



Ministério da Saúde

**FIOCRUZ**  
**Fundação Oswaldo Cruz**



**ICICT**  
Instituto de Comunicação e Informação  
Científica e Tecnológica em Saúde

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO  
EM SAÚDE – PPGICS ICICT/FIOCRUZ**

**CAROLINA MENEZES FERREIRA**

**Os Sentidos da Obesidade nas Narrativas dos Jornais Impressos:  
Um Estudo da Folha de S. Paulo e O Globo**

**ORIENTADOR:**

Prof.º Dr.º Valdir de Castro Oliveira

**CO-ORIENTADOR**

Prof.º Dr.º José Luis Terrón Blanco (Incom – UAB/Espanha)

Rio de Janeiro, RJ  
2016

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM INFORMAÇÃO E  
COMUNICAÇÃO EM SAÚDE – PPGICS ICICT/FIOCRUZ

CAROLINA MENEZES FERREIRA

**Os Sentidos da Obesidade nas Narrativas dos Jornais  
Impressos: Um Estudo da Folha de S. Paulo e O Globo**

Tese de Doutorado apresentada ao Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde (ICICT), da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), como parte dos requisitos do Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde (PPGICS) para a obtenção do título de Doutor em Ciências.

Orientador: Prof. Dr. Valdir de Castro Oliveira  
Co-Orientador: Prof. Dr. José Luis Terrón Blanco

Rio de Janeiro, RJ  
2016

Ficha catalográfica elaborada pela  
Biblioteca de Ciências Biomédicas/ ICICT / FIOCRUZ - RJ

F383 Ferreira, Carolina Menezes

Os sentidos da obesidade nas narrativas dos jornais impressos: um estudo da Folha de S. Paulo e O Globo / Carolina Menezes Ferreira. – Rio de Janeiro, 2016.  
xvi, 189 f. : il. ; 30 cm.

Tese (Doutorado) – Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde, Pós-Graduação em Informação, Comunicação e Saúde, 2016.

Bibliografia: f. 173-189.

1. Comunicação. 2. Saúde. 3. Jornais impressos. 4. Obesidade. 5. Nutrição. I. Título.

CDD 613.25

FOLHA DE APROVAÇÃO

**CAROLINA MENEZES FERREIRA**

OS SENTIDOS DA OBESIDADE NAS NARRATIVAS DOS JORNAIS IMPRESSOS: UM ESTUDO DA FOLHA DE SÃO PAULO E O GLOBO

Tese apresentada como parte dos requisitos para a obtenção do título de Doutor em Ciências pelo Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde (Icict), da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), sob a orientação do Prof. Dr. Valdir de Castro Oliveira

Banca Examinadora

Prof<sup>o</sup>. Dr<sup>o</sup>. Valdir de Castro Oliveira – Icict/Fiocruz (Orientador)

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Cícera Henrique da Silva – Icict/Fiocruz

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Kátia Lerner – Icict/Fiocruz

Prof<sup>o</sup>. Dr<sup>o</sup>. Antônio Fausto Neto – Unisinos

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Giane Moliari Amaral – UniRio

Data da defesa: 25/02/2016

Aos que me nutrem eternamente com o amor incondicional: Helena, Estêvão, Lucas e Paulo.

## AGRADECIMENTOS

Drummond sempre esteve presente em meu caminhar. Pedras no meio do caminho? Sim, várias. Algumas foram obstáculos a vencer, outras serviram de apoio para contemplar as novas rotas a seguir. Foram quatro anos de uma longa e saborosa caminhada. Foram vários quilômetros. Foram vários ir e vir. Encontros e despedidas. Fui peregrina. Entre São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Barcelona. Por terra e ar, a caminhar e a viajar.

Minha bagagem está repleta e recheada de texturas e experiências como Silverstone (“a experiência é formada de atos, eventos, palavras e imagens, impressões, alegrias e dores, até mesmo confusões que só ganham significado quando inter-relacionadas em alguma estrutura, tanto no individual como no social”).

Fecho um ciclo de 4 anos, que pela ciência dos números se reflete como “um construtor”. Sim construí um belo caminho ... “você não sabe o quanto eu caminhei, para chegar até aqui. Percorri milhas e milhas” ... Para além da ciência, nesse caminhar à quarta potência, com o pé em Deus e fé na taba, construí novos caminhos, fiz novas amizades e enchi minha bagagem de deliciosas histórias. Seja como protagonista ou coadjuvante, sempre estive rodeada de pessoas e carinho e, é por todos que, de maneira direta ou indireta, presentes ou onipresentes estiverem sempre comigo que agradeço...

Aos mestre inspiradores e referência no meu caminhar...

Ao meu orientador, prof. Valdir de Castro Oliveira. Responsável pelos meus primeiros passos e primeiras lições sobre mídia e saúde. Obrigada pelo sorriso largo, pelo abraço acolhedor e, pela confiança que depositou em mim em cada escrita.

Ao meu tutor espanhol, prof. Jose Luiz Terrón, pela acolhida de olhos fechados, pela bondade de compartilhar as descobertas, por me incluir em vários projetos internacionais... Nossos cafés com gelo em pleno verão europeu regados com discussões frutíferas sobre os modos de produção de conteúdos em saúde... *“Muchas Gracias por todo”!*

Ao prof. Fausto Neto, onipresente e essencial. Foi por suas escritas que meu caminhar se fez texto. E foi por seu parecer, que me foi, também, permitido alcançar voos no conhecimento.

Às professoras da banca de qualificação por todas as valiosas sugestões, que de tantas contribuições e exemplo de profissionais, estão aqui hoje comigo nessa reta final do caminhar!

À Prof. Giane Moliari, por representar com orgulho a nutrição. Por me mostrar que por mais comunicação que exista nos conteúdos, é preciso nutrí-los com informações.

À prof. Kátia Lerner, por sua delicadeza em gestos e palavras. Obrigada por todas as considerações e sugestões. Quando eu crescer quero ser igual a você!

E também à professora Cícera Henrique que, mesmo em caminhos distintos se mostrou atenta ao meu tema de estudo e, sempre que possível, me trazia reportagens sobre obesidade.

Professores de “peso” ... agradeço pelos “quilos extras” de conhecimento que agora carrego comigo neste meu caminhar!

É que no caminho tinha um sonho...

... que se tornou realidade! Obrigada à Fundação CAPES pela bolsa (Proc. nº 99999.010643/2014-01) de doutorado sanduíche. Foi uma “mordida e tanto” com sabor de quero mais!

Aos que tornaram a minha caminhada mais leve e divertida...

À turma 2012 do PPGICS. Pelos encontros, pela alegria, pela seriedade. Em especial à Claudinha por ter um coração maior que o mundo; à Raquel pela amizade só nossa e de mais ninguém; à Cavalcante por ser meu “par pra toda obra” e tornar minhas idas ao Rio sempre mais prazerosas; à Beré, minha conterrânea, por me lembrar das minhas raízes e de “andar com fé eu vou, que a fé não costuma falhar”; ao Marcos pelas boas, divertidas e inocentes risadas em plena aula; à Condeixa por ser “a Condeixa” ... e a todos os outros, também, o meu eterno carinho!

É que com vocês meu caminho tem cor de festa, é vida...

Às minhas amigas do peito Mariana, Marcelle, Nicole e Simone. Mesmo em distância, estão ali ... faça sol ou chuva. Com palavras, gestos, afagos e carinho. É que agora o meu caminho não é só nosso. Está sendo recheado de pequenos pedacinhos de gente (Malu, Pedro e Mateus). Uns ainda a caminho (Chico)

Em especial ao meu delicioso pedacinho de gente que, há quatro anos, recheou meu caminhar de alegria. A minha pequena Malu, minha estrela, minha cor, minha flor!

Ao meu porto seguro, minha terra firme nesse caminhar...

Aos meus pais Estêvão e Helena, e aos meus irmãos Lucas e Paulo, por acreditarem em meus sonhos, me ajudarem a os tornarem reais e compartilharem comigo cada conquista, em todos os caminhos da minha vida. Amor e gratidão eterna!

Em especial a minha mãe, meu gene científico, minha fonte de inspiração em fazer ciência em escrita. Porque ser mãe é perder horas de sono, lendo e relendo cada linha e parágrafo da tese de sua filha! Porque ser mãe é fazer parte desta conquista que também é sua!

... É que no caminho, tinha um Lindo. Tinha um Lindo, no meio do caminho!

Te amo e você vai comigo aonde quer que eu voe, nessa estrada de fazer o sonho acontecer!





15/05 2015

[...] “A relação entre cozinhar e escrever tem sido frequentemente reconhecida pelos escritores. É a própria etimologia que revela a origem comum de cozinheiros e escritores. Nas suas origens, sabor e saber são a mesma coisa. O verbo latino *sapare* significa, a um tempo, tanto saber quanto ter sabor. Os mais velhos haverão de se lembrar que, num português que não se fala mais, usava-se dizer de uma comida que ela sabia bem. Saber e experimentar o gosto das coisas: comê-las. O sábio é aquele que conhece não só com os olhos, mas especialmente com a boca. Quem conhece só com os olhos conhece de longe, pois a visão exige distância; muito de perto a gente não vê nada. Quem conhece com a boca conhece de perto, pois só se pode sentir gosto daquilo que já está dentro do corpo”.

**(Rubem Alves em “Escritores e Cozinheiros”)**

## RESUMO

Atualmente há um crescente aumento no número de notícias sobre obesidade, o que se deve em parte ao grande interesse do público em consumir estes conteúdos com o intuito de reduzir o risco às doenças e promover a saúde e o bem-estar. Estas informações afetam o modo de especular o cotidiano dos indivíduos, a relação que mantém com seu corpo e a expectativa que nutrem com relação à vida. **Objetivo:** compreender os sentidos produzidos, sobre a temática obesidade, para além da relação saúde-doença, focando-se em análises de narrativa (sob a perspectiva da análise do discurso) e na análise quantitativa, em jornais de grande circulação nacional (Folha de S. Paulo e O Globo). **Método:** utilizou-se a análise da narrativa (sob a perspectiva da análise do discurso), análise quantitativa e revisão bibliográfica. Foram selecionadas, em ambos os jornais pesquisados, o período compreendido entre 01 de janeiro à 30 de junho de 2013. A seleção das matérias foi realizada em duas etapas: 1] versão impressa: matérias selecionadas de jornais que integram os materiais de estudo do Observatório de Saúde na Mídia do Laboratório de Comunicação e Saúde (Laces/Icict/Fiocruz) e 2] validação virtual: por meio de buscadores eletrônicos disponíveis na versão digital dos periódicos, utilizando-se de palavras chave obesidade, gordura, excesso de peso e sobrepeso (palavras utilizadas pela OMS para definir obesidade). Das matérias recuperadas foram selecionadas, somente, as que teriam relação direta com o tema. **Resultados:** encontrou-se um total de 170 matérias relacionadas ao tema, sendo 94 (55,2%) da Folha, com média de 15 conteúdos por mês. O Globo apresentou um total de 74 conteúdos (44,8%), com média de 12 matérias ao mês. As editorias Saúde + Ciência (38,3%) da Folha e Saúde (32,9%) e Ciência (11,8%) de O Globo apresentaram maior proporção de conteúdos sobre obesidade. Cabe destacar que 21 conteúdos foram manchetes/chamadas nas capas dos jornais (6,5% do total). A Folha apresentou 12 capas (12,7%, sendo que 5 destas foram capas no mês de março, o mês com maior quantidade de capas – 41,7%). O Globo, com 9 capas (11,8%, sendo junho o mês com maior quantidade – 4 capas). Entre os cadernos destaque em capas tem-se em O Globo Saúde e Ciências (ambos com 44,4%) e o Suplemento Formou (11,2%). A Folha apresentou como capa as editorias: Equilíbrio (50%), Saúde + Ciência (25%), Ilustrada (8,3%), Cotidiano (8,3%) e o Suplemento Folhinha (8,4%). Em relação aos sentidos produzidos observa-se que a Folha apresenta um tratamento mais científico, abordando a obesidade como risco e doença, se utilizando de fontes de revistas científicas internacionais. Já O Globo relaciona mais a obesidade à imagem corporal. Ambos utilizam de especialista em saúde para legitimar os discursos, sendo o médico o mais presente (47,7% na Folha e 36,6% no O Globo). Pode-se, também, verificar por meio da revisão bibliográfica um aumento nas publicações sobre a temática obesidade ao longo dos anos. **Conclusão:** Apesar de serem jornais de grande circulação nacional e de referência em seus distintos estados, cada um apresenta um modo de produção e de divulgação de conteúdos sobre obesidade. A Folha um cunho mais científico e O Globo mais popular. Ao analisar as narrativas, observa-se que ambos os jornais abordam a questão do risco. Porém, para a Folha este é um conteúdo de maior relevância se comparado ao O Globo, que por sua vez enfoca bastante suas narrativas à representação do corpo e da beleza e à nutrição (alimentos e ‘dietas’ e seus benefícios ou malefícios à saúde). Isso se reforça quando se observa que além do médico, duas outras especialidades estão muito presente em seus discursos: o nutricionista e o educador físico. E por último, cabe destacar, que apesar da pouca produção ou importância dada à temática obesidade infantil, observa-se que a Folha dedica um conteúdo específico (Suplemento Folhinha) a este público.

