

Una temática de peso: el tratamiento de la obesidad en los periódicos brasileños

Carolina Menezes Ferreira, Investigadora del Programa de Pos Grado en Información y Comunicación en Salud (PGICS /Fiocruz - Brasil), carolmefe@gmail.com

Valdir de Castro Oliveira - Profesor del PPGICS, valdirco@yahoo.com.br; José Luis Terrón Blanco - InCom - UAB (España), joseluis.terron@uab.cat

Resumen: En Brasil están aumentando el número de noticias sobre la obesidad, lo que se debe, en parte, a que hay un creciente interés del público por "consumir" estas informaciones con el fin, por un lado, de reducir el riesgo a padecer enfermedades y, por tanto, de promover la salud y el bienestar y, por otro, por una creciente preocupación por la imagen corporal. **Objetivo:** determinar cómo se trata el tema de la obesidad en los dos periódicos con más circulación de Brasil: *O Globo*, de Río de Janeiro y *Folha de S. Paulo*, de São Paulo. **Método:** utilizamos el método de análisis de contenido y la revisión bibliográfica. En relación al análisis de contenido debemos señalar que en ambos periódicos se seleccionaron y analizaron los artículos publicados sobre la obesidad en el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de junio de 2013, para lo cual se utilizaron los buscadores electrónicos disponibles en las versiones digitales de los periódicos. Las palabras clave empleadas fueron obesidad, grasa y sobrepeso (palabras usadas por la OMS para definir la obesidad). De los materiales recuperados sólo se han tenido en cuenta los que guardaban una relación directa con el tema. Respecto a la revisión bibliográfica hemos de decir que nos centramos en aquellas investigaciones que con anterioridad habían tratado el tema de la obesidad en los medios brasileños y habían usado el análisis de contenido como metodología. **Resultados:** se

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

encontraron 170 piezas en relación al objeto de estudio, 94 (55,2%) en *Folha de S. Paulo*, con un promedio mensual de 15 informaciones, y 76 (44,8%) en *O Globo*, lo que supone un promedio de 12 informaciones al mes. Cabe destacar que 21 piezas aparecían en las portadas de los periódicos (el 6,5% sobre el total); en la *Folha de S. Paulo* en 12 casos (12,7% sobre el total de piezas, de las que cinco fueron publicadas en el mes de marzo, el mes con más portadas, 41,7%) y en *O Globo* en 9 (11,8%, de las que 4 piezas fueron publicadas en el mes de junio, en este caso el mes con más portadas). Por otro lado, *O Globo* publicó las informaciones en los suplementos *Saúde y Ciências* (ambos con un 44,4% de las piezas) y el sabatino *Formou* (11,2% de las piezas), mientras que *Folha de S. Paulo* lo hizo en *Equilíbrio* (50% de las piezas), *Saúde + Ciência* (25% de las piezas), *Ilustrada* (8,3% de las piezas), *Cotidiano* (8,3% de las piezas) y el sabatino dirigido a los niños “*Folhinha*” (con el 8,4% de las piezas). En cuanto a los contenidos de las informaciones, cabe destacar que *Folha de S. Paulo* realiza un tratamiento más científico, abordando la obesidad como un riesgo de enfermedad y usando como fuentes a revistas científicas internacionales y a expertos; *O Globo*, en cambio, relaciona más la obesidad con la imagen corporal. En otro orden de cosas, la revisión bibliográfica nos ha permitido comparar nuestros resultados con otros obtenidos con anterioridad y, así, comprobar que en la actualidad se publican más notas sobre la obesidad.

Conclusiones: Con independencia de la región o diario, vemos como la obesidad se trata cada vez con mayor frecuencia en los periódicos brasileños. No obstante, encontramos una gran diferencia en el tratamiento de la misma, con un enfoque desde la salud en la *Folha de S. Paulo* y otro desde la imagen corporal en *O Globo*, adaptándolo cada diario a lo que presuponen que su audiencia quiere leer; por último, destacar como *Folha de S. Paulo* también se dirige a los niños cuando informa sobre la obesidad.

Palabras Clave: comunicación; salud; periódicos; obesidad; nutrición, imagen corporal; Brasil.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

1. Introducción

En un contexto de turbulencias económicas, políticas y sociales hay un hecho incuestionable: Brasil ha cambiado en los últimos cincuenta años. Para lo cual, han contribuído factores externos (en un mundo cada vez más globalizado y urbano) e internos (desarrollo de circunstancias y procesos históricos y culturales propios) (Filho & Rissin, 2003).

Entre los cambios que han ocurrido cabe señalar algunos que guardan una evidente relación con el proceso de la salud-enfermedad: (i) una rápida transición demográfica (de una población principalmente rural a la condición actual de un país urbano, la reducción en las tasas de natalidad y una mayor esperanza de vida); (ii) el cambio en la estructura de las ocupaciones y de los puestos de trabajo (incremento de la actividad centrada en el sector secundario y, especialmente, en el sector terciario de la economía); (iii) la mejora en el acceso y en la cobertura de la salud; (iv) el desarrollo y la mejora de las condiciones de saneamiento; y (v), el acceso a los medios de comunicación y de información.

En conjunto son transformaciones cruciales en la generación de ingresos, en la configuración de estilos de vida y, específicamente, en las demandas nutricionales y, por tanto, razones subyacentes que debemos considerar para la comprensión del escenario epidemiológico de los problemas alimentarios y nutricionales de Brasil (Filho & Rissin, 2003).

La transición nutricional es un fenómeno por el cual hay una inversión en los patrones de distribución de los problemas nutricionales de una población en un tiempo dado. En este caso, surge la obesidad, mientras que disminuye la aparición de la desnutrición (Filho & Rissin, 2003).

Desde el punto de vista nutricional, este proceso se caracteriza por un aumento en el consumo de alimentos procesados, fuente de grasas, sal y azúcares, en detrimento de una alimentación que se basa en la ingesta de frutas, legumbres y verduras, a la vez que disminuye el ejercicio físico y aumenta el sedentarismo (Ferreira, 2006).

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Así, con esta transición nutricional, se observa el aumento de la incidencia y la prevalencia de obesidad en todo el mundo. Obesidad, palabra que deriva del latín, *obesitas*, que significa exceso de grasa. Se trata de un fenómeno multifactorial cuyo origen involucra componentes genéticos, endocrínicos, metabólicos, conductuales, psicológicos y sociales, que culminan con un balance energético positivo, resultante del consumo excesivo de energía, asociado o no a la vida sedentaria.

La obesidad viene definida por el Índice de Masa Corporal (IMC), que surge de la relación entre el peso y la altura al cuadrado. Valores superiores a 25 kg/m² clasifican a los individuos con sobrepeso y por encima de 30 kg/m² como obesos.

Esta acumulación excesiva de grasa es un factor de riesgo para el desarrollo de Enfermedades Crónicas no Transmisibles (ECNT), tales como diabetes, hipertensión arterial, dislipidemias, cáncer, entre otras.

Afecta a diferentes niveles económicos, clases sociales y grupos de edad. La Organización Mundial de Salud (OMS) predijo que en el año 2005 el mundo tendría 1,6 billones de personas de más de 15 años de edad con sobrepeso (IMC \geq 25 kg/m²) y 400 millones de personas obesas (IMC \geq 30 kg/m²). La proyección para 2015 es aún más pesimista: 2,3 billones de personas con sobrepeso y 700 millones de obesas. Lo que indica un aumento del 75% en la incidencia de la obesidad en 10 años (Vigitel, 2009). Brasil ocupa en la clasificación de OMS la 77ª posición entre todos los países del mundo, mientras que Estados Unidos ocupa la quinta posición (Vigitel, 2009). Cuando se contempla a los países de América del Sur vemos que Chile es el país con más obesos (25.1%), seguido por Paraguay (22,8%), Argentina (20,5%), Uruguay (19,9%) y Brasil (17,9%) (Vigitel, 2015).

En Brasil, el 52.5% de la población adulta tiene sobrepeso y el 17,9% es obesa (Vigitel, 2015). La investigación de Vigitel¹, realizada en adultos de las capitales de los 26 estados brasileños y del Distrito Federal, indica un aumento en la frecuencia de sobrepeso y obesidad en la población brasileña. Entre 2006 y

¹ Vigitel es una investigación del Ministerio de la Salud de Brasil cuyo objetivo es monitorear lo comportamiento del riesgo y protección a las ECNT en todas las ciudades de Brasil.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

2011 se dio un incremento del sobrepeso (del 43% al 49%), siendo mayor entre los hombres (51%) en relación a las mujeres (42.3%) y, a la vez, hubo un incremento en la obesidad (se pasa del 11% al 16%; entre las mujeres se llega al 18.2% y entre los hombres a un 17,6%). En definitiva, los hombres presentan más sobrepeso y las mujeres son más obesas.

