskandaluak 19 herrialde ukitu be har zituela, haietako banaketa-katean sartuak baitziren jada kutsatutako arrautzak: Austria, Belgika, Suitza, Alemania, Danimarka, Frantzia, Erresuma Batua, Irlanda, Italia, Holanda, Polonia, Errumania, Suedia, Txekiar Errepublika, Luxenburgo, Eslovenia, Eslovakia eta Hong Kong.

Krisien komunikazioan, aditu guztiek gehien aipaturiko tipologietako bat produktuaren aizunketa eta merkatutik kentzea da. Artikulu eta eskuliburu ugari idatzi dira horri buruz, eta, gezurra badirudi ere (zorrotz-zorrotzak baitira elikagaiek jasotzen dituzten segurtasun-kontrolak), hamaika produktu kentzen dira merkatutik hileroko prebentzio-neurri gisa, hedabideek eta, ondorioz, herritarrek horren berri izan gabe. Kasu hau, ordea, ez da izan oharkabea pasatzen diren horietako bat, egunkari askotako azaletan agertu baita; politika- eta osasun-agintaritzek komunikazio-estrategia nabaria eraman dute, krisia kontrolatzeko eta herritarren artean arrautza horiek kontsumitzearen arriskuaz alarmismoa, funsgabea, saihesteko.

Ikerlan honen helburua da krisi horren harira sortutako komunikazio-kudeaketa aztertzea, arloko agintaritza gorenaren ekintzen azterketatik abiatuta (AECOSAN, Eusko Jaurlaritzako Osasun Saila, Osasunaren Mundu Erakundea, Europar Batzordea eta Espainiako Osasun Ministerioa). Erabilitako komunikazio-estrategia eraginkorrenak zehaztu nahi ditugu, zehazki, kasu konplexu horretan; konplexu, hogeit bat herrialde ukitzen dituelako eta produktua ez erostera eraman lezakeelako (Nekazaritza eta Arrantza, Elikadura eta Ingurumen Ministerioaren arabera, elikagaietan gastatzen denaren % 1,22 da).

2. HELBURUAK

Hauexek dira ikerlan honen helburuak:

- Identifikatzea elikaduraren, elikadura-segurtasunaren eta osasunaren arloko agintaritza gorenaren arrautzen auzia kudeatzeko baliatutako komunikazio-politikak.
- Aztertzea hedabide inprimatuek kasuari emandako tratamendua.
 - Ikertzea Kontsumo, Elikadura Segurtasun eta Nutrizioko Agentzia Espainiarrak (AECOSAN) produktu bat merkatutik kentzen denean abiatzen duen jarduketa-protokoloa, baita komunikazio-protokoloa ere.

3. HIPOTESIAK

- H1.- Komunikazio proaktiboan oinarritutako politika egin da, herritarrek hasiera-hasieratik jakin zezaten zer egoeratan zeuden kutsatutako arrautzak, Bizkaian, Katalunian eta European.
- H2.- Gardentasunean oinarritutako mezu bat diseinatu da kontsumitzaileei informatze aldera, iturria zein zen kontuan hartu gabe.
- H3.- Bai AECOSANen irudia, bai Osasunaren Mundu Erakundearena zein Euskadiko eta Espainiako osasun-agintaritzenak sendotuta atera dira Fipronilek kutsatutako arrautzen krisia amaitutakoan.

4. METODOLOGIA

Ikerlana egiteko erabilitako metodologia edukiak aztertzea izan da, bai kuantitatiboki, bai kualitatiboki.

Laginketari dagokionez, “arrautzaren krisia” edo “Fipronilen krisia” deitutakoari buruz ondoko hedabide hauetan argitaratutako informazioak aztertu dira: *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *El Correo*, *Deia* eta *Gara*.

2017ko abuztuaren 11tik azaroaren 11ra bitarteko aldia aztertu da, hots, Eusko Jaurlaritzako Osasun Sailak Fipronil intsektizidak kutsatutako 20.000 arrautza likido Bizkaiko etxalde batean immobilizatu zituenetik hedabideek Europa arrautzarik gabe geratzeagatik pairatutako arazoaren eta horrek Espainiara ekarritako prezio-igoeraren (% 84) berri eman arte.