**Palavras Chave:** Comunicação; Saúde; Jornais Impressos; Obesidade; Nutrição.

## ABSTRACT

Currently there is a growing number of news about obesity, which is due in part to the great public interest in consuming these contents in order to reduce the risk to disease and promote health and well-being. This information affect how you can speculate the daily lives of individuals, the relationship he has with his body and the expectation that nourish toward life. **Objective:** To understand the meanings produced about obesity, focusing on narrative analysis (from the perspective of discourse analysis) and quantitative analysis in large national newspapers (*Folha de S. Paulo* and *O Globo*). **Method:** we used the analysis of narrative (from the perspective of discourse analysis), quantitative analysis and literature review. Were selected in both newspapers surveyed, the period of January 1 to June 30, 2013. The selection of materials was carried out in two stages: 1] print version: Selected articles in newspapers that are part of the Centre's study materials Health in the Media of Communication and Health Laboratory (Laces /Icict/Fiocruz) and 2] virtual validation: through electronic search engines available on the digital version of the journals, using the keys words: obesity, fat and overweight (words used by WHO to define obesity). The recovered materials were selected, only those that have direct bearing on the subject. **Results:** found a total of 170 subjects related to the theme, 94 (55.2%) at *Folha*, with an average content of 15 per month. *O Globo* featured a total of 74 content (44.8%), with an average of 12 materials per month. The editorial *Saúde + Ciência* (38.3%) at *Folha* and *Saúde* (32.9%) and *Ciência* (11.8%) of *O Globo* showed a higher proportion of obesity on content. It should be noted that 21 contents were headlines on the covers of newspapers (6.5% of the total). *Folha* showed 12 cases (12.7%, with 5 of these were cases in March, the month with the highest number of cases - 41.7%). *O Globo*, with 9 cases (11.8% and in June the month with the largest number - four covers). *Folha* presented as cover the editorial: *Equilíbrio* (50%), *Saúde + Ciência* (25%), *Ilustrada* (8.3%), *Cotidiano* (8.3%) and the Supplement for children's - *Folhinha* (8.4%) and *O Globo* the cover it has been in the *Ciências* and *Saúde* (both 44.4%) and the Supplement *Formou* (11.2%). Regarding the meanings produced it is observed that the *Folha* has a more scientific approach addressing about disease and obesity as a risk, using sources of international scientific journals. *O Globo* already, lists more obesity to body image. Both use of health expert to legitimize the speeches, being the most present doctor (47.7% at *Folha* and 36.6% in *O Globo*). One can also see, is an increase in obesity publications on the subject over the years. **Conclusion:** Although they are they the most important and reference national newspapers, each one presents a mode of production and dissemination of obesity on content. *Folha* is more scientific and *O Globo* the most popular. By analyzing the narrative, it is noted that both newspapers address the meanings of obesity the issue about of risk. However, for the *Folha* this is a more relevant when compared to the *O Globo*, which in turn focuses rather its narrative representation of the body and beauty and nutrition (food and 'diets' and its benefits or harm to health). This is reinforced when one observes that beyond the medical, two other specialties are very present in his speeches: the nutritionist and physical educator. Finally, it is worth noting that despite the low production or importance given to the theme childhood obesity, it is observed that *Folha* dedicated specific content (Supplement *Folhinha*) to this audience.

**Keywords:** Communication; Health; Printed Newspapers; Obesity; Nutrition.

## RESÚMEN

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. Estos contenidos afectan la manera de especular el cotidiano de las personas, la relación que mantienen con el cuerpo e la expectativa que tienen sobre la vida. **Objetivo:** comprender los sentidos producidos, a cerca de la obesidad, para mas que su relación salud y enfermedad, en los dos periódicos con más circulación de Brasil: *O Globo*, de Río de Janeiro y *Folha de S. Paulo*, de São Paulo. **Metodología:** utilizamos el método de análisis de narrativa, análisis cuantitativas y la revisión bibliográfica. En ambos periódicos se seleccionaron y analizaron los artículos publicados sobre la obesidad en el período comprendido entre el 1 de enero y el 30 de junio de 2013. La selección de los informes ocurrió en dos pasos: 1] la versión impresa: informes seleccionados de periódicos que hacen parte de los materiales de investigación del Observatorio de Salud y Mídia del Laboratorio de Comunicación y Salud (Laces/Icict/Fiocruz) y 2] la versión virtual: 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. **Resultados:** se 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. Los cuadernos *Saúde + Ciência* (38,3%) en la *Folha* y los cuadernos *Saúde* (32,9%) y *Ciência* (11,8%) en *O Globo* fueron los con mayor cantidad de informes a cerca del tema. 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; *O Globo*, en cambio, relaciona más la obesidad con la imagen corporal. Ambos utilizan de expertos en salud en sus discursos y el medico es mas frecuente (47,7% en la *Folha* y 36,6% en el *O Globo*). 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. Ambos enfocan las cuestiones de la obesidad a cerca del riesgo y como enfermedad. Pero en la *Folha* este enfoque en salud es mas frecuente y en *O Globo* es la imagen corporal, 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.

# SUMÁRIO

<b>Introdução .....</b>	<b>17</b>
<b>1 Contextualizando o jornalismo.....</b>	<b>28</b>
<b>2 A obesidade sob a óptica da nutrição .....</b>	<b>43</b>
2.1 Transição nutricional.....	43
2.2 Entendendo a obesidade: Sua faceta biomédica .....	44
2.3 Obesidade no Brasil .....	46
2.4 Obesidade como Fator de Risco .....	49
2.5 Obesidade e as Representações Culturais do Corpo, da Beleza e das Identidades ..	53
<b>3 Objetivos.....</b>	<b>57</b>
<b>4 Métodos.....</b>	<b>58</b>
4.1 O objeto de estudo e a amostra .....	58
4.1.1 <i>A Folha de S. Paulo</i> .....	59
4.1.2 <i>O Globo</i> .....	63
4.2 Clipagem .....	65
4.2.1 <i>Recorte temático</i> .....	65
4.2.2 <i>Critério de inclusão</i> .....	67
4.2.3 <i>Validação</i> .....	67
4.3 Análise da narrativa .....	69
4.4 Processamento dos dados .....	71
<b>5 A obesidade nos jornais folha de S. Paulo e O Globo .....</b>	<b>72</b>
5.1 A obesidade como tema semanal nos jornais .....	76
5.2 A validação virtual (VV) <i>versus</i> a coleta do observatório .....	77
5.3 A validação virtual e as palavras chaves .....	81
5.4 As capas.....	83
5.5 As editorias .....	93
5.6 A Forma que (In)Forma e os Gêneros Jornalísticos .....	101
5.6.1 <i>O Lay Out</i> .....	101
5.6.2 <i>Os Gêneros Jornalísticos</i> .....	101
5.6.3 <i>A Polifonia das Vozes nos Jornais Folha de S. Paulo e O Globo</i> .....	104
5.6.3.1 Credibilidade da Fonte .....	105
5.6.3.2 Credibilidade da Expressão Profissional da Saúde .....	105
5.6.3.3 Credibilidade da Expressão Científica .....	107
5.6.3.4 Credibilidade da Expressão da Instituição Pública .....	109
5.6.3.5 Credibilidade da Expressão do Órgão Regulador .....	109
5.6.3.6 Credibilidade da Expressão Pessoas.....	110
5.7 Os sentidos da obesidade expressos nos jornais.....	111

5.8 Obesidade infantil nos jornais folha de S. Paulo e O Globo .....	121
5.8.1 <i>Obesidade Infantil nos Jornais Folha de S. Paulo e O Globo: Uma Visão Geral</i> .....	121
5.8.2. <i>O Gênero Jornalístico</i> .....	128
5.8.3 <i>Credibilidade da Expressão Profissional da Saúde</i> .....	129
5.8.4 <i>Credibilidade da Expressão Científica</i> .....	131
5.8.5 <i>Matérias sobre Obesidade Infantil Direcionada ao Público Alvo</i> .....	132
5.8.6 <i>Os Sentidos da Obesidade Infantil Expressos nos Jornais</i> .....	136
<b>6. Análise da narrativa</b> .....	<b>139</b>
6.1 A notícia agendada: um discurso de múltiplos olhares.....	140
6.2 Dieta, alimento e saúde: nutrientes que “alimentam a perda de peso” .....	148
6.3 A obesidade infantil .....	157
<b>7 Considerações finais</b> .....	<b>161</b>
<b>8 Referências</b> .....	<b>173</b>
<b>Apêndices</b> .....	<b>190</b>