Un tema con tanta relevancia, la obesidad, ha sido tratado y difundido por profesionales de la salud (médicos, psicólogos, nutricionistas, enfermeras, educadores físicos, entre otros), las autoridades gubernamentales y los medios de comunicación. En paralelo, hay un interés creciente de los ciudadanos por las informaciones que tratan sobre la obesidad, que persigue reducir el riesgo a contraer enfermedades y promover, por tanto, la salud y el bienestar (Santos & Filho, 2002).

Al ciudadano se le informa constantemente sobre las causas y los factores de riesgo que influyen en el desarrollo de enfermedades (como la obesidad), sobre el consumo de alimentos que pueden ayudar a reducir estos riesgos (un tipo de factor de protección), sobre la práctica de ejercicios, etc. Estas informaciones afectan a cómo se puede especular con la vida cotidiana de las personas, la relación que mantienen con su cuerpo y las expectativas de vida que tienen (Bruno, 1992).

Las informaciones sobre temas relacionados con la salud pueden ser verificados con la observación de los relatos periodísticos, de los que hay una gran profusión en las páginas de revistas y de periódicos, en los programas de televisión y o en internet.

Entre los medios de comunicación que tratan la obesidad debemos, por tanto, considerar a los periódicos impresos, unos *dispositivos periodísticos* con especificidades que construyen los sentidos de sus discursos. O sea, están condicionados por patrones estructurales, culturales, sociales y económicos que determinan la producción de sentidos (Mouillaud, 2002).

2. Objetivos, muestra y metodología.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Esta investigación pretende determinar cómo se trata el tema de la obesidad en los periódicos de más circulación en Brasil: *O Globo*, de Río de Janeiro y *Folha de S. Paulo*, de São Paulo.

Para intentar comprender las formas en que los periódicos evaluados abordan la cuestión, esta investigación tiene como objetivos:

- verificar la cantidad de material sobre obesidad publicada en cada periódico y, en concreto, en sus portadas;
- identificar en qué secciones se insertan las piezas sobre la obesidad;
- analizar las características estructurales de las piezas;
- observar qué fuentes médicas se utilizan;
- detectar los sentidos construidos sobre la obesidad;
- verificar la cantidad de información que dedican al tema de obesidad infantil.

La muestra del estudio se obtuvo de la selección de los periódicos impresos de la colección del Observatorio de la Salud en los Medios de Comunicación del Laboratório de Comunicação y Salud (Laces/Icict/Fiocruz) (Fiocruz, 2013) entre los meses de enero y junio de 2013, y contempla un total de 181 ejemplares.

Los diarios analizados son de dos estados diferentes: *Folha de S. Paulo*, de São Paulo y *O Globo*, de Rio de Janeiro. Se eligieron periódicos de estados diferentes para ver si el tema de la obesidad se trataba de manera distinta teniendo en cuenta el contexto geográfico. Por otro lado, se tratan de dos diarios de referencia en Brasil.

El *Grupo Folha* es uno de los conglomerados de medios de comunicación más importantes en el país. Controla el periódico de mayor circulación y influencia (*Folha de S. Paulo*), la mayor compañía brasileña de contenidos para internet y servicios (*UOL*), la edición digital con más seguimiento (*Folha.com*) y la empresa de impresión más grande de Brasil (*Plural*), así como otros negocios (Folha de S.Paulo, 2014b).

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

El periódico *Folha de S. Paulo* cuenta con siete secciones diarios – *Poder* (política nacional), *Mundo* (eventos internacionales sociales y políticos), *Ciência*, *Mercado* (economía), *Cotidiano* (noticias locales), *Esporte* (deportes) e *Ilustrada* (cultura y ocio), además de siete suplementos semanales - *Folhinha* (para niños), *Tec* (tecnologías y redes sociales), *Equilíbrio* (salud y calidad de vida), *Turismo* (destinos de viajes nacionales e internacionales), *Ilustríssima* (arte, ciencia y humanidad), *Comida* (cultura gastronómica y consejos para cocinar) y *The New York Times* (*Folha de S. Paulo*, 2014b).

Tiene una media de 1.086.000 lectores, con una circulación de 319.351 ejemplares los días laborales y 344.636 los domingos. Su audiencia está en mayor proporción entre los hombres, con un 54%, el grupo de edad entre los 25 y los 44 años (43%) y las clases A (22% de los lectores) y B (61% de los lectores) (*Folha de S. Paulo*, 2014b). En 2012 *Folha* se convirtió en el primer periódico brasileño en adoptar un *paywall* para sus contenidos digitales.

Por su parte, el *Grupo Globo* es el conglomerado de medios de comunicación más grande de Brasil y de América Latina, con un posicionamiento relevante en todos los segmentos en los que actúa (*Globo Filmes*, *GloboSat*, *Infoglobo*, *Editora Globo*, *Som Livre* y *Globo Radio*). En periódicos, revistas, impresión y digital opera a través de *Infoglobo* y *Editora Globo*.

O Globo tiene actualmente los siguientes separatas: el primer cuaderno (contenidos sobre economía, política, ciencia, además de los hechos principales de Río y del mundo), el segundo (lanzamientos, estrenos y noticias de los mejores en la zona de ocio), *Caderno de Deportes*, *Río Show* (programa cultural y gastronómico carioca), *Revista O Globo* (personalidades, moda, estilo de vida), *Revista de la TV* (noticias y programación de los canales abiertos y por suscripción), *Prosa y Verso* (literatura), *Boa Viagem* (viajes), *Ela* (noticias y tendencias), *Boa Chance* (tendencia en el mercado laboral, oportunidades de empleo, clasificados y columnas) y *Morar Bem* (*O Globo*, 2013).

O Globo tiene un promedio 882 mil lectores diarios, con una difusión de 178.828 ejemplares los días de diario y 259.521 los domingos. La mayor parte

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

de sus lectores se concentran en las clases B (55%) y C (28%). Los hombres representan el 51% de su audiencia, y el grupo de edad de 60 años o más tiene la mayor proporción de lectores (24%) (Infoglobo, 2015).

Folha es el primer periódico brasileño a utilizar *paywall* para contenidos digitales. En junio de 2012, Folha presentó 26% de firmas a más que el periódico O Globo en sus versiones digitales (Folha de S.Paulo, 2014a).

En febrero de 2013 según datos del Instituto Verificador de Comunicación (IVC), Folha presentó una circulación digital promedio diaria de 117.7 mil y O Globo, en este mismo periodo, un promedio de 93,7 mil (Folha de S.Paulo, 2014a).

De echo, Folha tiene 24% a más de audiencia en la versión digital que el según colocado, O Globo. Actualmente, como apunta IVC, Folha tiene 43.1% de su circulación en la versión digital, presentando la mayor proporción entre los cinco periódicos más leídos en Brasil (Folha de S.Paulo, 2014b).

Se tratan, en definitiva, de diarios con un gran penetración e influencia en el panorama mediático brasileño.

La selección de las informaciones se hizo cotejando las versiones digitales de los periódicos, mediante las palabras clave que utiliza la OMS para referirse a la obesidad: sobrepeso, grasa y obesidad.

Una vez extrída la selección del material para analizar se realizó un análisis de contenido que, recordemos, es un método que culmina en las descripciones numéricas de algunas de las características del corpus de texto con la representación de los resultados en tablas y gráficos.

Para averiguar qué sentidos subyacentes sobre la obesidad podíamos encontrar en el material seleccionado nos basamos en los criterios y premisas preestablecidos por Boreo (2007), Carvalho (2007) y Figueiro (2009):

- *Caracterización de la obesidad y obeso*: identificación de los temas relativos a conceptos y definiciones (obesidad, obesidad como un mal en sí mismo, obesidad y el sobrepeso); causas y consecuencias de la obesidad (emocional, social, económico, cultural y biológica); comportamiento del obeso; características epidemiológicas de la

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

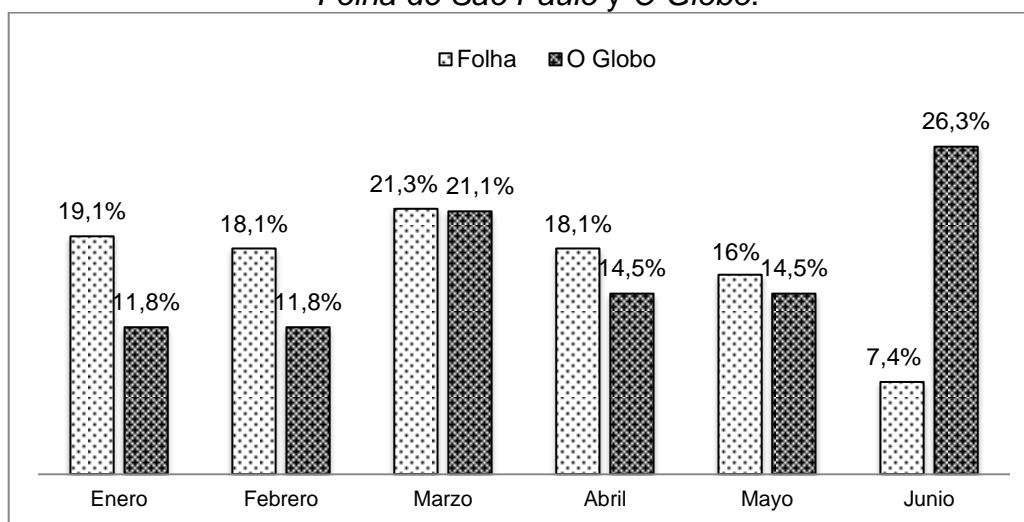
obesidad y prevención y reducción del riesgo y la lucha contra la obesidad.