Auziari lotutako informazio guztiak kuantifikatuta, azterketa kualitatiboa egingo da. Horretarako, kategorizazio-fitxa bat egin da, zeinean izenburu, azpiizenburu eta leaden gako-hitzak aztertu, iturrien titulartasuna jaso eta informazioaren balorazioa (positiboa, negatiboa eta neutroa) egiten baita.

Iturriak aztertzeaz gain, goian aipatutako iturri instituzionalek *garatutako* komunikazio-politikak zehaztuko dira, baita krisia kudeatzeko kasuan kasu baliatutako estrategia aztertu ere.

5. ZIOAREN EGOERA

Komunikazio eraginkorra funtsezkoa da mota guztietako erakunde formaletan, gorabeherarik gabeko egoeretan zein krisi bat gertatzen denean, baina, komunikazio-programa instituzional iraunkor bat ezarri gero, modu egokiagoan kudeatu ahalko da krisi-egoera, finkatuta baitaude jada

enpresa edo erakundearen publiko desberdinekiko lokarri iraunkorrak². Aipatutako komunikazio-programa ezartzearen aldeko beste zergatietako bat da sinesgarritasuna lortzea publiko horien aurrean; izan ere, nabarmen leun dezake horrek enpresak iritzi publikoaren eta solaskideen aldetik jaso lezakeen kolpea³.

Garapen estrategikoa ez ezik, gauzatze taktikoa ere eskatzen du komunikazioak, bai krisi-egoeretan, bai bestelakoetan. Eta, mundu idealean estrategia taktika baino lehenago pentsatzen den arren, nolabaiteko komunikazio taktikoa beharrezkoa, desiragarria eta egokia izan daiteke agian, estrategia espezifikoak osatu aurretik. Krisi batek zuzendaritzarentzat ekar litezkeen inplikazioak antzemateaz gain, komunikatzaileak aurreikusi egin behar du erakunde batek bere kultura bereizgarria duela, patrioiak edo komunikazioarekiko alternatibak egituratzen dituen.

Krisia egoera hobe ala okerrago batera itzultzeko puntu bat da, une erabakigarri ala kritiko bat, eta krisi-komunikazioan aditu diren guztiak bat datoz horretan. Modu, tamaina eta, baita ere, denbora-tarte desberdinetan ager daitezke krisiak. Hona hemen krisia eragin dezaketen alderdietako batzuk: enpresari edo hark parte hartzen duen merkatuari eragiten dieten politika publikoak; lehiakideen lehia desleialak; enpresak merkatuan dituen produktu edo zerbitzuetatik etorritako arrisku edo erantzukizunak; bezeroen kexak; hornitzaile-kateak; egoera txarrean dauden produktuak; eta enpresari kalte egin diezaiokeen informazio funsgabea ardurarik gabe zabaltzea.

Profesionalek kontuan hartu behar dute “komunikazioa” eta “komunikazio proaktiboa” desberdinak direla, eragin desberdina dutelako krisi-komunikazioan, krisiaren kudeaketaren arrakasta ala porrota baldintzatzeraino. Ohiko krisien artean, katastrofe naturalak, protestak, terrorismoa, produktuaren aizunketa eta iruzurrak nabarmentzen dira, eta enpresa edo erakunde batentzat egoera kritikoak sor ditzaketen ohiko arrazoien artean, hauek: delitu korporatibo edo laboralak, administrazio okerra, katastrofe naturalak, eta enpresa edo erakundeak hornitzen dituen produktu edo zerbitzuen gabeziak eta haien gainerako kexak.