# LISTA DE ILUSTRAÇÕES

## GRÁFICOS

GRÁFICO 1: PROJEÇÃO DA OBESIDADE ( $IMC \geq 30\text{kg}/\text{m}^2$ ) EM ADULTOS ( $\geq 18$ ANOS) NAS 26 CAPITALS E NO DISTRITO FEDERAL, 2006 A 2022. ....	48
GRÁFICO 2: PREVALÊNCIA (%) DA OBESIDADE ( $IMC \geq 30\text{ kg}/\text{m}^2$ ) AJUSTADA PELA IDADE EM ADULTOS COM 20 ANOS OU MAIS, POR REGIÃO DA ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE, 1980 E 2008. ....	49
GRÁFICO 3: PERFIL DOS 1.086.000 LEITORES DO JORNAL FOLHA DE SÃO PAULO. GRANDE SÃO PAULO. SP, 2014. ....	61
GRÁFICO 4: PERFIL DOS 882 MIL LEITORES DO JORNAL O GLOBO. RJ, 2014. ....	64
GRÁFICO 5: NÚMERO DE MATÉRIAS CLIPADAS SOBRE OBESIDADE NOS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO, SP E O GLOBO, RJ. JANEIRO A JULHO DE 2013. ....	73
GRÁFICO 6: COMPARATIVO DE MATÉRIAS SOBRE OBESIDADE PUBLICADAS PELOS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO ENTRE OS DIAS DA SEMANA, 2013. ....	78
GRÁFICO 7: COMPARATIVO ENTRE O NÚMERO DE MATÉRIAS CLIPADAS SOBRE OBESIDADE PELOS MÉTODOS OBSERVATÓRIO E VALIDAÇÃO VIRTUAL NOS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO, SP E O GLOBO, RJ. JANEIRO A JULHO DE 2013. ....	79
GRÁFICO 8: PALAVRAS CHAVE UTILIZADAS NA VALIDAÇÃO VIRTUAL DOS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO, SP E O GLOBO, RJ. JANEIRO A JULHO DE 2013. ....	81
GRÁFICO 9: PALAVRAS CHAVE MAIS UTILIZADAS NA VALIDAÇÃO VIRTUAL DOS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO, SP E O GLOBO, RJ. JANEIRO A JULHO DE 2013. ....	82
GRÁFICO 10: DISTRIBUIÇÃO DAS CAPAS DO JORNAL FOLHA DE S. PAULO ENTRE OS CADERNOS E SUPLEMENTOS. SP, 2013. ....	85
GRÁFICO 11: DISTRIBUIÇÃO MENSAL DAS CAPAS DO JORNAL FOLHA DE S. PAULO. SP, 2013. ....	86
GRÁFICO 12: PERCENTUAL DE TEMAS SOBRE OBESIDADE NAS CAPAS DO JORNAL DA FOLHA DE S. PAULO. SP, 2013. ....	87
GRÁFICO 13: DISTRIBUIÇÃO MENSAL DAS CAPAS DO JORNAL O GLOBO, POR SECÇÕES E SUPLEMENTOS RJ, 2013. ....	89
GRÁFICO 14: DISTRIBUIÇÃO MENSAL DAS CAPAS DO JORNAL O GLOBO. RJ, 2013. ....	90
GRÁFICO 15: PERCENTUAL DE TEMAS SOBRE OBESIDADE NAS CAPAS DO JORNAL O GLOBO. RJ, 2013. ....	90
GRÁFICO 16: CADERNOS E SECÇÕES QUE MAIS PUBLICARAM CONTEÚDOS SOBRE OBESIDADE NOS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO, 2013. ....	94
GRÁFICO 17: PUBLICAÇÕES SOBRE OBESIDADE NOS CADERNOS E SUPLEMENTOS DO JORNAL FOLHA DE S. PAULO. SP, 2013. ....	94
GRÁFICO 18: PUBLICAÇÕES SOBRE OBESIDADE NO JORNAL O GLOBO. RJ, 2013. ....	98
GRÁFICO 19: GÊNERO JORNALÍSTICO MAIS UTILIZADO PARA PUBLICAÇÃO ENTRE OS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO, 2013. ....	102
GRÁFICO 20: ILUSTRAÇÕES MAIS UTILIZADAS PARA PUBLICAÇÃO ENTRE OS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO, 2013. ....	103
GRÁFICO 21: PROFISSIONAIS DA ÁREA SAÚDE E O DISCURSO SOBRE OBESIDADE NOS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO, 2013. ....	106



GRÁFICO 22: ESPECIALIDADE MÉDICA E O DISCURSO SOBRE OBESIDADE NOS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO, 2013.	106
GRÁFICO 23: CREDIBILIDADE CIENTÍFICA UTILIZADA COMO FONTE EM AMBOS OS JORNAIS: FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO, 2013.	108
GRÁFICO 24: CREDIBILIDADE DA INSTITUIÇÃO PÚBLICA UTILIZADA COMO FONTE EM AMBOS OS JORNAIS: FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO, 2013.	109
GRÁFICO 25: SENTIDOS SOBRE OBESIDADE PRESENTES NOS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO E O	112
GRÁFICO 26: SENTIDOS SOBRE OBESIDADE PRESENTES NO JORNAL FOLHA DE S. PAULO. SP, 2013.	115
GRÁFICO 27: SENTIDOS SOBRE OBESIDADE PRESENTES NO JORNAL O GLOBO. RJ, 2013.	118
GRÁFICO 28: MATÉRIAS SOBRE OBESIDADE INFANTIL PRODUZIDAS PELOS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO, 2013.	122
GRÁFICO 29: MATÉRIAS SOBRE OBESIDADE INFANTIL POR MÊS E CADERNOS/SUPLEMENTOS NO JORNAL FOLHA DE S. PAULO. SP, 2013.	123
GRÁFICO 30: MATÉRIAS SOBRE OBESIDADE INFANTIL POR MÊS E SECÇÕES NO JORNAL O GLOBO. RJ, 2013.	124
GRÁFICO 31: COMPARATIVO DE MATÉRIAS SOBRE OBESIDADE INFANTIL PUBLICADAS PELOS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO ENTRE OS DIAS DA SEMANA, 2013.	124
GRÁFICO 32: GÊNERO JORNALÍSTICO MAIS UTILIZADO PARA PUBLICAÇÃO SOBRE OBESIDADE INFANTIL ENTRE OS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO, 2013.	129
GRÁFICO 33: ILUSTRAÇÕES MAIS UTILIZADAS PARA PUBLICAÇÃO SOBRE OBESIDADE INFANTIL ENTRE OS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO, 2013.	129
GRÁFICO 34: PROFISSIONAIS DA ÁREA SAÚDE E O DISCURSO SOBRE OBESIDADE INFANTIL NOS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO, 2013.	130
GRÁFICO 35: ESPECIALIDADE MÉDICA E O DISCURSO SOBRE OBESIDADE INFANTIL NOS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO, 2013.	131
GRÁFICO 36: CREDIBILIDADE CIENTÍFICA UTILIZADA COMO FONTE (OBESIDADE INFANTIL) EM AMBOS OS JORNAIS: FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO, 2013.	132
GRÁFICO 37: SENTIDOS SOBRE OBESIDADE INFANTIL PRESENTES NOS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO, 2013.	137
GRÁFICO 38: SENTIDOS SOBRE OBESIDADE INFANTIL PRESENTES NOS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO, 2013.	138

## QUADROS

QUADRO 1: CLASSIFICAÇÃO DO PESO PELO IMC, SEGUNDO WHO (2000). .....	46
QUADRO 2: TEMAS, MATÉRIAS DE CAPA EM CADERNOS E SUPLEMENTOS DO JORNAL FOLHA DE S. PAULO. SP, 2013. ....	88
QUADRO 3: TÍTULOS E TRECHOS DAS MATÉRIAS DOS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO SOBRE OBESIDADE, 2013. ....	112
QUADRO 4: TÍTULOS E TRECHOS DAS MATÉRIAS DOS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO SOBRE IMAGEM, PERCEPÇÃO CORPORAL E ESTÉTICA, 2013. ....	114
QUADRO 5: SENTIDOS SOBRE OBESIDADE NO JORNAL FOLHA DE S. PAULO. SP, 2013. ....	116
QUADRO 6: SENTIDOS SOBRE OBESIDADE NO JORNAL O GLOBO. RJ, 2013. ....	119
QUADRO 7: AGENDAMENTO DAS MATÉRIAS ENTRE O JORNAL FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO, 2013. ....	141
QUADRO 8: MÚLTIPLOS OLHARES SOBRE O DISCURSO DA OBESIDADE NOS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO, 2013. ....	142
QUADRO 9: MATÉRIA SOBRE DIETA, ALIMENTO E SAÚDE NOS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO, 2013. ....	151
QUADRO 10: MATÉRIA SOBRE OBESIDADE INFANTIL NOS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO, 2013. ....	157

## TABELAS

TABELA 1: PERFIL DOS 1.086.000 LEITORES DA FOLHA DE SÃO PAULO - GRANDE SÃO PAULO. SP, 2014. ....	62
TABELA 2: PERFIL DOS 882 MIL LEITORES DO JORNAL O GLOBO. RJ, 2013. ....	63

## LISTA DE SIGLAS E ABREVIações

AC - Análise de Conteúdo

ADA - *American Dietetic Association*

AN - Análise da Narrativa

ANJ - Associação Nacional de Jornalistas

ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária

CDC - *Centers for Disease Control and Prevention*

CNSAN - Conferência Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional

CONANDA - Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente

DCNT - Doença Crônica Não Transmissível

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IBOPE - Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística

ICICT - Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnologia em Saúde

IEDE – Instituto Estadual de Diabetes e Endocrinologia

IDEC - Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor

INCOR - Instituto do Coração

FAO - *Food and Agriculture Organization of the United Nations*

FDA - *Food and Drug Administration*

IMC - Índice de Massa Corporal MS - Ministério da Saúde

LACES - Laboratório de Comunicação e Saúde

MS - Ministério da Saúde

OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico

OMS - Organização Mundial da Saúde

ONU - Organização das Nações Unidas

OPAS - Organização Pan-Americana de Saúde

OSM - Observatório de Saúde e Mídia

POF - Pesquisa de Orçamento Familiar SUS - Sistema Único de Saúde

PNS - Pesquisa Nacional de Saúde

SUS - Sistema Único de Saúde

VGITEL - Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico

WHO - *World Health Organization*

## INTRODUÇÃO

Em um contexto de turbulências econômicas, políticas e sociais é fato: o Brasil mudou nos últimos cinquenta anos. Para tanto, contribuíram fatores externos (oriundos de um mundo progressivamente globalizado e urbanizado) e o desenvolvimento autônomo de circunstâncias e processos históricos e culturais próprios (FILHO; RISSIN, 2003).

Entre as mudanças ocorridas no cenário brasileiro, podem-se invocar algumas condições relacionadas ao processo da saúde - doença: (i) uma rápida transição demográfica (de uma população fundamentalmente rural à condição atual de um país urbano, redução nas taxas de natalidade e aumento na esperança de vida); (ii) a alteração na estrutura de ocupações e empregos (aumento das atividades centradas no setor secundário e, sobretudo, no setor terciário da economia); (iii) a melhora ao acesso, cobertura e resolutividade das ações de saúde à população; (iv) o desenvolvimento e aperfeiçoamento das condições de saneamento básico e (v) o acesso aos meios de comunicação e informação.

Em conjunto são transformações cruciais, na geração de renda, estilos de vida e, especificamente, nas demandas nutricionais, aspectos importantes na compreensão do cenário epidemiológico dos problemas alimentares e nutricionais do Brasil (FILHO; RISSIN, 2003), possibilitando o entendimento da cinética temporal, geográfica e social da situação nutricional do país e suas mudanças.

Neste cenário emerge a obesidade, ao mesmo tempo em que declina a ocorrência da desnutrição. Estabelece-se um antagonismo de tendências temporais entre estes estados nutricionais, definindo uma das características marcantes do processo de transição nutricional do país (FILHO; RISSIN, 2003).

Obesidade, palavra de origem latina, *obesitas*, que significa excesso de gordura. Trata-se de um fenômeno multifatorial cuja origem envolve componentes genéticos, endócrinos, metabólicos, comportamentais, psicológicos e sociais, que culminam em um balanço energético positivo, resultante do consumo em excesso de energia, associados ou não ao sedentarismo.

Este acúmulo excessivo de gordura é fator de risco para o desenvolvimento de doenças crônicas não transmissíveis (DCNT) como diabetes, hipertensão, dislipidemias, câncer, entre outras.

Considerada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) como uma epidemia, a obesidade é um grande problema de saúde pública. Acomete diferentes classes sociais, níveis econômicos e faixas etárias. No Brasil, 52,5% da população adulta apresenta-se com excesso de peso e 17,9% com obesidade (VIGITEL, 2015).