- *Credibilidad* de fuentes más usadas por los periódicos: qué dicen acerca de obesidad y lo que esto significa.

3. Resultados.

El número total de informaciones sobre la obesidad fue de 170. *Folha* presenta un total de 94 (55,2%) y *O Globo* incluye 76 (44,8%). El promedio mensual en *Folha* fue de 15; el mes que más insertó (20 piezas) fue marzo (el 21,3% de la informaciones). Por su parte, el promedio mensual de *O Globo* fue 12 informaciones, con una mayor proporción en junio (20 piezas o el 26,3% sobre el total) -GRÁFICO 1-.

GRÁFICO 1: Cantidad de informaciones acerca de la obesidad, por mes, en *Folha de São Paulo* y *O Globo*.



Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, la frecuencia de publicaciones sobre obesidad predominó para *Folha* el martes (22,3%), seguido del lunes (19,2%), el domingo (17%), el miércoles (14,9%), el sábado (13,8%), el jueves y el viernes (ambos con un 6,4%) -GRÁFICO 2-.

En *O Globo* se concentran más de la mitad de sus publicaciones el domingo (54%), seguido por el sábado (17,1%), el jueves (11,8%), el martes (6,5%), el lunes y el miércoles (ambos con un 4%) y, por último, el viernes (con el 2,6%) -

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

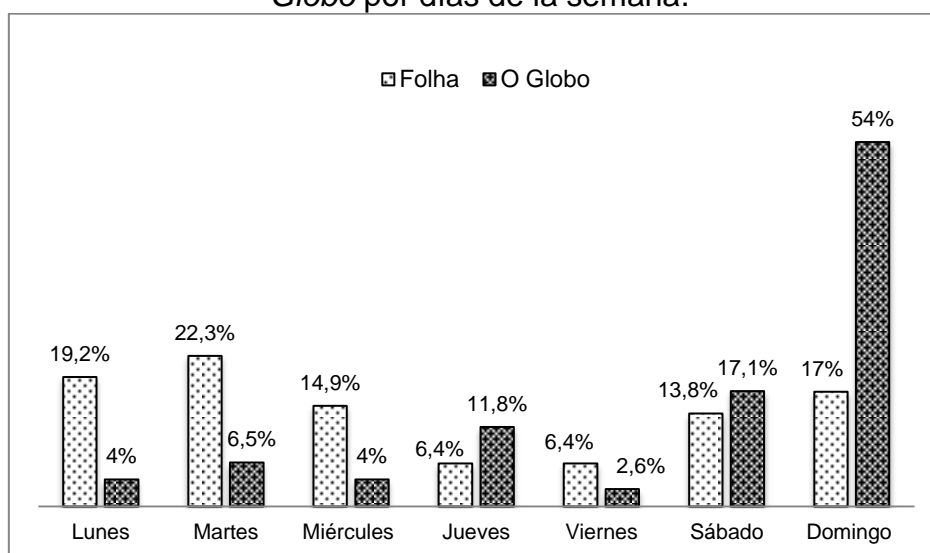
Universidad de La Laguna – abril de 2016

GRÁFICO 2.-

La mayoría de los contenidos de *O Globo* se concentraron los domingos, y en un 58.5% en la sección *Saúde*, en un 15% en la *Revista O Globo* y en un 12,2% en el *Jornal de Bairro*.

Cabe destacar que 21 piezas aparecían en las portadas de los periódicos (el 6,5% sobre el total). En la *Folha de S. Paulo* en 12 casos (12,7% sobre el total de piezas del diario, de las que cinco fueron publicadas en el mes de marzo, el mes con más portadas, 41,7%). Se insertaron en los suplementos *Equilíbrio* (50% de las piezas), *Saúde + Ciência* (25% de las piezas), *Ilustrada* (8,3% de las piezas), *Cotidiano* (8,3% de las piezas) y el sabatino dirigido a los niños “*Folhinha*” (con el 8,4% de las piezas) -GRÁFICOS 3 y 4-.

GRÁFICO 2: Informaciones acerca de la obesidad en *Folha de S. Paulo* y *O Globo* por días de la semana.



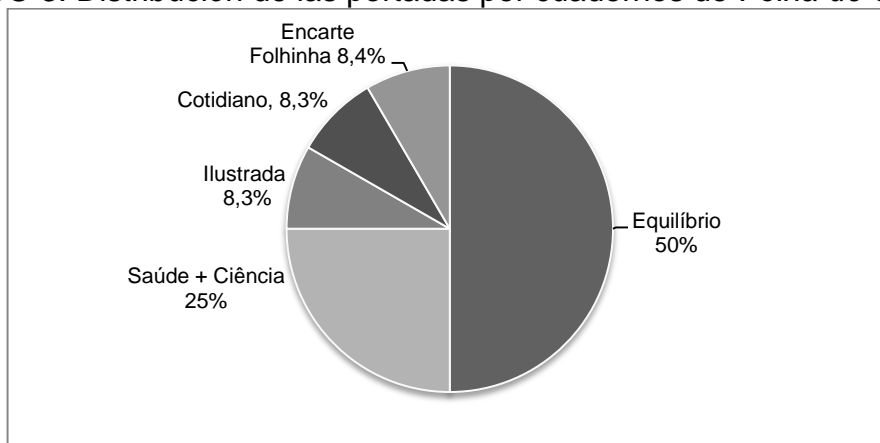
Fuente: Elaboración propia.

O Globo presentó 9 ‘portadas’ (11,8% sobre el total de piezas del diario, de las que 4 piezas fueron publicadas en el mes de junio, en este caso el mes con más portadas), insertadas en los suplementos *Saúde y Ciências* (ambos con un 44,4% de las piezas) y el sabatino *Formou* (11,2% de las piezas) -GRÁFICO 4 y 5-.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

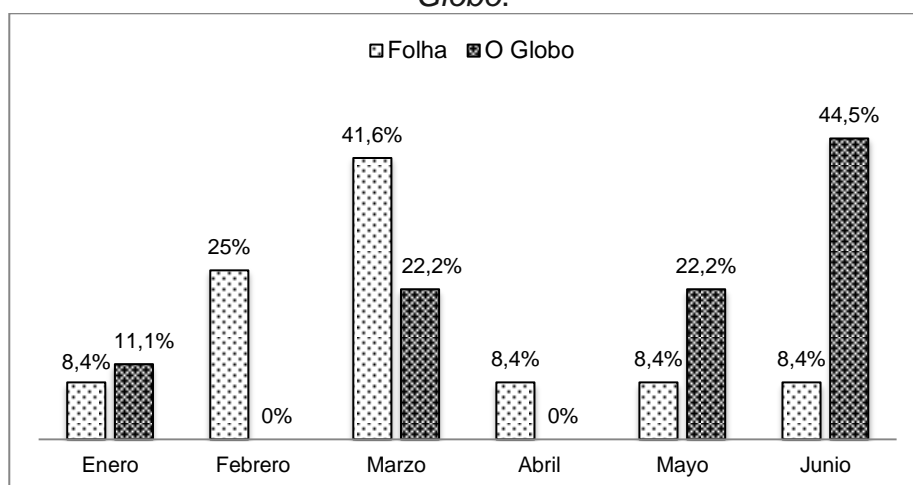
GRÁFICO 3: Distribución de las portadas por cuadernos de *Folha de S. Paulo*.



Fuente: Elaboración propia.