5.1. Krisiaren ezaugarriak

Gatazka, ustekabea, nahasmena, oreka-haustura izan ohi dira krisi baten ezaugarriak. Badaude, ordea, beste ezaugarri batzuk kontuan hartu behar direnak krisia ahalik eta hobekiena kudeatzeko⁴:

2. BONILLA Carlos. Investigando la comunicación en crisis. Coord Octavio Islas y Gabriela Hernández. México. *Razón y Palabra*, Pág. 11 y 12. 2013

3. COSTA, J. (2001). *Imagen corporativa del siglo XXI*, Buenos Aires, La Crujía ediciones.

4. MITROFF, I., y PEARSON. *Cómo gestionar una crisis*. Barcelona. Gestión 2000. 1995

- **Ustekabea.** Ez dago krisiak aldeztu aurretik guztiz sumatzerik, baina bai aurreikus daitezke hainbat egoera, inpaktua ahalik eta gehiena minimizatze aldera⁵.
- **Urgentzia.** Egoera kritiko batean sortzen den informazio-uholdea negatiboa izan ohi da, eta, horregatik, ahalik eta azkarrena erreakzionatu behar da, batez ere hedabideek informazioa denbora errealean tratatzeko ahalmena dutenean; zurrumurrua hedatzea saihestuko dugu horrela.
- **Bakartasuna**⁶. Krisi bakoitza bakarra da, hots, gutxitan sortzen dituzte zergati berdinek bi krisi-egoera.
- Informazio-kalitatearen galera. Goikoaren eraginez, jaitsi egiten da mezuen kalitatea, urgentzia-egoerak kaltetuta.

Hona hemen gertatuko adibide batzuk:

Komunikazio krisia: E.COLI



1. irudia

5. LAGADEC, P. (1991). La Gestión de Crisis, París, McGraw-Hill.

6. GONZALEZ HERRERO A. (1998). Marketing preventivo: la comunicación de crisis en la empresa, Barcelona, Comunicación Bosh.



2. irudia

Komunikazio Krisia: Yak 42



3. irudia



4. irudia

Komunikazio Krisia: Ebolaren Kasua



5. irudia



6. irudia



7. irudia

Komunikazio-estrategian eragin duten jokabideak

- **Isilik geratzea** ez da errentagarria⁷. Txartzat hartzen da krisi-egoera larriak gertatuz gero. Gure erakundeak ihes egin duela, erantzukizuna bere gain hartu nahi ez duela ulertzen baita. Gu isilik geratzen bagara, beste iturri batzuetan bilatuko dute informazioa hedabideek, eta horrek areagotu egin dezake krisia.

7. CUTLIP, S. y CENTER, A. (2001). Relaciones Públicas Efectivas. Barcelona, Gestión 2000

- **Ukatzea**⁸. Ez da gomendagarria; ziur bagaude krisiaren erantzuleak garela, hobe da aurpegia eman eta gertaeren ondorioei aurre egitea. Erantzukizuna arrazoirik gabe egozten bazaio erakundeari eta ziur bagaude ez garela errudunak, orduan bai, orduan ukatzera jo daiteke. Eta denek ukatu behar dute, batera; izan ere, funtsik gabe egotzi badigute, berez konponduko da krisia, ondorio larriarik gabe.
- **Hirugarrenei leporatzea erantzukizunak**⁹. Ez da jokabide ohoragarria, eta oso polemikoa izaten da, iritziz publikoak ulertuko baitu enpresak ez dituela erantzukizunak bere gain hartu nahi.
- **Aitortzea**¹⁰. Egia esatearen estrategia balio positiboa da beti enpresarentzat, profesionaltasuna nabarmendu, kalitatea ziurtatu eta sinesgarritasuna zaindu ez ezik, hurrengo arrazoiketa lasaitasunez garatzeko denbora oso preziatua ematen baitu, kalitateko informazioan oinarrituta betiere.