Como doença epidêmica, a obesidade definida pelo Índice de Massa Corpórea (IMC) expresso pela relação entre o peso e a altura ao quadrado. Valores acima de  $25\text{kg}/\text{m}^2$  classificam os indivíduos com excesso de peso e valores acima de  $30\text{kg}/\text{m}^2$  como obesos. Tem sido tratada e difundida por profissionais da área da saúde (médicos, psicólogos, nutricionistas, enfermeiros, educadores físicos e entre outros), autoridades governamentais e pela mídia.

É crescente nos meios de comunicação como revistas, jornais, programas de rádio, TV e internet informar sobre questões afetas à obesidade. Abordam conteúdos relacionados às suas causas e consequências, tratamentos, pesquisas recentes, novos medicamentos, influência da alimentação como fator protetor ou de risco, questões estéticas, entre outras temáticas.

Em paralelo observa-se um grande interesse do público em “consumir” estas informações com o intuito de reduzir o risco às doenças e promover a saúde e o bem-estar.

Diante da multiplicidade de teoria e estudos científicos e, na vivência destas transições nutricionais faço uma pequena pausa e me insiro neste contexto para explicitar a minha escolha em estudar mídia, nutrição e obesidade.

Sou mineira de alma, paulista de coração (há mais de doze anos) e me tornei, recentemente, para ser mais exata há 4 anos, carioca de afeto.

Era 2005, de “coração” na cidade em que a gente aprende depressa a chamar de realidade e, cursando o mestrado na Faculdade de Saúde Pública da USP, comecei a lecionar nos cursos da Saúde. Nesse meio do caminho, Drummond e Silverstone rechearam minha vida com experiências e texturas.

Lecionando (no gerúndio de um ato que pratico ainda o verbo), percebi que as aulas de segunda pela manhã não rendiam o suficiente. Os alunos não me deixavam ministrar os conteúdos planejados, já que o tempo era tomado por questões relacionadas aos programas de TV, aos jornais e revistas que abordavam assuntos sobre alimentação, saúde e nutrição.

A maneira como a nutrição se insere na atualidade está intimamente relacionada ao modo como é veiculada. E, os meios de comunicação de massa, constituem uma das principais fontes utilizadas pela população para se informar sobre esse tema. A família e os amigos também têm sido identificados como fontes importantes, evidenciando que a interação social contribui para a circulação desse conhecimento reiterando o dito por Santos e Filho (2002).

O que se observa é que, o sujeito contemporâneo é constantemente informado sobre as causas e fatores de risco para o desenvolvimento de doenças, (a exemplo da obesidade), sobre o consumo de alimentos que podem auxiliar na redução destes riscos (uma espécie de fator protetor), sobre a prática de exercícios, entre outros. Estas informações afetam o modo de especular o cotidiano dos indivíduos, a relação que mantém com seu corpo e a expectativa que nutrem com relação à vida (BRUNO, 1992).

É crescente o interesse da mídia, por temas relacionados à saúde, entre eles nutrição e obesidade. Este crescimento pode ser verificado mediante a observação dos principais produtos jornalísticos: uma grande profusão em capas de revistas e manchetes de jornais, programas de TV e matérias de sites noticiosos (LERNER; SACRAMENTO, 2014).

Os jornais e as revistas, por exemplo, estão recheados de matérias como: “Pesquisa sugere que metabolismo lento não é só ‘desculpa’ de obesos” (Folha de São Paulo, 25/10/2013), “Dormir ‘é chave’ para combater a obesidade” (Folha de São Paulo, 27/09/2013), “Parcela de brasileiros obesos cresce 54% nos últimos seis anos” (Folha de São Paulo, 27/08/2013), “Cientistas descobrem o gene da obesidade” (O Globo, 25/10/2013), “Sete dicas valiosas para o combate à obesidade” (O Globo, 07/10/2013), “Substâncias de embalagens de alimentos aumentam riscos de obesidade e diabetes” (O Globo, 19/08/2013).

Programas de TV brasileiros como “Bem-Estar”, “Medida Certa” e apresentações temáticas do Globo Repórter e Fantástico são, também, exemplos claros de como a mídia

pauta os diálogos e discursos na população, tornando-os legítimos. Muitas das vezes, utilizando-se de um profissional da área da saúde, uma espécie de figura híbrida, meio jornalista e meio especialista, que se insere neste campo, como outra forma de se exercer certa influência, como pontuado por Carvalho (2008).

Vaz e Cardoso (2011) reforçam os conceitos de Giddens (1991) ao afirmar que a mídia é um sistema perito<sup>1</sup> no campo da saúde, já que recorre às vozes especializadas no campo para que legitimem e reforcem a construção de um imaginário robusto sobre o tema.

A estes posicionamentos acresce-se o de Barata (2006) ao apontar que o discurso de um profissional da área da saúde, quando divulgado na imprensa, ganha dupla legitimação, ao somar a voz do cientista à voz do jornalista, deixando pouco ou nenhum espaço para os questionamentos ou dúvidas por parte do leitor/público leigo.

A questão se esteia em exemplos de Figueiredo (2009) com base em estudos das reportagens do Jornal da Folha de S. Paulo, durante 10 anos, sobre a temática obesidade. A autora reforça que os extratos das notícias e das matérias investigadas retratam a obesidade como doença-epidemia, destacando o profissional médico como autoridade para colocar tal aspecto no domínio da medicina, passível de intervenção biomédica e, deixando o leitor (possível paciente), sem opções quanto à definição sobre a doença, diagnóstico ou aconselhamento médico. Ressalta ainda que, essa vulnerabilidade diante da autoridade científica é maior entre pessoas de menor renda, sendo que o conhecimento geral não é suficiente para desautorizar a profissão médica. Ou seja, mesmo pessoas com alto nível de instrução, ou que se informem suficientemente sobre temas referentes à saúde, respeitam a opinião do profissional médico sobre o que é recomendável fazer para manter ou recuperar a saúde e a de seus familiares.

Nesta direção Oliveira, V. C. (2013) aborda que os meios de comunicação, por meio das narrativas jornalísticas, indicam as condições para se levar uma vida saudável, relacionando-a com a responsabilidade individual e o estilo de vida pessoal, e para isso, são aconselhadas sobre a importância de praticar exercícios, de manter uma alimentação saudável e equilibrada, entre outros fatores.

---

<sup>1</sup> Sistemas Peritos refere-se a sistemas de excelência competência profissional técnica ou que organizam grandes áreas dos ambientes material ou social em que se vive. Estes se encontram integrados ao conhecimento de especialistas, influenciando continuamente muitos aspectos dos indivíduos em relação ao modo de ser e agir cotidianamente.

Norteadada e motivada por essas pesquisas e diante de minhas inquietações a tantas perguntas e indagações às aulas de segunda, resolvi me matricular no curso de Jornalismo. Minha intenção era trabalhar com Consultoria em Comunicação em Saúde, produzindo conteúdos informativos direcionados à mídia, com embasamento científico, fontes especializadas, pautas atuais e trabalho em conjunto em processos de edição de conteúdo. Quero produzir sentidos com embasamento. Nutrir a população de conhecimento, de qualidade. Quero ser este profissional com dupla formação:

1] Jornalista, com função de aprimorar e dominar técnicas e habilidades específicas para manter a sociedade informada corretamente sobre as novidades e inovações da ciência a exemplo de Maros e Teixeira (2009): decodificar a linguagem científica em reportagens, notícias e entrevistas; fundamentar em fontes de informação corretas que o subsidiem na estruturação e divulgação da informação científica, em distintos meios de comunicação, de maneira coerente e com qualidade clara, objetiva e simples, para o alcance de sua função.

2] nutricionista atuando na promoção e orientação sobre práticas alimentares e estilos de vida saudáveis, além da prevenção e controle dos distúrbios nutricionais e de doenças associadas à alimentação e nutrição. Comunicar os novos conhecimentos e as descobertas científicas na área de alimentação e nutrição, no meio científico. Fornecer subsídios à elaboração de programas de prevenção e promoção de estilo de vida saudável. De forma crescente empenhar-se para divulgar estes avanços e descobertas em prol da sociedade.

Formei-me. Prestei consultoria para algumas empresas de alimentos, atuando com a comunicação técnico-científica e, também, com pesquisas de mercado. Não satisfeita quis me aprofundar, queria estudar a comunicação na saúde. Fui percebendo que a prática jornalística não se preocupa, de certa maneira, com a certificação dos conteúdos produzidos. Mais importante que informar com embasamento é atentar-se aos *deadlines* e formatos (edição e *lay out* de acordo com o dispositivo midiático).

Nas aulas as indagações continuavam. As matérias em jornais e revistas mantinham sua linha de produção em série. Ao que se deve em parte à ciência da nutrição apresentar um expressivo desenvolvimento, atestado, pela expansão dos grupos de pesquisa, aumento do número de pesquisadores, publicação de trabalhos científicos e



divulgação ao público se destacando cada vez como objeto de pesquisa e debate (BOOG, 2008).

Ao mesmo tempo, a nutrição como ciência, de certa maneira, é ainda recente, em processo de aprofundamentos e aprimoramentos continuados. Hoje um alimento faz mal, mas novos estudos científicos podem mudar esta configuração, repaginando aquele vilão como o mocinho da vez.

Assim, a população se alimenta de muitas informações sobre a saúde, inserindo-se as de nutrição e obesidade e, por meio delas prescrevem-se “dietas” e maneiras de se viver com saúde e reduzir os riscos às doenças.

Na atualidade esta dinâmica se intensifica com as novas tecnologias de informação e comunicação (a exemplo da internet e suas possibilidades de circulação de conteúdo). A população tem acesso às informações de maneira instantânea, ou até mesmo volátil e também, em quantidade demasiada. Como aponta Araújo (2009), uma necessidade pela busca de informação de maneira ágil, sem desperdício de tempo com obtenção de conteúdos irrelevante e/ou de baixa qualidade, fragmentado.

Castells (2003) reforça esta premissa. A condição pós-moderna aniquila tempos e espaços propiciando o consumo de conteúdos informacionais distintos. Há um excesso de informação e a necessidade cada vez mais intensa de atualização do conhecimento. Para o autor, a era da internet passa a ser consumida pela população também como um serviço de busca de informações referentes à saúde. O que não significa que os conteúdos informacionais são de qualidade. É tanta informação disponível em diferentes mídias, que a população continua, de certa maneira, desinformada e sendo direcionada. Destarte, as inovações tecnológicas podem ser consideradas como problemáticas no campo da saúde, pois geram respostas muitas vezes em nível superficial de circulação e apropriação.

Castiel e Vasconcellos-Silva (2006), corroborando com Castells (2003), relatam em “Precariedades do Excesso” sobre estas questões, na qual são observadas transformações importantes na informática e nas tecnologias da informação no campo da saúde. A partir desta premissa os autores indagam sobre os seus possíveis desdobramentos no campo da saúde. Alertam que há uma nova definição de papéis tanto da perspectiva do emissor como do receptor das informações, de certa forma uma maior flexibilidade e

possibilidades de espaços que estes vão ocupar. No lado do emissor um nível variado de qualidade de informação com os mais diversos formatos e origens, páginas de profissionais, portais de saúde, serviços assistenciais. Do outro, o receptor: usuários, consumidores e pacientes. Assinalam para a necessidade de dimensionar a confiabilidade da informação.

Esta volatilidade de informações, fragmentos de conteúdo, conhecimento superficial, verdades ilusórias e compartilhamento de saberes estão presentes na modernidade. Estes “recortes dos saberes”, de acordo com Morin (2003), impede o entendimento do global e de um todo, ao que o autor conceitua como hiperspecialização. Uma inteligência fracionada e atrofiada impossibilita a compreensão e a reflexão, o que impede a capacidade de ver e agir perante a realidade. E é utilizando destas prerrogativas que a mídia pode atuar, direcionando fragmentos de conteúdo, onde a população passa a se apropriar destas informações e a incluem em seus discursos.