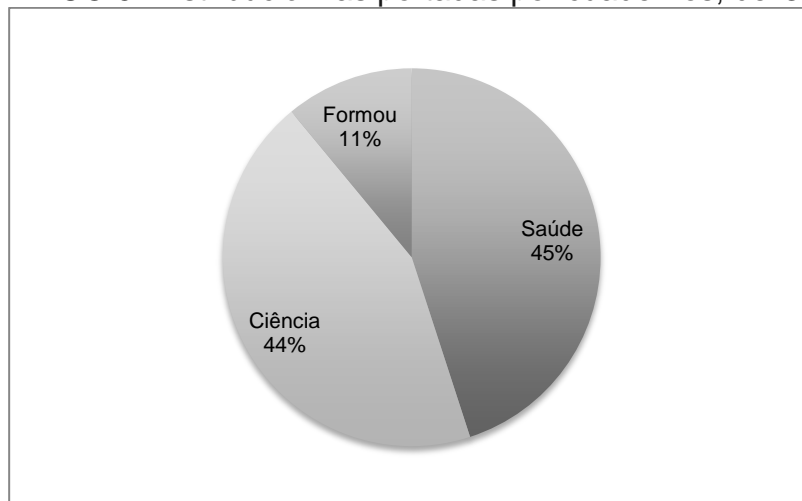
Si miramos el conjunto de las piezas examinadas en los dos diarios (recordemos que son 170), la mayor parte de las mismas se insertan en las secciones de *Saúde + Ciência* de la *Folha* (38,3%) y *Saúde* (32,9%) y *Ciência* (11,8%) del *O Globo*.

GRÁFICO 4: Distribución mensual de las portadas de *Folha de S. Paulo* y de *O Globo*.



Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 5: Distribución las portadas por cuadernos, de *O Globo*.



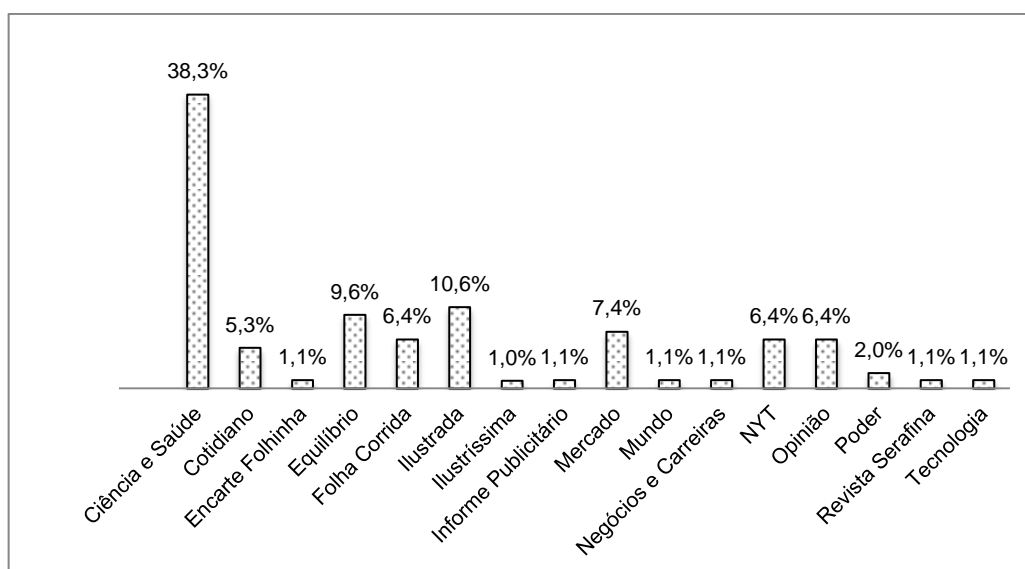
Fuente: Elaboración propia.

Al examinar por separado las secciones de los periódicos, se observa que en *Folha* la mayor parte de las piezas las encontramos en *Saúde + Ciência* (38.3%), seguida por *Ilustrada* (10.6%), *Equilíbrio* (9,6%), *Folha Corrida* (6,4%) y *Cotidiano* (5,3%) -GRÁFICO 6-. En relación a *O Globo*, vemos que la mayor parte de los textos se incluyen en *Saúde* (32.9%), seguido por *Ciência* (11.8%), *Rio* (10.5%) y el suplemento *Jornal de Bairro* (9.2%) -GRÁFICO 7-.

GRÁFICO 6: Informaciones acerca de la obesidad, por secciones, de *Folha de S. Paulo*.

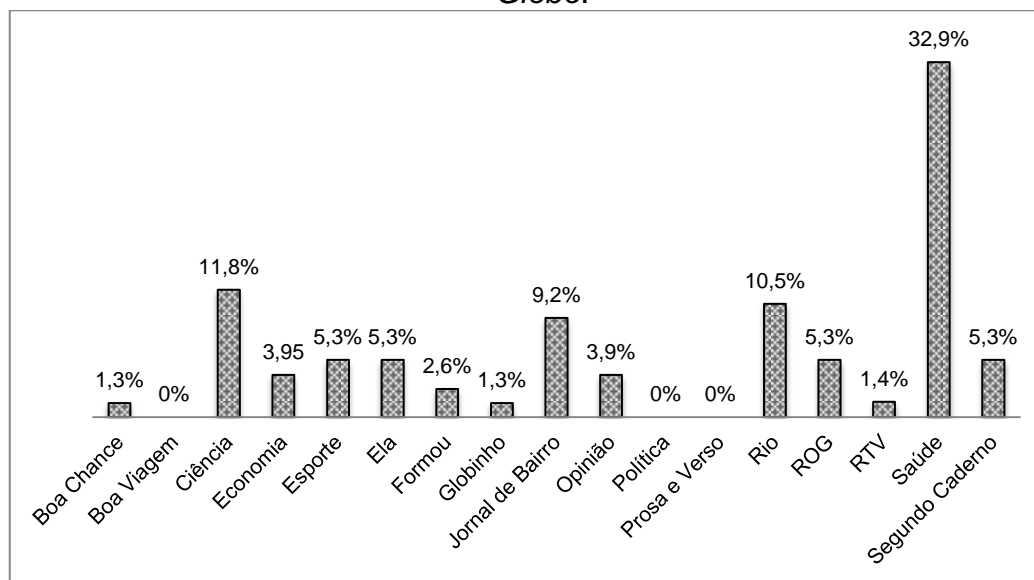
La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016



Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 7: Informaciones acerca de la obesidad, por secciones, de *O Globo*.



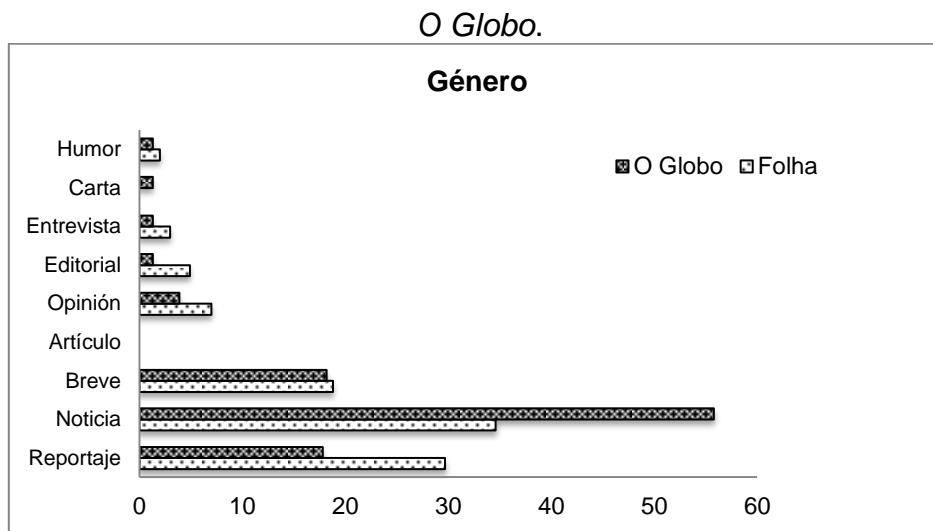
Fuente: Elaboración propia.

En relación a los géneros periodísticos, vemos que en *Folha* prevalecen las noticias (37,2%), seguidas por los reportajes (23%) y breves (15,9%). En el *O Globo* la mayoría de las informaciones se insertan como noticias (56,5%), reportajes (10,5%) y breves (13,1%) -GRÁFICO 8-.