5.2. Komunikazio proaktiboa, estrategia arrakastatsua

Krisi-komunikazioaren arloko adituek behin eta berriz esaten dute aurre hartu beharra dagoela komunikazio-politika diseinatzeko orduan. Garrantzitsua da jorratuko diren gai guztiak kontrolatzea, baita gardentasun-politika bat hartzea ere¹¹. Zeregin horretan, funtsezkoa da komunikazioa modu proaktiboan kudeatzea, kanpoko zein barruko publikoekiko komunikazioa lehenetsita, eta arreta gehiago emanda ukitutako publikoei. Mezuak koherentea izan beharko du, ezinbestez, eta krisiaren bozemaileak koordinatu beharko du; izan ere, bera izango da gatazka sortu izana egotzitako erakundearen irudia hedabideetan. Bateratua eta koherentea izango da diskurtsoa, gertaeren egiatasunean oinarritua¹².

Hona hemen bidalitakoak prentsa ohar batzuk:

8. RODRÍGUEZ, R. y SÁDABA T.(1999): *Periodistas ante conflictos*. Pamplona: Eunsa

9. PIÑUEL J. (1998). "La comunicación corporativa de gestión de crisis", *Comunicación y Psicotécnica*, España, Universidad Complutense, 1998.

10. XIFRA J. (2009): *Comunicación proactiva. La gestión de conflictos potenciales en las organizaciones*. Barcelona: Gedisa

11. ALCOCEBA J.A. (2010): "Análisis de las notas de prensa institucionales y su visibilidad en la prensa", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, Páginas 354 a 367, recuperado el 15 de octubre de 2011, de http://www.revistalatinacs.org/10/art2/905_Complutense/27_Alcoceba.html
DOI: 10.4185/RLCS-65-2010-905-354-367

12. BLACK, S. *Las Relaciones Públicas. Un factor clave de gestión*. Barcelona, Editorial hispano europea.



8. irudia



9. irudia



10. irudia. Espainiako merkataritza buruzkodatuak

Fuente: Ministerio de Agricultura

6. AUZIAREN AZTERKETA

6.1. Aurkezpena

Eusko Jaurlaritzak abisua jaso zuen 2017ko abuztuaren 10eko arratsaldean, Fipronilek kutsatutako 22.000 arrautza likido sartu behar zirela. Frantziatik zetorren kamioi batean iritsi zen sorta elikagaien banaketa-katerako produktuak ekoizten dituen Bizkaiko enpresa batera; merkantziak, dena den, paketeetatik atera baino lehen immobilizatu ziren. Oso intsektizida eraginkorra da Fipromil, animalien akarioei aurre egiteko erabiltzen dena, eta, substantzia legala bada ere, debekatuta dago Europan erabiltzea elikadura-katearen barruan.

Elikagai eta Pentsuetaarako Alerta Lasterreko Sistema Europarrak (RASFF) ohartarazi zien espainiar agintaritzari agian kutsatuta zegoen sorta bat bidalia zutela. Ministerioak berehala Eusko Jaurlaritzari ohartarazi, eta ikuskariak bidali zituen azken horrek. Hartara, Osasun Saileko teknikariek gau osoan lan egin zuten kutsatutako sorta kontrolatzeko, produktuak fabrikatzeko prozesuren batean sar ez zedin, osasun publikorako arriskutsua izan zitekeen oro saihestuta. Zaintza-protokolo guztiek aktibatuta jarraitu zuten hurrengo egunetan, eta kutsatutako sorta gehiagorik ez zegoela bermatu zen.

Euskadikoa ez zen jasotako kasu bakarra, nahiz eta bai izan zen intsektizidak kutsatutako produktuen lehen sorta, eta, beste herrialdeetan ez bezala, osasun publikoko arazo hori ez zegoen oraindik supermerkatuetako apalategietan. Egiaztatu zen, hala ere, kutsatutako arrautzak 17 herrialdeetako banaketa-katean zeudela jada.

RASFF alerta lasterreko sistemak primeran erantzun zuen, laster detektatu baitzuen, ekainean, Fipronil zegoela Belgikako hainbat arrautzatan (Alemania, Herbehereak, Austria, Erresuma Batua, Irlanda, Italia, Errumania, Luxenburgo eta Eslovakiara, besteak beste, banatu ziren arrautzak Belgikatik). Holandan, 200 bat etxaldetan blokeatu zen jarduera, eta supermerkatuetako apalategiak hustu egin ziren. Europako ia 20 herrialdetan izan zuen eragina kasuak, eta Hong Kongeraino ere iritsi zen, kontinentearteko esportazio baten bidez.