Observa-se assim, que a população estabelece uma relação com distintos recursos materiais e simbólicos característicos de uma sociedade marcada pela importância da informação como um bem a ser consumido, especialmente aquela construída e difundida pelos dispositivos midiáticos. Silverstone (2005) diz que é impossível escapar à presença, à representação da mídia, pois passamos a depender dela, seja impressa ou eletrônica, para nos entreter, nos informar, nos constituir como sujeitos, das mais diversas formas e nos mais diferentes graus de intensidade e mediação. Ela constitui a nossa experiência de mundo, e tem modificado, ao longo do tempo, nossa forma de interagir, de participar e dar novos significados à vida em sociedade.

A compreensão de como se estabelece tais relações entre mídia, os dispositivos e as “audiências” tem sido uma tarefa contínua e complexa para distintas áreas do conhecimento (comunicação, sociologia, psicologia, linguística, entre outros). Vale ressaltar que os primeiros estudos relacionavam-se à Teoria Hipodérmica e à Teoria Matemática. Preocupava-se mais no entendimento do fluxo percorrido pela mensagem entre emissor e receptor. Um processo comunicacional de transferência linear e bipolar das mensagens, que produzia uma prática sem escuta e sem diálogo, cuja atribuição e direito da voz restringia-se ao emissor, que ao preconizá-lo, apagava os “ruídos”, expurgava a diversidade e as diferentes vozes sociais (ARAÚJO; CARDOSO, 2007).

Com o processo de globalização, associado às inovações tecnológicas verifica-se uma alteração e redimensionamento da atuação dos meios de comunicação, interferindo nas práticas e relações entre os atores sociais de maneira individual e coletiva no mundo contemporâneo. Em consonância ao observado por Sodré (2002), Fausto Neto (2008) e Martin-Barbero (2009), influenciam nas práticas diárias, nas relações humanas, na cultura e na identidade das pessoas.

Como resultado desse processo se observa a criação de uma zona de interpenetração, onde não há mais distinção tão clara entre quem produz e quem recebe mensagens. A comunicação é um processo dinâmico de construção de sentidos. Cada fala, enunciado ou discurso integra uma rede de significações, que é parte das condições de produção.

Quando se pensa em comunicação em saúde (direcionando este olhar para a nutrição) observa-se, que o conceito de polifonia proposto por Bakthin vem ganhando cada vez mais destaque. Para o autor cada fala, enunciado ou texto, exprime em si uma multiplicidade de vozes, que correspondem a interesses e posições distintas na sociedade, o que torna a linguagem um campo de embates sociais, na qual são propostas, negociadas e ratificadas ou recusadas as relações de poder (ARAÚJO; CARDOSO, 2007). Esta nova perspectiva comunicacional imprime uma nova dinâmica, inteiramente distinta do modelo informacional: não mais mera transmissão de conteúdos prontos, mas como um processo de produção de sentidos sociais.

Na perspectiva de se comunicar sobre saúde, porque a escolha da obesidade como “temática de peso” da ciência da nutrição?

Porque a obesidade é uma doença epidêmica e um grande problema de saúde pública. Compreender esta questão “de peso”, com um olhar expandido, esteado em diferentes referenciais teóricos, associado a outras ciências (comunicação, sociologia, antropologia, informação, economia, entre outros) é um objeto de estudo desafiador, para ser explorado sob o prisma da interdisciplinaridade.

No Brasil, estudos sobre obesidade e mídia são recentes e em geral abordam aspectos relacionados à: (i) obesidade com a publicidade infantil e o consumo de alimentos industrializados, bem como a influência da TV no aumento de peso (ALMEIDA; NASCIMENTO; QUAIOTI, 2002; SANTOS, 2004; MIOTTO, 2006; BORGES et al., 2007;

CARNEIRO, 2007); (ii) obesidade com o comportamento alimentar e os meios de comunicação (BOERO, 2006; CARVALHO, 2006; FIGUEIREDO, 2009); (iii) a obesidade e a questão da imagem corporal (SERRA; SANTOS, 2003; DIAS, 2005); e (iv) a obesidade e os custos gerados para a saúde (OLIVEIRA, 2013a).

Existem poucos estudos interdisciplinares (nutrição e comunicação) sobre a obesidade focados no aprofundamento da comparação de contextos, para compreender a construção de sentidos da obesidade, no processo de comunicação. Análises comparativas entre matérias de jornais impressos de diferentes localizações geográficas com vistas a avaliar os diferentes modos de dizer, de seduzir e de interagir sobre um mesmo assunto, em diferentes ou na mesma época (PINTO, 2009). Também estudos de textos deslocados das páginas impressas, a forma e as razões que motivam a ocupar aquele espaço na página, constituindo um jogo de sentidos que se completa pela presença ou não de enunciados publicitários, pela unidade de conformação dos textos postos lado a lado e pelo destaque que lhes é garantido a partir de recursos gráficos e linguísticos.

Essa carência direcionou a realização da presente pesquisa, ancorada na finalidade do Observatório de Saúde na Mídia (OSM) do Laboratório de Pesquisa em Comunicação e Saúde (Laces/Icict/Fiocruz), cujo objetivo principal é realizar análises sobre os modos de produção pelos quais os meios de comunicação de massa produzem sentidos sobre temas em saúde (FIOCRUZ, 2013).

Assim, este trabalho visa compreender os modos por meio dos quais jornais de circulação nacional produzem sentidos sobre a temática obesidade, mapeando *o que* é dito; *quem* diz, quais as fontes escolhidas e *como* se diz, as estratégias discursivas que configuram os modos de dizer.

Como meios de comunicação, os jornais apresentam textos jornalísticos - considerados como discursos - e como tais, estão carregados de poder e vontade, “de dizer, de nomear e de interpelar os atores e as situações sociais em que vivem”, modulando significativamente “os imaginários sociais a este respeito” (OLIVEIRA, V. C., 2013). Textos estes produzidos em um amplo território, por onde perpassam vozes, olhares, modos de dizer, culminando em narrativas impressas, ou outras, de diferentes fatores internos, subjetivos, existenciais; ou externos, sociais, produtivos, tivessem

operado no caminho.

Neste estudo, optou-se pelos jornais impressos de maior circulação nacional O Globo, na cidade do Rio de Janeiro e a Folha de S. Paulo, em São Paulo. Ambos os jornais integrantes do acervo dos meios de comunicação impresso estudados no OSM do Laces/Icict/Fiocruz.

Compreender os sentidos que são construídos sobre a obesidade pelos principais jornais do Brasil, pode apresentar um olhar diverso e de “peso” da representação da obesidade na mídia impressa. Contextos diferentes podem possibilitar análises diferentes, posto que no interior deles que se dão os eventos comunicacionais, definindo os discursos como práticas sociais que são modificadoras e modificadas pelas pressões sociais fornecidas por seus territórios de origem.

Para entender os sentidos e os modos de produção sobre a temática obesidade dos dois jornais selecionados foram realizadas clipagens de matérias publicadas no ano de 2013, seguindo o protocolo do Observatório, e em paralelo, a validação das matérias, em versão virtual, empregando-se o uso das palavras chaves: obesidade, obeso, excesso de peso e gordura, palavras definidas pela OMS para classificar a obesidade.

À clipagem seguiram-se: 1] análises de narrativa, na perspectiva da análise do discurso. A narrativa compreende, a grosso modo, na maneira como o narrador (neste caso o jornalista), percebe o mundo e então o descreve (narra). Um texto narrativo apresenta fragmentos discursivos portadores de informações sobre personagem, objetos, tempo e espaço que configuram o cenário diegético (REIS; LOPES, 1998).

Assim, compreender a narrativa como lugar de produção de conhecimento significa dar ênfase à ideia de jornalismo como atividade própria de um espaço dinâmico em que se articulam estratégias de poder e como parte de um processo no qual representações e mediações são indissociáveis. Lugar em que consonâncias e dissonâncias são estabelecidas por sujeitos ativos e atuantes que, em conjunto, e no atrito de suas afinidades e diferenças, constroem com os meios o mundo partilhado (RESENDE, 2009); 2] análises quantitativas quanto a frequências de publicações, cadernos em que são mais publicados, quantidade de matérias produzidas, quais e quantas fontes foram selecionadas na produção dos discursos, entre outros aspectos.

A Tese está estruturada em sete capítulos.

O primeiro capítulo apresenta uma contextualização geral do jornalismo, na dimensão teórica, histórico-ideológica e na vinculação com a saúde, com enfoque na obesidade.

No segundo capítulo, aborda-se a questão da obesidade sob o enfoque da nutrição: conceitos, dados epidemiológicos, fator de risco, bem como questões relacionadas à imagem corporal.

No terceiro e quarto capítulo são apresentados, respectivamente, os objetivos do trabalho e o processo metodológico de análise de matérias do Jornal Folha de S. Paulo e o Jornal O Globo, bem como uma apresentação dos objetos empíricos específicos de ambos os jornais. O referencial teórico-metodológico fundamentou-se nos princípios da análise das narrativas (na perspectiva da análise do discurso) e na análise quantitativa dos textos clipados e validados sobre a temática obesidade, que na totalidade abrangeram a seleção de 170 textos, no período de 01 de janeiro a 30 de junho de 2013.

O quinto capítulo, intitulado “Obesidade nos Jornais Impressos: Folha de S. Paulo e O Globo” trata da análise dos dados quantitativos e dos sentidos expressos sobre obesidade entre os jornais estudados. E, aborda também, de forma mais adensada a temática sobre obesidade infantil.

O sexto capítulo intitulado: A análise da narrativa é dividida em três conteúdos distintos. Cada conteúdo analisa um par de matérias (uma de cada jornal) dentro de uma perspectiva.

No sétimo capítulo são apresentadas as considerações finais.

Espera-se que o percurso traçado, a escolha metodológica, bem como os resultados alcançados somem esforços à relevante tarefa de estudar e refletir sobre a produção de sentidos que se materializam nos discursos sobre obesidade. Uma palavra não só de peso, mas também, repleta de sentidos que refletem nos modos de viver, pensar e construir a realidade de outrem.

## 1 CONTEXTUALIZANDO O JORNALISMO

Entende-se, neste estudo, como mídia, um sistema cultural complexo que apresenta uma dimensão simbólica que compreende a (re)construção e circulação de produtos repletos de sentidos, para quem os produz (os *media*), e quem os consome (leitores, internautas, ouvintes, telespectadores, outros) (MEDRADO, 2000).

Com mais espaço nos meios de comunicação, os temas sobre saúde, ao serem midiaticamente codificados, constroem o imaginário referente à saúde e doença.

A obesidade é um exemplo de tema frequente disseminado pela mídia, sendo abordada não somente, pelo aspecto de doença e riscos à saúde, como também pela questão do culto ao corpo. Nos meios comunicacionais - jornais, revistas, internet, programas de TV e rádio – a temática em expansão contempla diferentes óticas: riscos do aumento do peso nas populações; as doenças associadas; os custos; quem são os mais atingidos; que medidas os profissionais da área da saúde, pesquisadores, indivíduos e governos têm tomado na direção de conter ou controlar a chamada epidemia; questões estética e de beleza; entre outros.

O estereótipo de beleza e saúde reforçado pela mídia e a sociedade se referencia a corpos magros e esbeltos, pela leveza e bem-estar. Porquanto, a obesidade e os obesos trazem consigo imagens e significações sociais que as conectam com um lado pesado e lento, em contraste com a leveza e velocidade do mundo contemporâneo sugerida por Bauman (2003).