GRÁFICO 8: El género más frecuente en los periódicos *Folha de São Paulo* y *Segundo Caderno*.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

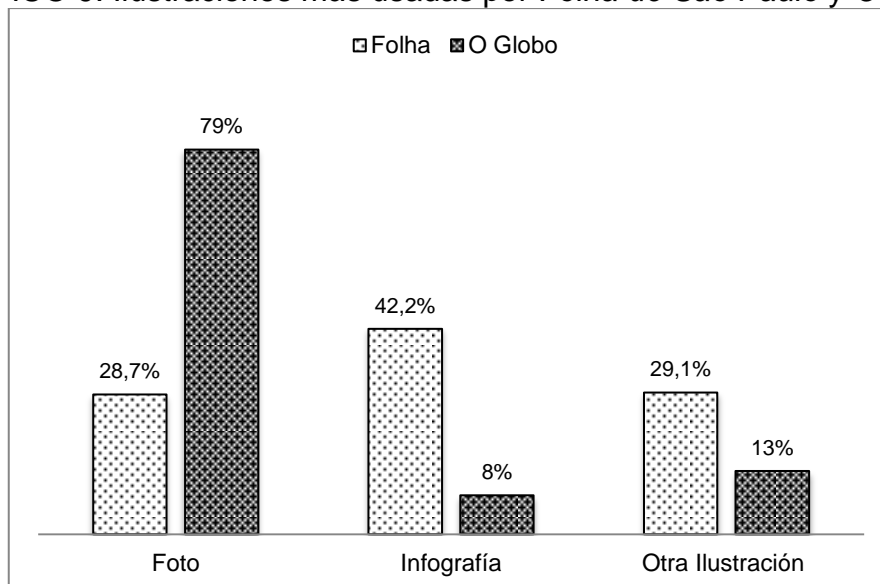
Universidad de La Laguna – abril de 2016



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a las ilustraciones que inserta *Folha*, estas aparecen en el 76% de las informaciones analizadas y destacamos que el 28.7% se correspondieron con infografías y el 42.4% con fotografías. En *O Globo* están presentes en el 81.5% de las piezas examinadas del periódico y sobresale la inserción de fotografías (en el 79% de los casos) –GRÁFICO 9-.

GRÁFICO 9: Ilustraciones más usadas por *Folha de São Paulo* y *O Globo*.



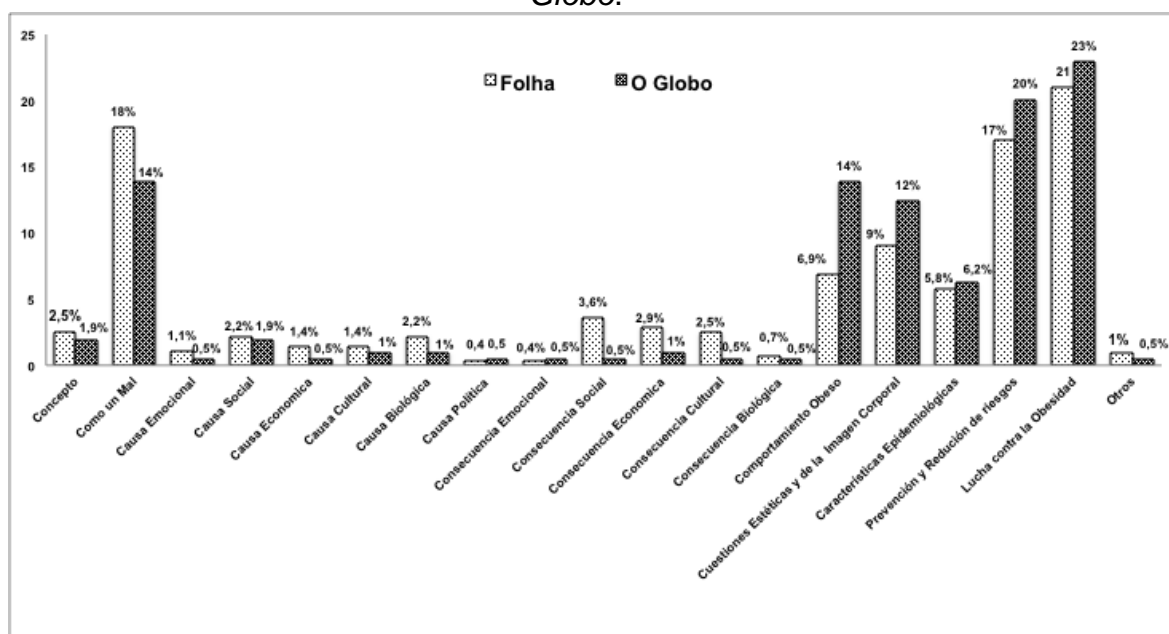
Fuente: Elaboración propia.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

En relación a los sentidos sobre la obesidad subyacente en los dos periódicos –GRÁFICO 10-, podemos observar que de manera conjunta prevalece, en un 22% de los casos, los contenidos que se refieren a la importancia de combatir la obesidad, en un 18% a la necesidad de la prevención y reducción de riesgos y en un 16% se trata el tema como un mal. Es decir, en el 56% de los contenidos examinados se incidía en la prevención, así como en las consecuencias y daños para la salud que conlleva el sobrepeso.

GRÁFICO 10: Los sentidos acerca de la obesidad en *Folha de S. Paulo* y *O Globo*.



Fuente: Elaboración propia.

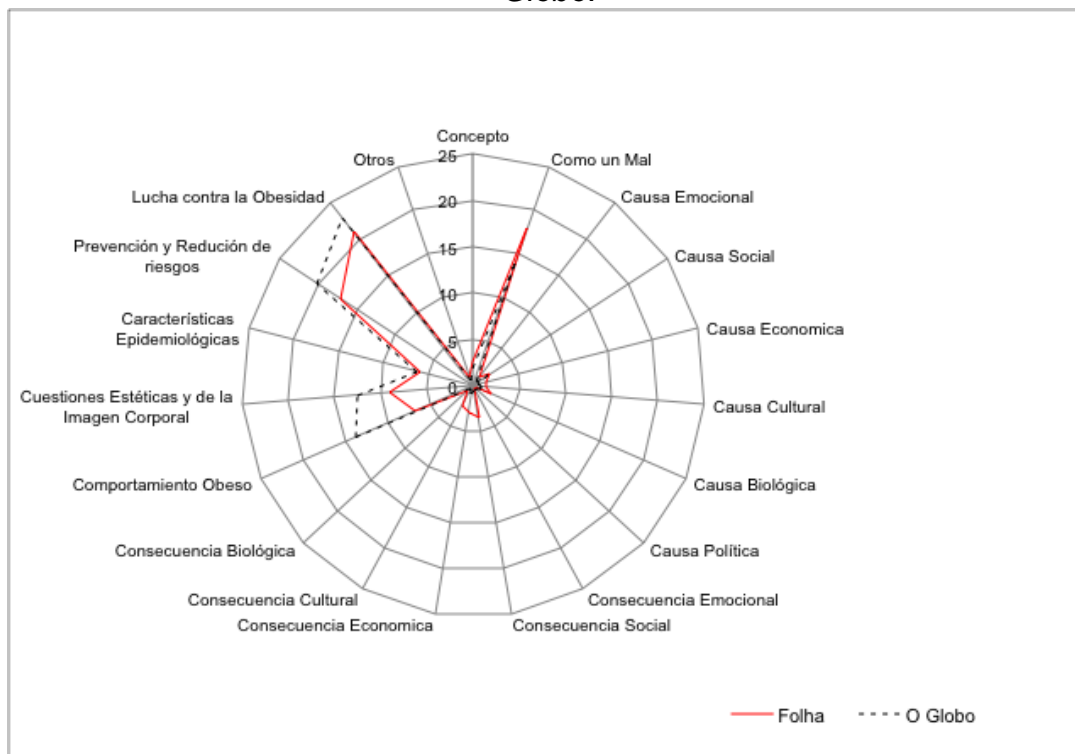
En definitiva, la obesidad fue retratada, prioritariamente, como un factor de riesgo y como una dolencia a combatir. En una primera instancia, podríamos decir que los periódicos proporcionaron al lector las informaciones necesarias para que pudieran cambiar sus hábitos cotidianos, o sea, sus estilos de vida, y hacerlos más saludables -GRÁFICO 11-.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Por otro lado, debemos constatar que los enfoques sobre la imagen corporal y la estética (11%), el comportamiento del obeso (10%) y las características epidemiológicas (6%) también tienen relevancia en ambos periódicos - GRÁFICO 11-.

GRÁFICO 11: Los sentidos acerca de la obesidad en *Folha de S. Paulo* y *O Globo*.



Fuente: Elaboración propia.