Nolanahi ere, azterketa guztiek erakutsitako mailak kontsumorako arriskutsuak izan daitezkeenak baino hamar aldiz txikiagoak dira.

Adituek *Chick Friends* izeneko etxalde holandar batean kokatu zuten elikadura-krisiaren jatorria; haien ustez, ziur aski Errumaniatik inportatuko zuten intsektizida, Amberesen (Belgika) kokatutako enpresa baten bitartez. Oilo erruleen efikazia antiparasitarioa hobetzea zen helburua, eta, horretarako, europar legedian onartuta dauden beste substantzia batzuekin nahastuko zuten agian.

6.2. Azterketa kuantitatibo eta kualitatiboaren emaitzak

Arrautzaren krisiarekin lotutako 80 informazio aztertu dira: 15 *El Correokoak*; 17, *ABCkoak*, 17, *El País*koak; 11, *El Mundokoak*; 11, *Garakoak*; eta 9, *Deiakoak*. Haietatik guztietatik, 15ek Bizkaian immobilizatu ziren kutsatutako arrautzen sorta aipatzen dute.

Aztertutako informazioetatik, egiaztatu da % 80k iturri instituzionalak erabiltzen dituztela: Eusko Jaurlaritzako Osasun Saila, Eusko Jaurlaritza (Jon Darpón, Miren Dorronsoro), Osakidetza, Osasun Ministerioa, AECOSAN, Osasunaren Mundu Erakundea, Nekazaritza eta Arrantza, Elikadura eta Ingurumen Ministerioa, (MAPRAMA), Europar Batzordea, Elikagai eta Pentsuetarako Alerta Lasterreko Sistema Europarra (RASFF), CSIC (Alfonso Carrascosa), Espainiako Merkataritza Ganbera eta Belgikako Elikadura Segurtasuneko Agentzia Federala, Holandako Elikadura Segurtasuneko Erakundea (NVWA), Brusela (Mina Andreeva) eta Elikadura Katearen Segurtasuneko Agentzia Federala (AFSCA), batez ere.

Ez dira izan, ordea, argitaratutako iturri bakarrak, ondoko hauek ere baliatu direlako albisteak eta erreportajeak egiteko: Chamartíngo (Madril) merkatuko saltzaileen, hainbat auzotako oilasko-denden eta bezeroen lekukotzak, baita beste erakunde batzuen ere, hala nola Arrautza Ekoizleen Elkarte Espainiarrarena (Aserprhu), Arrautzaren eta bere Produktuen Lanbide arteko Erakundearenak (Inprovo) eta Zaragozako Granja San Miguel arrautza-taldearenak. FACUA kontsumitzaile-elkartea ere aipatu beharra dago, intsektizida hori izan lezaketen produktuen zerrenda eskatu baitzion Osasun Ministerioari. Bukatzeko, ALDI supermerkatu-katea aipatu beharko litzateke, Alemanian dituen ehunka filialetan arrautzen salmenta debekatzeko erabakia iragarri baitzuen.

Azterketa kualitatiboari dagokionez, neutroak edo positiboak, ere, dira Bizkaiko enpresan aurkitutako arrautza likidoa immobilizatzeari buruzko informazio guztiak. Ez da aurkitu informazio negatibo bakar bat ere, intsektizida hori kontsumitzeak osasunerako ekar ditzakeen ondorio negatiboak gorabehera; atzerriko egunkarietan, ordea, bai agertu dira informazio negatiboak. Hona, aztertutako informazioetan gehien errepikatzen diren hitzak: segurtasuna bermatuta, kontrolak, sorta kutsatu gabe eta kontsumoa baimenduta. Belgikan kutsatutako arrautzak detektatu izanaren inguruko informazioetako hitzak, ordea, bestelakoak dira: iruzurra, toxikotasuna, merkatutik kentzea, komunikazio- eta gardentasun-eza, errudunei espedientea egiteko eskakizuna.