Ser obeso significa, também, ser um indivíduo inapto, estranho, descuidado e imoral, ou seja, sugere-se, no mundo contemporâneo, que os obesos são aqueles designados pelos “normais” como os que devem ser extirpados das imagens cotidianas estetizadas para que o mundo se torne mais belo e harmônico (GOMES, 2007).

Assim, saúde (com foco na obesidade) e mídia jornalística criam uma relação tensa, como campo de disputa simbólica. Ambos (saúde e mídia) exercem formas de poder, de dizer, de nomear e de interpelar os atores sociais, modificando os imaginários sociais a respeito da temática em questão.

Minayo (2000) ao discutir a representação social da saúde e da alimentação relata que a saúde além de representar contemporaneamente um ideal da coletividade, que

estabelece padrões sobre qualidade de vida, também é requisito e propulsor de desenvolvimento.

Gomes (2007), também menciona o viés comercial da nutrição e da saúde nos meios de comunicação. Indica que os avanços nas áreas de tecnologia e saúde são usados como suporte para atrair um público formado essencialmente por mulheres. Sob o rótulo de informação científica, são esclarecidas dúvidas sobre cirurgias plásticas, exercícios físicos, dietas, medicamentos e doenças e assim por diante.

Serra e Santos (2003) analisaram a relação entre adolescentes e a obesidade como construção simbólica e discursiva presentes na revista *Capricho*. Por meio da análise do discurso as autoras observaram que a obesidade é transformada em tema de disputa entre profissionais da área da saúde e profissionais midiáticos, se constituindo em parte das lutas que envolvem diversos campos: científicos, simbólicos e sociais.

Assim, observa-se que a mídia está presente como elemento indissociável do cotidiano das pessoas. Ela não só se faz presente em nossas vidas, como atua justamente organizando um intenso processo social que se dá em continuidade, requerendo para isso a nossa participação ativa (SILVERSTONE, 2002). A presença da mídia no cotidiano, altera o próprio modelo de intercâmbio de conteúdos simbólicos, antes condicionados à presença face a face, altera a maneira como se percebe o passado, o presente e o futuro, desenvolvendo tanto uma “historicidade mediada” quanto uma “mundanidade mediada” (THOMPSON, 1998).

Isto significa dizer que, estas múltiplas interações entre mídia e sociedade têm produzido, atualmente, transformações importantes no modo de presença dos atores sociais, individuais e coletivos na contemporaneidade, nas práticas diárias, nas relações, na cultura e na questão do desenvolvimento da identidade pessoal.

Os meios de comunicação sociais tradicionais, tais como TV, rádio e impressa, encontram-se em tempos de mutação, seja no âmbito da produção, no da edição ou da redação (SGORLA, 2009). Diante destas transformações e novas formas de interação entre os meios de comunicação e os atores sociais, há uma nova maneira de produção, circulação e consumo das mensagens conhecido como Mídiação.

A mídiação é um processo em que as tecnologias midiáticas, técnicas, lógicas, estratégias, linguagens, operações sociotécnicas e outros protocolos da mídia (que eram



até então exclusivos do campo das mídias), se interpõem às dinâmicas sociais (SODRÉ, 2002; FAUSTO NETO, 2007a). Em outras palavras, entende-se por midiatização os múltiplos entrecruzamentos entre tecnologias midiáticas, campos e atores sociais, meios de comunicação social tradicionais e a sociedade (SGORLA, 2009).

Para Sodré (2002), a midiatiza o   uma ordem de media o socialmente realizada pelo avanço dos processos informacionais que estão a reboque de organiza es empresariais gerando um tipo particular de intera o que chamou de “tecnointera o”. Para este autor o princípio da midiatiza o orienta *a priori* a representa o e a interpreta o dos fenômenos porque não se trata mais simplesmente da veicula o de acontecimentos por meios de comunica o e sim, do funcionamento articulado das tradicionais institui es sociais com a m dia

Ressalva ainda que, no ambiente midiatizado, a organiza o e os efeitos das intera es sociais atingem tanto as práticas dos meios de comunica o quanto da própria sociedade que passa a ser fortemente influenciada pelos procedimentos e formas de produ o e expressão das opera es midiáticas interferindo nos ambientes comunicacionais e alterando a estética e o lugar de fala dos protagonistas sociais.

Desta maneira, a midiatiza o estimula uma espécie de “processo de afeta o” no qual as tecnologias midiáticas, os meios de comunica o social tradicionais e os atores sociais (individuais ou coletivos) se interagem mutuamente e de modo não linear. Dilui fronteiras de quem   quem, repercutindo na constru o dos sentidos socialmente compartilhados, produzindo novas acep es   cultura, aos hábitos, às condutas sociais, aos códigos, aos valores, às sensibilidades, criando novos padrões identitários e remoldando a sociedade (SGORLA, 2009).

Com isso as m dias “se transformam em dispositivos, espécie de ‘sistema’ regulados por suas próprias auto-opera es” em que a no o de acontecimentos deixa de resultar de transa es complexas realizadas entre o meio junto às fontes e das ressonâncias dos outros campos, para construir a sua prática discursiva (FAUSTO NETO, 2007a).

Esta nova forma de se produzir, circular e receber as mensagens coloca em voga o poder exercido pelas reda es jornalísticas na constru o da notícia. O advento das tecnologias em consonância com a midiatiza o possibilita que setores não centrados nas reda es possam produzir relatos jornalísticos e ter o ativismo da palavra e da opinião

(FORTUNA; ARAÚJO; OLIVEIRA, 2012; OLIVEIRA, 2012). De maneira prática, isso significa dizer que, a midiatização afeta os meios de comunicação social tradicional, a exemplo de um jornalista que abre espaço em *blogs* para a participação do público (cidadão repórter), quando o espectador ou ouvinte conversa com o apresentador ou radialista por meio de mensagens instantâneas pela internet, quando há a possibilidade de interação pelo envio de vídeos a programas de auditório, quando o leitor sugere pautas e envia cartas de opinião à revistas, dentre outros.

Esse processo de midiatização da sociedade pode ser pensando, também, no âmbito da saúde, por exemplo. Lerner (2015) cita a questão sobre o ritual de constituição do indivíduo saudável em doente, no qual há interação não, somente, com o médico, mas com um circuito amplo que antecede e permeia a relação. Até a chegada ao especialista, o “paciente” já “consultou” textos informativos de distintas naturezas (leigos, científicos ou jornalísticos), por meio de diferentes meios de comunicação (impresso, virtual, televisivo), pela família, por amigos, programas de TV, anúncios de remédios, outros. Isso afeta não só a autoconsciência do indivíduo, como também a relação estabelecida com o médico, já que ao chegar ao consultório encontra-se empoderado e reclassificado por outras instâncias discursivas. Os médicos, por sua vez, devem lidar com esta mesma lógica, reconfigurando sua autoimagem e atuação diante desta nova organização de poder, aprendendo a lidar com as representações midiáticas sobre sua prática e valor.

Neste sentido observa-se que a mídia se conforma como uma poderosa prática discursiva, capaz de produzir sentidos, por sua vez entendidos como construção social, de caráter coletivo e interativo, em que as pessoas diante de suas relações sociais, constroem o que lhes permite compreender e lidar com as situações e os fenômenos do dia a dia.

Como exemplo, cita-se a hipótese do agendamento midiático (*agenda-setting*), definida como um conjunto de questões relevantes na mídia, que captura a atenção das pessoas, que se torna discutida pelo público, sendo noticiada nos diferentes meios de comunicação, ou que se convertem em questões relevantes perante o governo (CAPELLA, 2004). A mídia, na perspectiva “agendada” da realidade, “sugere” assuntos e olhares prioritários sobre o mundo e a vida.

“A hipótese da agenda-setting desenvolve-se partindo de um interesse geral para o modo como as pessoas organizam e estruturam a realidade circunstante. A metáfora da agenda-setting é uma macro descrição desse processo [...]. Ela se baseia em algumas admissões e interrogações específicas sobre o tipo de estratégias ativadas pelos indivíduos quando estes estruturam o próprio mundo. Por exemplo, a típica medida da agenda da mídia - que articula temas conforme a frequência das suas referências - baseia-se no pressuposto de que a frequência com que um tema ou argumento aparece é uma indicação relevante usada pelos destinatários para avaliar sua saliência (MCCOMBS, 1981, p. 211, apud WOLF, 2008, p.167)”.

Porquanto, a mídia tem o poder de dizer sobre o que as pessoas devem falar, sendo a realidade social dada, em grande parte, por empréstimo, em fragmentos de realidade em que as pessoas acessam por meio da mediação simbólica.

Wolf (2008) afirma que a “compreensão” das pessoas sobre grande parte da realidade social é modificada pelos meios de comunicação de massa. Apesar de reconhecer as limitações metodológicas deste aporte teórico, o autor defende a possibilidade de funcionamento como um núcleo por meio do qual se torna possível suscitar diversas questões, dentre elas a pertinência da construção de uma ‘ordem do dia’ por meio das notícias e de uma hierarquização de importância de prioridade com que esses elementos estão dispostos.

Isso significa dizer que a mídia produz realidades. Seu poder é exercido por legitimidade que se constrói pelo desconhecido, produzindo e direcionando os significados.

Ainda, essa produção de informações pode ser filtrada ou “censurada”, dando visibilidade para aquilo que lhe é de interesse, o que corrobora com as indagações de Bourdieu (1997; 2012).

A expressão “poder simbólico” defendida por Bourdieu (2012), apropriada por diversos estudos midiáticos, aborda o poder de construção da realidade, tendendo a estabelecer uma ordem e um sentido para estes sistemas estruturantes.

Assim, o jornalismo, como prática discursiva dinâmica, fluida, apesar das limitações intrínsecas das rotinas de produção, (recursos materiais e humanos, deslocamentos, territorialidade, entre outros) é detentor do poder de “fazer ver e fazer crer” (BOURDIEU, 2012). Pois é dotado da capacidade de produzir sentidos para a realidade. É, portanto, uma prática social, e como tal é capaz de auxiliar na conformação

de hegemonias, de articular ou desmobilizar coletividades, favorecendo ou desfavorecendo culturas, políticas e mercados (PINTO, 2002).

“Tem assim papel fundamental na reprodução, manutenção ou transformação das representações que as pessoas fazem e das relações e identidades com que se definem numa sociedade, pois é por meio dos textos que se travam as batalhas que, no nosso dia a dia, levam os participantes de um processo comunicacional a procurar “dar uma última palavra”, isto é, a ter reconhecido pelos receptores o aspecto hegemônico do seu discurso” (PINTO, 2002).

É capaz, ainda, de constituir no reino das percepções uma naturalidade necessária para fazer o mundo caminhar. Pois tão importante quanto mobilizar os afetos que compõem as disputas entre verdades com maior ou menor legitimidade, o jornalismo é também considerado um sistema perito com autoridade para conformar as sensações de pertencimento e de continuidade da vida, apesar de toda a insegurança e de todos os perigos (GIDDENS, 1991).

Desta maneira, a mídia, por meio desta aparência homogeneizada, esconde a polifonia de vozes e sua heterogeneidade, em contraposição aos espaços sociais que não o são. A realidade pretendida para que a informação e a comunicação atuem e transformem é multifacetada e formada por diferentes núcleos sociais, que se diferem pelo nível de escolaridade, sexo, renda, religião, acesso a informação, confiança no canal de transferência e entre outros.

Em outras palavras, os espaços sociais concentram um conjunto de saberes, regras, proibições e permissões que são conservadas e transferidas por meio de canais próprios de comunicação, que condicionam a distribuição da informação, o seu uso e assimilação (ARAÚJO; CARDOSO, 2007).