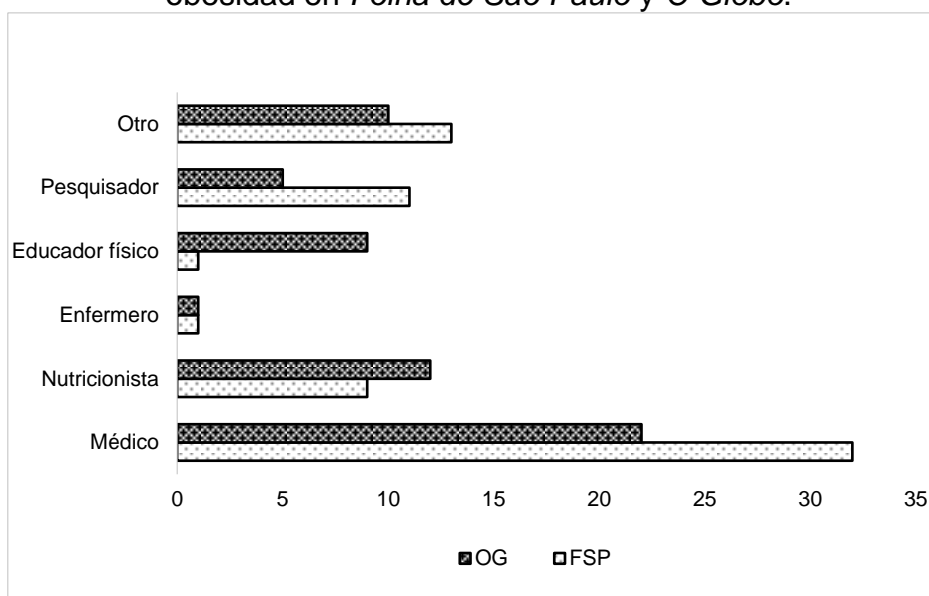
Analizando las piezas, vemos que, sumando los resultados de ambos diarios, 127 profesionales de la salud (en el 74.7% de las piezas) aparecen como fuentes o expertos. En *Folha*, de los 71.2%, profesionales de la salud identificados, la voz de los médicos (47,7% de los casos) fue la de mayor

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

recurrencia para legitimar el discurso informativo, seguida por la de los nutricionistas (13.5%) y la de los investigadores (16.5%). Mientras que en *O Globo* aparecen en primer lugar los médicos (36,6%), tras los cuales debemos tener en cuenta a los nutricionistas (20%) y a los educadores físicos (15%) - GRÁFICO 12-.

GRÁFICO 12: Profesional de la salud presentes en los discursos acerca de la obesidad en *Folha de São Paulo* y *O Globo*.



Fuente: Elaboración propia.

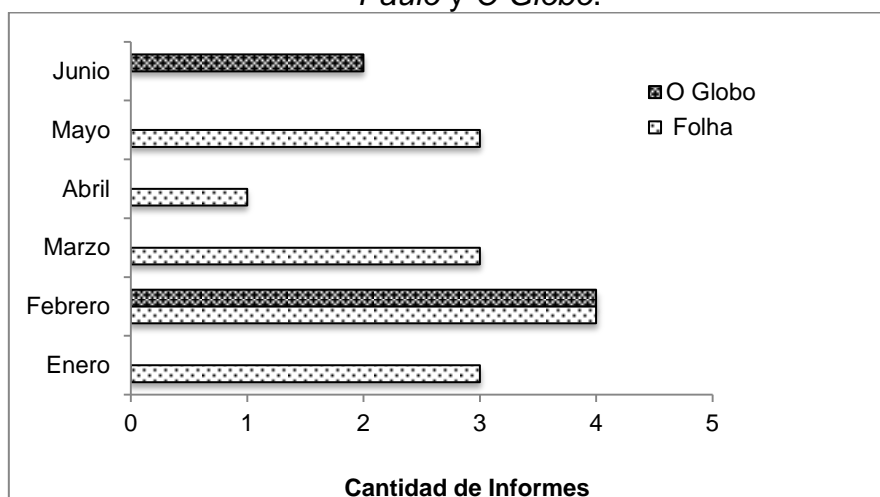
Por otro lado, si deparamos en la cantidad de informaciones que tratan sobre la obesidad infantil, de un total de 20 piezas publicados en los seis meses estudiados en los dos periódicos (11.7% del total de las informaciones y siendo en ambos casos febrero el mes con más inserciones –*O Globo* solo incluye piezas en febrero y en junio; en *Folha* hay una mayor distribución a lo largo de los meses--) -GRÁFICO 13-, *Folha* incluyó un total de 14 piezas (70% del total), distribuidas entre las secciones *Saúde + Ciência* (8 informaciones -58%

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

del total-), *Mercado*, *Opinião*, *Ilustrada*, *Cotidiano Infome Publicitário* y *Suplemento Folhinha* (1 información en cada una de ellas). Mientras que en *O Globo* se han insertado 6 piezas (30% del total de los diarios), que aparecen en las secciones *Rio* (3), *Opinião*, *Ciencia* y *Globinho* (1 en cada una de ellas).

GRÁFICO 13: Informaciones acerca de la obesidad infantil en *Folha de S. Paulo* y *O Globo*.



Fuente: Elaboración propia.

4. Discusión.

Comparando los resultados entre los dos periódicos, se evidencia una mayor proporción de contenidos en torno a la obesidad en *Folha* (55.2%) respecto a los que aparecen en *O Globo* (44.8%). En el semestre que comprende este estudio se encontraron en total 170 informaciones. Si comparamos nuestros resultados con los de Figueiredo (2009), podemos aventurar que los medios tratan con más frecuencia el tema de La obesidad. Recordemos que Figueiredo (2009) estudió el diario *Folha de S. Paulo*, entre 1998 y 2008, detectando 305 artículos que trataban sobre la obesidad; nosotros hemos encontrado 94 en

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

seis meses.

Consideamos que este aumento viene dado por un aumento en la preocupación de las personas por su salud, bienestar e imagen física. La obesidad es más que sobrepeso y medicina. También involucra aspectos relacionados con la alimentación, el comportamiento, la percepción y la imagen corporal. En definitiva, lo que en nutrición se denomina un entorno obesogénico (Swinburn, Egger, & Raza, 1999).

En relación a la frecuencia de publicaciones respecto a los días de la semana, *Folha* presenta una distribución más equilibrada entre los días de la semana. Por su parte, *O Globo* insertó la mayoría de las informaciones los domingos, lo que puede deberse a que ese día los lectores son más proclives a leer contenidos menos relacionados con la actualidad política, además, existe el mito que las dietas de restricción alimentaria deben comenzarse el lunes.

En lo referente a su frecuencia si nos atenemos a los meses, se observa también un mayor equilibrio en la oferta informativa de *Folha*. Por su parte, *O Globo*, ofreció el 26.3% de los contenidos en junio. Con otras palabras, se trata de ofrecer contenidos relacionados con la estética y la imagen corporal. La mayor parte de los mismos los encontramos en el suplemento *Jornal do Bairro*. Pensamos que también guarda relación con la ciudad en el que se edita el diario Rio de Janeiro, en la que se da un mayor culto al cuerpo. El mismo *O Globo* señala que el 88% de sus lectores tiene interés en informaciones sobre salud, bienestar y calidad de vida y el 63% en cuestiones relacionadas con la belleza (O Globo, 2013).

“É comum a ideia de que a preocupação com a aparência e a juventude, que chega a ser uma obsessão nos dias de hoje, está cada vez mais disseminada em todas as classes, profissões e faixas etárias e que teria maior expressão aqui no Rio de Janeiro, em função de sua natureza e história (Giacomini 2004, p.8).

Además, el mes de junio antecede al periodo de vacaciones. Lo que puede justificar el aumento de piezas relacionadas con la imagen corporal.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Por otra parte, si nos fijamos en el número de ‘portadas’ en las que aparecen informaciones sobre la obesidad, *Folha* presenta un porcentaje mayor (57.2%) en comparación con *O Globo* (43.8%), y las encontramos en todos los meses analizados. *O Globo* concentra la mayor parte de las ‘portadas’ el mes de junio, lo que vendría a subrayar lo que acabamos de exponer: establece un relación entre obesidad e imagen corporal.

Cambiando de tema, observamos que la mayor parte de las informaciones se publicaron en las secciones de salud y ciencia. Si deparamos en *Folha*, vemos que el 38.3% de las piezas se insertan en *Saúde + Ciência*, que cubre noticias sobre los últimos descubrimientos e investigaciones biomédicas en Brasil y en el mundo. Esta sección tiene 228.000 mil lectores, principalmente masculinos (59%), entre 35 y 54 años (47%) y clase B (67%) (*Folha de S.Paulo*, 2014b). La segunda sección con mayor porcentaje de publicaciones fue *Ilustrada* (10.6%), en la que aparecen informaciones sobre cultura y entretenimiento, en muchas ocasiones de manera irreverente, y en las que se tiene un espacio propio la gastronomía. Según los datos de *Folha* (2014), el 65% de los lectores pertenecen a la clase B, y prevalecen la audiencia femenina (51%), con edades de 35 a 44 años (33%) y es habitual que se aborde el tema de la obesidad informalmente.