Adierazpen horietako protagonisten % 40 Eusko Jaurlaritzak eta Osasun Ministerioak dira, eta % 50, AECOSAN; gainerako %10a, kopurua txikia izanik ere, garrantzia handikoa izan zen krisia sortu ondoko hasierako egunetan, herrialde batzuek beste batzuei leporatu zietenak errua, gobernuen bidez ("Alemania acusa a Bélgica y Holanda de falta de transparencia en la `crisis de los huevos`", ABCn argitaratu zen, 2017/08/19an).

Esan daiteke, beraz, informazioen % 85 tonu neutrokoak direla (Zer da Fipronil?, *El Mundo*, 2017/08/22), eta % 10, tonu positibokoak ("El País Vasco libera una partida de 20 toneladas de huevo líquido pasteurizado por no presentar restos de Fipronil", *ABC*, 2017/08/22). Informazio negatiboen % 5ak arrautzaren krisiari buruzko albisteak Belgikan, Holandan eta Alemanian dute hizpide, eta herrialde horietan egindako kudeaketa okerra (Espainian ez bezala) islatzen dute, baita gardentasun-eza ere ("Bélgica señala que Países Bajos detectó fipronil en huevos en noviembre de 2016 y no lo comunicó"). Bukatzeko, Euskadiri dagokionez, arrautzen krisiari buruzko informazio guztien 9 positiboak dira, eta 6, neutroak.

6.3.- Komunikazio-estrategia

Gehien erabilitako iturriak zein izan ziren eta informazioen tonua azalduta, azpimarratu behar da bai Eusko Jaurlaritzak, bai Osasun Ministerioak zein AECOSANek komunikazio-politika integrala eraman zutela, komunikazio proaktiboa lehenetsita, eta ez erreaktiboa. Izan ere, izenburu, azpiizenburu eta leadak aztertuta, komunikazio mota horren premisak betetzen direla ondorioztatzen da: krisiari heltzea hasiera-hasieratik; isilik ez geratzea; erantzukizuna ez ukatzea; egia esatea beti; gatazka erantzukizunetik kudeatzea. AECOSANek, Osasun Ministerioak, Eusko Jaurlaritzak eta Nekazaritza Ministerioak krisia hedabideetara iritsi eta berehala bidali zituzten prentsa-oharrak egoera azaltzeko, eta, horri esker, hedabide guztien iturria izan ziren. Hona, horren erakusgarri, izenburu hauek: "Las 20 toneladas de huevo líquido inmovilizadas en Bizkaia se pueden consumir"; "Sanidad asegura que no se han distribuido huevos contaminados en España"; "La partida de huevos inmovilizada en Bizkaia no estaba contaminada con fipronil"; "Sanidad asegura que no se han distribuido huevos contaminados en España"; "Bélgica tenía conocimiento de los

huevos contaminados desde junio”; “Los huevos Eusko Label, *garantía de seguridad*”; “Europa autoriza a consumir las 22.000 unidades de huevo líquido interceptadas en Bizkaia”; “La Comisión Europea convocará una reunión por la crisis de los huevos contaminados”; “Bruselas asume que hay que mejorar la seguridad alimentaria”.

AECOSANen gardentasun-politika koherentea da herritarren eta, hortaz, kontsumitzen ditugun elikagaien segurtasunaz arduratzen diren gainerako erakunde publikoenarekin. Prentsa-oharren bidez igorritako zein webgune korporatiboetan iraulitako mezuen argitasunari esker, egunero jasotzen zuten herritarrek auziaren berri, eta, gainera, ziur-ziur zeuden produktu segurua kontsumitzen ari zirela, kalitate-kontrolek ez baitzuten huts egin gure herrialdean, Alemanian eta Belgikan ez bezala. Ekintza horiek lagungarriak dira erakunde horien irudia sendotuta atera dadin eta herritarrek jakin dezaten nola funtzionatzen duten kontrolek, hala nola Informazioa Laster Trukatzeako Sistema Koordinatuak (SCIRI), Kontsumo, Elikadura Segurtasun eta Nutrizioko Agentzia Espainiarraren (AECOSAN) bitartez; egunero argitaratzen ditu albisteak webgunean, eta merkatutik kendutako produktuen zerrenda jaso hilero.