Para Araújo (2006), num processo comunicativo, estratégias distintas de comunicação devem ser planejadas para grupos sociais distintos. O desrespeito a tal premissa, muito certamente, será responsável por iniciativas equivocadas e mal sucedidas, representando em desperdício de recursos e esforços. Ressalta ainda que os materiais produzidos para um público genérico apresentam um dispositivo de enunciação que ignora os contextos essenciais.

A autora atribui a 'contexto existencial' aquilo que diz respeito à referência das pessoas no mundo, como o espaço, a época, o grupo social a que pertencem, com uma história familiar e profissional e possível experiência em relação ao assunto abordado.

As práticas da comunicação se apresentam como um caleidoscópio de práticas sociais que estão suscetíveis a distintas leituras, óticas e práticas em que sobressaem os intercâmbios discursivos e as várias formas de saber e agir, o que dificulta, em parte, uma única forma de abordagem (ARAÚJO; OLIVEIRA, 2012).

É neste contexto que se insere a relevância atribuída ao conceito de mediação, uma vez que se relaciona às análises das práticas comunicacionais, associando-se a contextos e intertextos, como forma de entendimento dos espaços intersticiais, superfícies de contato e zonas de fronteira que marcam o campo da saúde.

Compreender este processo requer o entendimento da prática jornalística como um fenômeno social, ou seja, como prática social discursiva, bem como os textos jornalísticos como discursos. Assim, a análise, para além das especificidades do campo e seus resultantes materiais concretos, deve considerar a materialidade nos contextos nos quais está inserida.

Nesta vertente justifica-se a escolha metodológica da análise das narrativas, na perspectiva da análise do discurso. Esta abordagem possibilita a transição dos modos de perceber os textos jornalísticos tradicionalmente centrados na mensagem e nos percursos por ela traçados para atingir um público alvo-específico, para a relação que estabelecem com o conjunto simbólico que caracteriza a prática social: texto, contexto, relações de poder, produção de sentidos.

A escolha do jornal impresso como objeto empírico, implica também em compreendê-lo como um meio de comunicação repleto de especificidades, às quais Mouillaud (2002) chama de *dispositivos jornalísticos*. Como dispositivos modificam os sentidos dos discursos porque precedem os textos, impondo-lhes durações específicas, extensões pré-determinadas, modos mais ou menos formais de apresentação, entre outros aspectos. Está condicionado a um padrão estrutural, cultural, social e econômico que determina a sua produção de sentidos.

Mouillaud (1997) ressalta que, a informação jornalística (a notícia) refere-se a apresentação de um recorte de elementos, de um evento ocorrido, em algum espaço

social (e temporal), entendido como digno de nota pelo corpo de profissionais e organizações que fazem as notícias (agências de notícias, jornalistas, editores, fotógrafos, empresa jornalística, outros). Recorte este que responde a uma questão inicial, a partir da qual procurar-se-á dar coerência e unidade a uma situação originariamente caótica.

Lustosa (1996) ainda reforça que, o jornal, trata de eventos que já aconteceram anteriormente, eventos que via de regra já foram transmitidos por outros meios de comunicação. Desta maneira, o jornal procura se diferenciar oferecendo matérias mais analíticas sobre estes mesmos acontecimentos para tentar ganhar o interesse do público consumidor.

“No jornal, a especialização do trabalho é mais rígida e consistente que a ocorrida com o rádio e a televisão, onde a maioria dos profissionais faz uma cobertura jornalística não especializada. Assim, no jornal, quem cuida de um tema como greve é o pessoal da editoria de cidade. Há, portanto, um quadro de repórteres capazes de identificar os dados mais importantes para a elaboração de um texto sobre a greve, até por conhecer as pessoas a quem se dirigir para obter informações mais precisas, objetivas e claras. Desta forma, a organização do trabalho, a preocupação de garantir ao leitor informações que não foram oferecidas pela TV e pelo rádio, impõe ao jornal um texto mais completo e abrangente” (LUSTOSA, 1996, página 90).

Os discursos do jornal impresso não estão “soltos no espaço” (p.29), posto atuarem no território da linguagem, e isso pressupõe um assentamento contextual. Os discursos estão, portanto, envolvidos e comprometidos com os modelos que cultural e historicamente foram construídos para abarcar diferentes maneiras de dar forma a esta linguagem (MOUILLAUD, 2002).

Thompson (1998) também destaca que os sentidos produzidos sobre os assuntos publicados nos jornais não se encerram nas “vozes impressas” em suas páginas. Depois de produzidos e publicamente disponíveis, múltiplas possibilidades de sentidos são geradas nos processos de interpretação de suas matérias pelos leitores, sendo continuamente construídos e reconstruídos à medida que as reportagens são lidas, relidas, comentadas por diferentes pessoas, de diferentes lugares. Desta maneira, o jornal, além de ator social de “contar histórias” (produzindo e reproduzindo realidades), é também, lugar de diálogo com os leitores, sujeitos ativos das histórias contadas pelo jornal.

Simultaneamente, são produtores e reprodutores de realidades. Produtores, por fornecerem continuamente novos elementos, elencando e tematizando experiências que pautam os assuntos, discussões e debates cotidianos. Reprodutores por tenderem a preservar a legitimidade das instituições e organizações que sustentam o seu status quo. Este binômio produtor/reprodutor de realidades que o define, se dinamiza por meio de um desenho organizativo (*lay out*) caracterizando-o como um mosaico, composto de múltiplas vozes justapostas diante de assuntos que se presentificam ao longo de suas páginas. Vozes estas que se desenham em uma ambiguidade discursiva relativamente sutil no jornal, tornando-o, veículo que presentifica falas oriundas de diferentes lugares e, também, ator social com posições e interesses próprios, com seus próprios filtros e lentes, cujas notícias que perfazem suas páginas são processadas (LIMA, 2008).

Ressalta-se também que, o processo de produção das notícias é feito por um jornalista a partir do seu ponto de vista, de sua formação ideológica, da empresa a qual se vincula, das fontes as quais tem acesso e também daquilo que Verón (2004), *apud* PINTO, 2002) define como *intuição* de um leitor imaginado. A relação estabelecida com o público (identificação, aproximação, fidelização), permitirá que se sustentem e/ou se reproduzam as práticas discursivas.

Zelizer (2008) destaca, ainda que, este universo jornalístico atua como uma ‘comunidade interpretativa’, que enquadra referências partilhadas a respeito dos acontecimentos, originárias do contexto em que estão inseridos tais interpretantes.

A autoridade jornalística se compreende como um caso específico de autoridade cultural por meio do qual os jornalistas determinam o seu direito de elaborar interpretações legítimas do mundo. A mídia ganha o status de porta-voz oficial de acontecimentos e de transformações sociais, ocupando o papel de testemunha ocular da história (PETERS, 2001; RIBEIRO, 2003; ZELIZER, 2008).

Destarte, o Jornal, desconstrói os discursos da vida vivida para reconstruí-los em bases novas, enquadrando-os em torno à moldura “normal” dos fatos noticiosos, por sua vez apresentados diariamente aos leitores que, os consomem como espelho do real.

“A forma do jornal tem ainda um outro efeito, pelo qual se manifesta o mesmo poder: Begin e Arafat são postos lado a lado, horizontalmente, e esta coexistência mostra que o poder da imprensa é aquele de uma organização ‘simbólica’ do real. Como se viu, o jornal fragmenta e reorganiza, em todos os

níveis. Desta forma, desconstrói o discurso – eles próprios, resultantes de uma transformação – e reconstrói o que sempre é uma nova unidade. Contudo, são estas unidades que, para a opinião, instauram ou instituem o real” (MOUILLAUD, 1997).

Para Mouillaud (1997), o jornal apresenta-se, em suas páginas internas como uma apresentação dos acontecimentos no mundo, organizando-se de maneira ordenada classificatória em títulos e assuntos. Com este *lay out*, é capaz de reorganizar a atualidade, conformando-a em acordo com os critérios normalizadores e padronizadores para se comunicar as notícias com o seu público leitor. (Mouillaud, 1997)

Assim, observa-se que os discursos produzidos pelos jornais apresentam dimensões estruturais organizativas (*lay out*), bem como dimensões simbólicas. Dimensões estas que definem o jornal como produto mercadológico, tanto quanto dispositivo normativo, organizacional, hierarquizado em temáticas, editorias e espaços físico, suscitando as práticas discursivas e a produção de sentidos; bem como sua dimensão simbólica na qual se inserem a função social do jornal e do jornalista, bem como suas relações políticas imbricadas neste contexto, ou seja, o jornalista como um sujeito social.

O atual *lay out* dos jornais se caracteriza por um conjunto organizado de citações, escrituras e reescrituras justapostas provenientes de diferentes lugares. É um veículo que presentifica e dissemina falas de agentes sociais oriundos de variados lugares e tempo, e também, ator social que fala a partir de um lugar próprio, com suas próprias versões e intencionalidades referentes aos eventos que cobre (MOUILLAUD, 1997). O autor ainda reforça que o jornal apresenta uma oposição de função comunicativa entre a primeira página (externa) e as internas (cadernos/editorias). A primeira página, aberta, visível, não se submete aos limites definidos pelos títulos/assuntos das seções que enquadram as páginas internas. E o que define as escolhas dos artigos que compõem a capa é o valor da informação transmitida, ou seja, o grau de noticiabilidade, que apresentem maior apelo para chamar a atenção do potencial leitor. Após estas definições, as notícias então, são organizadas como anúncios das informações mais importantes contidas no jornal, permitindo ao leitor o seu aprofundamento e detalhamento, utilizando-se de outras dimensões e referências tais como fotografias, comentários, citações de agentes e



agências que tenham autoridade para falar sobre determinado assunto.

Para atender à demanda de textos e coberturas mais completas e reflexivas dos fatos noticiados, as páginas internas do jornal se dividem em editorias/cadernos, que se compõem por assuntos específicos, elaborados por repórteres especializados, com uma linguagem particular.

Além das editorias, as páginas internas do jornal também são preenchidas pelo que Lustosa (1996) denomina textos específicos, ou seja, as manchetes, chamadas (estas, porém, ocupam as páginas externas), colunas, boxes, legendas (de gráficos, fotografias).

No texto especializado, o que determina sua codificação, sua linguagem, é o conteúdo, na medida em que sua estruturação vai ser definida pelo temário que aborda. Já no texto específico, é a forma que, por implicação estética, determina o conteúdo. A apresentação da manchete, por exemplo, vai impor sua linguagem, seu código, assim como ocorre com a legenda, o boxe, entre outros” (LUSTOSA, 1996, página, 147).

Há que se considerar, também que, na produção de notícias, o jornalista fala a partir do ponto de vista de sua formação ideológica, da empresa a qual se vincula, das fontes as quais tem acesso e também daquilo que Verón (2004, apud PINTO, 2002) define como intuição de um leitor imaginado. À prática discursiva importa a conformação de uma relação com o público, que se traduzirá em maior ou menor identificação, maior ou menor aproximação, maior ou menor fidelização, permitindo que se sustentem e se reproduzam as relações de poder, objetivo último da produção de sentidos (PINTO, 2002).

Verón (2004) argumenta existir uma espécie de acordo, de elo, a ser estabelecido entre a imprensa e o seu público, ao que denominou contrato de leitura.

O conceito de contrato de leitura implica que o discurso de um suporte de imprensa seja um espaço imaginário onde percursos múltiplos são propostos ao leitor; uma paisagem, de alguma forma, na qual o leitor pode escolher seu caminho com mais ou menos liberdade, onde há zonas em que ele corre o risco de se perder ou, ao contrário, que são perfeitamente sinalizadas (VERÓN, 2004, apud SILVA, 2012).