La tercera sección de *Folha* con un mayor número de piezas fue *Equilíbrio* (9,6%), cuaderno de publicación semanal dedicado a la ‘búsqueda’ de la salud y de la calidad de vida y en el que se trata sobre técnicas y terapias para el bienestar, además de consejos sobre el cuidado del cuerpo y de la mente (*Folha de S.Paulo*, n.d.).

En *O Globo*, las secciones de *Ciência* y de *Saúde* contemplaron juntas la mayor proporción de las informaciones sobre la obesidad (44,7%). Se trata de secciones en las que se tratan los contenidos biomédicos junto a temas sobre calidad de vida y bienestar, así como problemas que afectan el cuidado del cuerpo y de la mente. La tercera sección con más piezas sobre obesidad fue *Río*, en la que se abordaron, sobre todo, cuestiones relacionadas con el entretenimiento y la gastronomía. Como se puede apreciar, en *Folha* se escribe

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

más desde la perspectiva biomédica.

En cuanto a los géneros periodísticos, recordemos que la mayoría de las informaciones en ambos periódicos son noticias y breves. Nuestros resultados coinciden con los que obtuviera Figueiredo (2009), que encontró que el 41% de las piezas que trataban sobre la obesidad eran también noticias. Estos datos nos muestran que no se profundiza en exceso en el tema y que, por tanto, es difícil encontrar piezas divulgativas y que hagan de la prevención algo. No obstante, en *Folha* (por ejemplo, hay más reportajes) se profundiza más y se trata, por ende, los temas con más detalle.

Algo semejante ocurre cuando nos fijamos en las infografías, más abundantes en *Folha* (o sea, se desea explicar más y mejor), mientras que en *O Globo* prevalecen las fotografías (que suelen ser recursivas). Es evidente que *Folha* le da más importancia al qué y al cómo a la hora de tratar los temas de salud y, concretamente, el de la obesidad.

En relación a los sentidos que subyacen en las informaciones, destacamos que prevalece el de la obesidad como un riesgo y/o como un mal. Los individuos se muestran como los responsables de su propia salud, culpabilizándolos por su condición nutricional y simplificando la obesidad como una mera cuestión de alimentación y de actividad física, sin tener en cuenta a los determinantes sociales y a la epigenética.

Lo que escribimos está en concordancia con lo que podemos leer en Vaz et al. (2006; 2009) cuando nos hablan del factor riesgo, que se ha vuelto relevante en nuestra cultura y tiene la capacidad de articular el presente y el futuro en distintos ámbitos. En el de la salud, se ha pasado a establecer una relación de causa efecto entre prácticas de vida cotidiana y enfermedades futuras enfermedades (como en el caso la obesidad), a través de una relación probabilística-determinista. En la obra también se subraya que los medios de comunicación han sufrido un "giro individualista" –o sea, promueven una ideología individualista-, que se ajusta a la idea de factor de riesgo: se trata de una tendencia de sobrevaloración de las noticias sobre las enfermedades en las que el individuo puede actuar con medidas preventivas, centrándose en la

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

genética y los hábitos, en detrimento, por ejemplo los factores ambientales. Cada vez más, crece la tendencia a la medicalización de las noticias, que nos hablan, sobre todo, de estilos de vida. La medicalización, a la vez, hace que proliferen los contenidos acerca de la salud (Vaz, 2006, 2009).

Esto significa que los medios no cubren el saber médico de manera integral o global, al contrario, generan en el individuo un falso sentimiento de empoderamiento sobre su salud; un empoderamiento delirante y paranoico gracias al cual el individuo está constantemente preocupado y en alerta por su salud, o mejor, por no estar enfermo.

También hemos de tener en cuenta que los medios construyen o transmiten ciertas representaciones en relación a la estética y la imagen corporal. Lo que puede verse con claridad en los dos periódicos que hemos analizado, aunque con mayor profusión en *O Globo*. Sus informaciones (discursos) están repletas de dietas adelgazantes, de alimentos para adelgazar y rejuvenecer, de alimentos funcionales que ayudan a perder peso, de productos dietéticos, de tablas gimnásticas, etc. Sin olvidar el uso que hacen de los personajes famosos para mostrarnos o convencernos de estilos de vida concretos, presentando a los mismos como aquellos a los que debemos imitar o a los que debemos parecernos.

En la actualidad hay una sobrevaloración y un culto a la delgadez, que se relaciona con la felicidad y con un estado de plena realización, a la par que la obesidad es una condición altamente estigmatizada y rechazada, lo que provoca un deseo convertido en búsqueda frenética del cuerpo ideal, sin que se midan esfuerzos y recursos para lograrlo.

En definitiva, los medios refuerzan los discursos del culto al cuerpo. El cuerpo perfecto es un cuerpo sano (joven, activo, hermoso y sin defectos) y la cuestión de la salud se convierte en una ideología individualista y optimista. Un discurso que se basa en un consumismo que favorece intereses comerciales de diferentes industrias de la belleza y del bienestar, en el que prevalece la vigilancia y el control corporal, la obligación de poseer un cuerpo según dictan e imponen tendencias y así poder ser exhibido públicamente, sometiéndose a

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

la mirada del otro en un juego de espejos en los que se refleja la competitividad, el individualismo y la inseguridad permanente (Díaz Rojo, Morant, & Westall Pixton, 2007).

Uno de los pilares sobre los que se construye el cuerpo sano como artefacto es la idea de culpa. Cada individuo se convierte en responsable de poseer el cuerpo que se corresponde con la construcción social del cuerpo ideal y, por tanto, culpable por no tenerlo, convirtiéndose en un enfermo en la mirada del otro (Díaz Rojo et al., 2007).

En el caso de las mujeres la presión para la sumisión y aceptación de estos discursos es aún mayor; los medios de comunicación como mínimo refuerzan dichos discursos. El rechazo de la sociedad al individuo obeso causa un número creciente de mujeres que pierden la salud buscando ser saludables (Fiates & Salles, 2001). Y debemos remarcar que, como hemos visto, la mayoría de estos discursos están legitimados por la voz de un experto en salud, en una gran proporción médicos.

Estos resultados coinciden con los que se obtienen en el estudio de Figueiredo (2009), en el que se demuestra que el médico como fuente es uno de los pilares sobre los que se legitima el discurso sobre la medicalización de la obesidad, tal y como defendió en su Giidens (1991).

Fausto Neto (1999) mantiene que los contenidos periodísticos actúan como una especie de dictamen médico con la finalidad de mostrar diagnósticos y de indicar prescripciones. Así, el diario se convierte en el lugar en el que se realiza la tarea de exponer y explicar sobre la obesidad (su etiología y sus consecuencias para la salud), por lo que, en cierta forma, la presencia del especialista se hace imprescindible (transformándose en un 'lugar clínico').

Siguiendo con nuestro análisis, debemos deparar en cómo tratan los periódicos estudiados la obesidad infantil. La conclusión principal es muy evidente: en ambos diarios se trata poco (en *O Globo* prácticamente nada). Sin embargo, los estudios epidemiológicos muestran como la obesidad infantil está aumentando significativamente, y su prevalencia y su incidencia en esta etapa de la vida se manifestará a lo largo de toda la vida.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Según se desprende de la *Pesquisa de Orçamento Familiar* (POF, 2010) la prevalencia de sobrepeso y obesidad en niños de 5 a 9 años de edad fue de 33.5% y 14.3% respectivamente. Este panorama se ha revelado como un nuevo reto para la salud pública dado el crecimiento alarmante de casos de obesidad infantil.

En el periodo estudiado sólo hemos encontrado un caso de información dirigida específicamente a los niños y fue publicada en *Folhinha* (cuadernillo infantil de *Folha*), siendo tratada como un tema especial por el suplemento e incluyó varios enfoques sobre la obesidad: I] la toma de conciencia de los buenos hábitos como un factor preventivo para reducir la incidencia de la obesidad; II] alimentación saludable y buenos hábitos alimenticios; III] influencia del marketing en la alimentación infantil. Por contra y paradójicamente, se da poca importancia a los padres o tutores del niño.