Ikertutako titular batzuk:



11. irudia



12. irudia



13. irudia



14. irudia



15. irudia



16. irudia

7.- KONKLUSIOAK

1.- Beste elikadura-krisi batzuetan ez bezala, hala nola European izandako pepinoen krisian, erantzukizunez kudeatu da, hasiera-hasieratik, arrautzarena, komunikazioaren ikuspuntutik. Informazio instituzionala herritarren eskura egon da, hasiera-hasieratik eta egunez egun, eta horrek gardentasuna eman dio prozesu osoari.

2.- Komunikazio-politika proaktiboa *garatu* da kanpo-hedabideekin, gaian adituenak diren erakundeetatik zetorren informazioa erabili baita auziaren berri emateko: Osasunaren Mundu Erakundea, AECOSAN, Espainiako Gobernuko elikadura- eta osasun- ministerioak eta Eusko Jaurlaritzako elikadura- eta osasun-kontseilariak.

3.- Krisi-ostearen kudeaketa bikainak elikagaiak kontrolatzeaz arduratzen diren erakundeen irudia sendotzea ekarri du. 360 graduako komunikazio-estrategia abiatu izanaren emaitza da goiko guztia. Izan ere, protagonista guztiek norabide berarantz arraun egin dute, batera, mezu bakarra (kontrola eta gardentasuna) helarazita eta erakunde nagusiekin koordinatuta.

BIBLIOGRAFIA

ALCOCEBA Jose Antonio. Análisis de las notas de prensa institucionales y su visibilidad en la prensa. En *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, Páginas 354 a 367, recuperado el 15 de octubre de 2011, de http://www.revistalatinacs.org/10/art2/905_Complutense/27_Alcoceba.html DOI: 10.4185/RLCS-65-2010-905-354-367.

BLACK, Sam. *“Las Relaciones Públicas. Un factor clave de gestión”*. Barcelona, Editorial hispano europea.

BONILLA Carlos. Investigando la comunicación en crisis. Coord Octavio Islas y Gabriela Hernández. México. Razón y Palabra. 2013.

COSTA Joan. *Imagen corporativa del siglo XXI*. Buenos Aires, La Crujía ediciones. 2001

CUTLI, S. y CENTER, A. *Relaciones Públicas Efectivas*. Barcelona, Gestión 2000. 2001

FINK, S. . Crisis management; planning for the inevitable, USA, Backinprint.com. 2000

- FITA, Jaume. *Comunicación en programas de crisis*. Barcelona. Gestión 2000. 1999
- GONZÁLEZ HERRERO Antonio. *Marketing preventivo: la comunicación de crisis en la empresa*, Barcelona, Comunicación Bosh. 1998
- LAGADEC, Patrick. *La Gestión de Crisis*, París, McGraw-Hill. 1991
- MITROFF, I., y PEARSON. *Cómo gestionar una crisis*. Barcelona. Gestión 2000. 1995
- RODRÍGUEZ GONZÁLEZ MM (2004): *Cómo afrontar la comunicación en una situación de crisis motivada por el rechazo ciudadano: Caso Boroa*. En revista Zer, N° 17.
- RODRÍGUEZ R, SÁDABA Teresa. *Periodistas ante conflictos*. Pamplona: Eunsa.1999
- PIÑUEL Juan Luís. *La comunicación corporativa de gestión de crisis*, Comunicación y Psicotécnica, España, Universidad Complutense, 1998.
- WESTPHALEN Marie Helène. y PIÑUEL Juan Luís. *En la dirección de la comunicación*, España, Ediciones Prado. 1993.
- XIFRA Jordi: *Comunicación proactiva. La gestión de conflictos potenciales en las organizaciones*. Barcelona: Gedisa. 2009.