Este resultado coincide con el del Silveira y Pessoni (2005) que pretendían mapear en los diarios *Folha de S. Paulo* y *Estado de S. Paulo* (y de sus respectivos suplementos infantiles) las informaciones que insertaron sobre la obesidad infantil y qué enfoques le habían dado. Hubo una total ausencia del tema en las 48 ediciones de cada uno de los suplementos infantiles de los dos periódicos. El editor de *Estadinho* (suplemento infantil del *Estado de S. Paulo*) lo justificaba afirmando que un tema como ese, de vital importancia, se insertaba en el periódico y las informaciones se dirigían a los padres de los niños. El mismo editor añadía la salud es un tema importante para los medios, pero no para que aparezca en el suplemento infantil, por no ser de interés para los niños o para *Estadinho*. En un año (entre 2004 y 2005) fueron publicados en el *Estado de S. Paulo* 17 reportajes sobre la obesidad infantil, la mayoría de ellos en la sección *Vida &*.

5.- Conclusiones.

Esta investigación ha pretendido analizar la forma en que *Folha de S. Paulo* y *O Globo*, dos periódicos de amplia circulación y de referencia en Brasil, abordan el tema de la obesidad. Consideramos que podemos llegar las

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

siguientes conclusiones:

- Los diarios tratan de manera distinta e, incluso, confrontada el tema de la obesidad. Mientras *Folha* es más riguroso, divulgativo y se basa en evidencias científicas, *O Globo* es más popular. Mientras *Folha* incide más en la salud, *O Globo* lo hace en la misma proporción en la imagen corporal.
- Consideramos que en Brasil hay un aumento en el número de noticias relacionadas con la obesidad a lo largo de los años, que coincide con el creciente interés de los medios de comunicación y de sus audiencias por la salud.
- Sin embargo, el aumento de la cantidad de informaciones no tiene porque conllevar un aumento de su calidad. Se hace necesario nuevas investigaciones que incidan específicamente en la calidad de los contenidos a partir de criterios preestablecidos y contrastados.
- Se observa que ambos periódicos presentaron una mayor producción de contenidos como noticias, incluso *Folha* que inserta más géneros interpretativos, lo cual implica que se profundiza poco en las informaciones y pone en cuestión una supuesta alfabetización en salud.
- En ambos periódicos, las secciones *Ciência* y *Saúde* son las que incluyen más piezas sobre la obesidad. Sin embargo, dichas informaciones a pesar de estar en las secciones comentadas no tienen porque guardar rtratar sobre la salud; en numerosos casos lo hacen sobre la enfermedad.
- Los relatos periodísticos examinados en este estudio producen varios sentidos en relación a la obesidad. En general, ambos periódicos la consideran un riesgo. Sin embargo, para *Folha* este sentido es más importante que para *O Globo* que, en muchas de sus narraciones, incide en la representación de un cuerpo ideal, que relaciona, con belleza, triunfo y bienestar, y al que se llega mediante las dietas y el ejercicio. Los profesionales de la salud legitiman este discurso, incluso los médicos. En este sentido, recordamos que las otras fuentes que más se citan son los nutricionistas y los educadores físicos (sobre todo en *O Globo*).
- A pesar de que el tema de la obesidad infantil tiene gran importancia es

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

poco tratado por los dos diarios, aunque *Folha* dedica más espacio y, en ocasiones, en el suplemento *Folhinha*, que se dirige específicamente a los niños.

Consideramos que esta investigación puede ser el inicio de otras que incidan en las representaciones que construyen los medios sobre la nutrición. Investigaciones que deberían contemplar más medios de comunicación y no solo diarios y en un espacio de tiempo mayor, para así obtener datos más representativos. Para terminar, y como hemos apuntado, debemos abordar en próximos estudios la calidad de los contenidos, lo que supone establecer previamente los criterios que nos permitan esa evaluación.

Bibliografía

- Boero, N. (2006). All the News that's Fat to Print: The American "Obesity Epidemic" and the Media. *Qualitative Sociology*, 30(1), 41–60.
- Bruno, F. (1992). Dietética: a Saúde a Mídia. In *ECO-Publicação da Pós-Graduação em Comunicação e Cultura* (5th ed., pp. 69–82). Rio de Janeiro: Imago.
- Carvalho, M. (2007). *Obesidade e Pobreza na Imprensa: Epidemiologia de uma questão social*. Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- Díaz Rojo, J. A., Morant, R. i M., & Westall Pixton, D. (2007). El culto a la salud y la belleza (la retórica del bienestar). *Ensayo*.
- Fausto Neto, A. (1999). *Comunicacao e midia impressa*. Hacker.
- Ferreira, C. M. (2006). *Avaliação Nutricional de Crianças em Escolas Públicas no Município de São Paulo - SP*. Universidade de São Paulo.
- Fiates, G., & Salles, R. (2001). Factores de risco para o desenvolvimento de distúrbios alimentares: um estudo em universitárias. *Revista de Nutrição*.
- Figueiredo, S. de. (2009). *Medicalização da obesidade: a epidemia em notícia*.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

UNICAMP.

Filho, M. B., & Rissin, A. (2003). A transição nutricional no Brasil: tendências regionais e temporais. *Cadernos de Saúde Pública*, 19, S181–S191.

Fiocruz. (2013). Observatório Saúde na Mídia. *Laboratório de Comunicação e Saúde - LACES*. Retrieved November 14, 2013, from <http://www.iciict.fiocruz.br/content/observatorio-saude-na-midia-0>

Folha de S.Paulo. (n.d.). Perfil do Leitor. São Paulo: Jornal Folha de S. Paulo.

Folha de S.Paulo. (2014a, March 30). Maior jornal do Brasil, Folha é líder em diferentes plataformas. *Jornal Folha de S. Paulo*. São Paulo. Retrieved from <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/03/1433100-folha-e-o-maior-jornal-do-brasil-nas-diferentes-plataformas-aponta-ivc.shtml>

Folha de S.Paulo. (2014b, June 29). Folha mantém liderança de circulação no país, mostra IVC. *Jornal Folha de S. Paulo*. São Paulo. Retrieved from <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2014/06/1478097-folha-mantem-lideranca-de-circulacao-no-pais-mostra-ivc.shtml>

Giacomini, S. M. (2004). O corpo como cultura e a cultura do corpo: uma explosão de significados. *Physis: Revista de Saúde Coletiva*, 14(2), 406–416.

Giddens, A. (1991). *As consequências da modernidade* (5th ed.). São Paulo: UNESP.

Infoglobo. (2015). INFOGLOBO. Rio de Janeiro: Jornal O Globo. Retrieved from <https://www.infoglobo.com.br/anuncie/ProdutosDetalhe.aspx?IdProduto=91>

Mouillaud, M. (2002). *O jornal: da forma ao sentido*. (S. D. Porto, Ed.) (2nd ed.). Brasília: Universidade de Brasília.

O Globo. (2013, December 14). Perfil dos Leitores. *Jornal O Globo*. Rio de Janeiro. Retrieved from <https://www.infoglobo.com.br/Anuncie/ProdutosDetalhe.aspx?IdProduto=91>

POF. (2010). Pesquisa de orçamentos familiares 2008-2009: antropometria e estado nutricional de crianças, adolescentes e adultos no Brasil. Rio de Janeiro: IBGE.

Santos, K. M. O. dos, & Filho, A. de A. B. (2002). Fontes de informação sobre nutrição e saúde utilizadas por estudantes de uma universidade privada de

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

São Paulo. *Revista de Nutrição*, 15(2), 201–210.

Silveira, S., & Pessoni, A. (2005). Obesidade como pauta nos suplementos jornalísticos infantis: presença subliminar ou ausência premeditada? *ComSaúde*.

Swinburn, B., Egger, G., & Raza, F. (1999). Dissecting obesogenic environments: the development and application of a framework for identifying and prioritizing environmental interventions for obesity. *Preventive Medicine*, 29(6 Pt 1), 563–70.

Vaz, P. (2006). As narrativas midiáticas sobre cuidados com a saúde ea construção da subjetividade contemporânea. *Logos*, 85–95.

Vaz, P. (2009). Mídia, moralidade e fatores de risco em saúde. *Cadernos de Saúde Pública*, 25(3), 2009.

Vigitel. (2009). Vigitel Brasil 2008: vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico. Brasília: Ministério da Saúde; Secretaria de Vigilância em Saúde; Secretaria de Gestão Estratégica e Participativa.

Vigitel. (2015). Estimativas de indicadores para 2014. In Secretaria de Vigilância em Saúde & Departamento de Vigilância de Doenças Agravos não Transmissíveis e Promoção da Saúde (Eds.), *Vigitel Brasil 2014: vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico* (1st ed., pp. 32–122). Brasília: Editora MS.

Agradecimientos, Colaboraciones y Menciones Especiales

A la CAPES (Proc. nº 99999.010643/2014-01) por su apoyo para el desarrollo de esta investigación. También a Helena Lúcia Menezes Ferreira, Wisley Velasco por sus colaboraciones.