Oliveira (2012) pondera que a análise proposta por Verón induz a dizer que os sentidos produzidos pelos dispositivos não constituem uma manipulação ou expressão da pura intencionalidade dos jornalistas ou dos proprietários dos veículos de comunicação, embora as suas marcas estejam presentes em sua superfície discursiva. Mas sim, pelas características das condições de enunciação as que estão sujeitos que determinam o alcance, o limite e a estética de suas narrativas.

“O conceito de contrato é uma espécie de espaço imaginário onde percursos múltiplos são propostos ao leitor, paisagens onde o leitor pode escolher um caminho mais ou menos de liberdade, onde zonas nas quais ele possa se perder, ou seja, perfeitamente balizado. Ao longo da estrada o leitor encontra personagens diversos que lhe propõem atividades várias, através das quais se vêem possíveis traços de relações, segundo as imagens que estes lhe passa. Um discurso é um espaço habitado de atores, de objetos e ler é colocar em movimento este universo, aceitando ou recusando, indo mais além à direita ou à esquerda, investindo mais esforços. Ler é fazer. (Verón, 2004, p 216 apud FAUSTO NETO et al, 2010)”.

Esta visão de Verón sobre os contratos de leitura direciona para a participação do sujeito como indivíduo ativo no processo discursivo, pois sem sujeito não há discurso e sem discurso, não há sentido (FAUSTO NETO et al., 2010).

Verón sugere que os contratos de leitura são estabelecidos logo na capa, onde o leitor tem seu primeiro contato com a publicação e podem encontrar traços de um estilo próprio do veículo de comunicação, bem como uma posição diante dos fatos. Reforça ainda sobre a importância da relação estabelecida do emissor com o enunciado, ou seja, uma interdiscursividade cujo receptor constrói o sentido de acordo com sua cultura, crença e vivências, o que gera diversos outros discursos, em um constante processo de negociação entre produtor e receptor, havendo troca permanente de sentidos (ALLI et al., 2009; FAUSTO NETO et al., 2010).

Do ponto de vista dos espaços do jornal, é este contrato de leitura que leva o leitor da Folha de S. Paulo e do Jornal o Globo, a saber em que cadernos ou suplementos específicos (Equilíbrio e Ciência + Saúde na Folha e no Caderno Ciência do Jornal O Globo, por exemplo) serão abordados temáticas sobre saúde, entre elas obesidade. Portanto, é preciso, que os jornais não incorram no estranhamento entre o que é dito e o que é

recebido pelo destinatário, do ponto de vista linear, mas que ofereçam sentidos, um convite à negociação de entendimentos.

Com o foco na produção de sentidos sobre obesidade e tendo o jornal impresso como objeto empírico desta pesquisa observa-se que a temática saúde é pauta predominante entre os meios de comunicação, construindo diferentes maneiras de captar e narrar os acontecimentos e eventos da área. Os interesses e influência dos jornalistas se imbricam aos interesses e influências das fontes e dos veículos para os quais se produz a informação, com graus heterogêneos e desiguais entre um e outro. Notícias sobre saúde, com influência de instituições científicas, governamentais, de pesquisa, político e outros, quase sempre resultam em conteúdos didático-educativos e/ou informativos, direcionados às demandas de um público imaginado, que sob a ótica da mídia, quer manter-se atualizado sobre conteúdos referentes à promoção, inovação e riscos em saúde (CAVALCANTE; LERNER, 2013).

Oliveira (2012) destaca que este interesse da mídia pela temática da saúde como pauta prioritária divide a cobertura em duas grandes categorias: a de notícias com foco na promoção da saúde (políticas públicas e sistemas de saúde, avanços da ciência, da medicina ou orientações comportamentais sobre cuidados, prevenção e tratamento em relação aos agravos da saúde); e das notícias irruptivas, do cotidiano social, que afetam ou são afetadas pelo campo da saúde. No primeiro caso, tais coberturas sofrem a interferência direta de suas fontes, dos promotores de notícias, que são as instituições políticas, científicas, mercadológicas, com um conteúdo basicamente informativo e voltado para a produção de um, ou alguns, sentido(s) de qualidade de vida.

“Quando isso acontece o jornalismo se transforma em uma espécie de amplo consultório público midiático caracterizado por matérias centradas no aconselhamento e nas orientações dos indivíduos responsabilizando-os pela qualidade de sua saúde mediante a adoção de determinados comportamentos e atitudes referenciados” (OLIVEIRA, V. C., 2013 p.15).

No segundo caso estão agrupadas as notícias ‘quentes’, formadas pelos elementos que tipificam o jornalismo como um espaço por onde circula o tempo presente, o imediato, o sensacional, o surpreendente. São as tragédias, os surtos, as epidemias, as falhas na prestação de serviços públicos e privados, as mortes, enfim, os acontecimentos

que impactam a vida em sociedade, mobilizando afetos, revoltas, rejeições, manifestações. Provocam e convocam vozes que explicam e justificam tais ocorrências. Tudo isso conjugado com o respaldo das supostas credibilidade e objetividades jornalísticas (OLIVEIRA, 2012).

Observa-se também que, a mídia apropria-se do conceito de saúde para poder se comunicar. A saúde pode ser interpretada como (i) mercadoria: a saúde passa a ter um caráter comercial, onde se é possível comprar produtos de beleza, esportes, alimentação, medicamentos e serviços de saúde; (ii) definida pela cura: ampara-se na dualidade do senso-comum e descontinuidade a partir de um “negativo” a se “curar” (doença/saúde, velhice/juventude, dor/prazer); (iii) saúde como tecnologia: cientificação da saúde (CASTIEL; VASCONCELLOS-SILVA, 2006).

Portanto, saúde e mídia entrelaçadas são as principais fontes de construção do imaginário social em relação às inúmeras questões que afetam a população ou interferem cada vez mais na vida cotidiana. A distinção entre os dois campos é o discurso utilizado. No campo da saúde predomina o discurso *eşotérico*, produzido por especialistas e com embasamento científico. Enquanto o discurso *eşotérico* é o proferido pela mídia e voltado ao público universal e não especializado, ou seja, a produção é baseada nos discursos científicos, que então são codificados, de maneira particular que nem sempre coincidem com os princípios originais. Há uma livre tradução dos sentidos (RODRIGUES, 1997; OLIVEIRA, 2013b).

A transformação do discurso *eşotérico* em *eşotérico* torna o processo de comunicação mais compreensível e de fácil acesso, o que possibilita aumentar a audiência, pautando e ordenando sua narrativa em torno do que julga ser o imaginário contemporâneo da saúde, destacando-se os fatores de risco e os de promoção da saúde (RODRIGUES, 1997; OLIVEIRA, 2013b).

“A simbiose entre estas modalidades discursivas cria diversas zonas de tensão e de conflitos entre estes dois campos devido à natureza expressiva e interpretativa de cada um ao nomear e interpretar os fatos e os acontecimentos relacionados à saúde. Nestas condições o jornalismo, ao interpelar a saúde, o faz fazendo convergir para si diversas formas de disputas simbólicas da sociedade sendo que ele também faz parte desta disputa” (OLIVEIRA, 2013b).

Assim, ao analisar a mídia (sob a ótica da saúde, com foco na obesidade) é de suma importância considerar as características do dispositivo midiático (na presente pesquisa, o dispositivo jornalístico dos jornais impressos) e de que maneira eles modulam a linguagem (as narrativas, sob a perspectiva da análise do discurso) dando a eles novos sentidos em função do público (discurso exotérico). Isso porque o discurso jornalístico na saúde não é mais um discurso da saúde, mas um discurso público com características próprias do dispositivo em que se insere e na perspectiva de uma axiologia própria (valores).

[...] é preciso atentar para o fato de que o discurso jornalístico está imerso no universo discursivo, não apenas porque é também discurso, mas porque se relaciona e negocia com outros tipos de formações discursivas constantemente. Isso significa que o discurso jornalístico trata de uma realidade que já é apreendida de antemão por meio de outros tipos de dispositivos: por exemplo, quando o jornalismo relata algum acontecimento da esfera política e recorre ao discurso produzido por membros daquela esfera, ora, é claro que aqueles indivíduos estão assujeitados a dispositivos vários que servem ao sistema político. Observo isso apenas como constatação de que não há experiência humana que aconteça sem gestão de algum tipo de dispositivo, e menos ainda no âmbito do discurso (GRANDO, 2012).

## 2 A OBESIDADE SOB A ÓPTICA DA NUTRIÇÃO

Alimentação e nutrição são fatores determinantes que afetam a saúde das populações humanas, ricas ou pobres, cujo padrão alimentar relaciona-se diretamente com o perfil de morbimortalidade.

Para entender o campo da comunicação e informação na saúde, em específico na nutrição é importante compreender o processo da Transição Nutricional.

### 2.1 TRANSIÇÃO NUTRICIONAL

A obesidade é fator de risco para as DCNT (diabetes, câncer, dislipidemias, hipertensão arterial, doenças cardíacas).

Entre os fatores condicionantes para o aumento de sua incidência e prevalência, destaca-se o processo da transição nutricional. Fenômeno no qual há uma inversão nos padrões de distribuição dos problemas nutricionais de uma dada população no tempo. Uma mudança na magnitude e no risco atribuível aos agravos associados ao padrão que os determinam relacionados à modernidade, estabelecendo-se desta maneira, um antagonismo de tendências temporais no estado nutricional populacional (redução da desnutrição e aumento da obesidade) (KAC; VELÁSQUEZ-MELÉNDEZ, 2003; FERREIRA; DINIZ; CAVALCANTE, 2013).

Do ponto de vista nutricional, este processo se caracteriza pelo aumento no consumo de alimentos industrializados, fonte de gorduras, sal e açúcares em detrimento a uma alimentação composta por frutas, legumes e verduras e em associação com a redução dos níveis de exercício e aumento do sedentarismo (FERREIRA; DINIZ; CAVALCANTE, 2013).

Os dados da Pesquisa de Orçamento Familiar (POF) de 2008/2009 demonstram um quadro nutricional brasileiro favorável a este processo de tendências antagônicas. Comparando os resultados atuais com os de avaliações anteriores (POF/2003) houve uma maior diversificação na alimentação do brasileiro. Por exemplo, verificou-se queda no consumo domiciliar com gêneros tradicionais e básicos, como arroz (de 17,4% para

16,2%), feijão (de 6,6% para 5,4%) e farinha de mandioca (de 4,9% para 3,9%). Ao mesmo tempo, cresceu a proporção de comidas industrializadas como pães (de 5,7% para 6,4%), embutidos (de 1,78% para 2,2%), biscoitos (de 3,1% para 3,4%), refrigerantes (de 1,5% para 1,8%) e refeições prontas (de 3,3% para 4,6%). Quando comparadas as despesas referentes aos grupos de alimentos, entre as edições da POF de 2002/2003 e 2008/2009, os achados corroboram com os descritos por Levy-Costa (2005), destacando-se o aumento da participação do grupo carnes, vísceras e pescados (de 18,3% para 21,9%), e a queda da participação do grupo cereais, leguminosas e oleaginosas (de 10,4% para 8,0%).

Mesmo havendo um discreto aumento na participação do grupo das frutas (de 4,2% para 4,6%), legumes e verduras (de 3,0% para 3,3%), os valores encontram-se abaixo das recomendações preconizadas pela *Food and Agriculture Organization of the United Nations* (FAO) e pela Organização Mundial de Saúde (OMS), que recomendam um consumo mínimo de 400 g/dia, ou entre 6% a 7% das calorias totais de uma dieta de 2.300 Kcal diárias. A avaliação nutricional mostrou que, em 2008/2009, a disponibilidade média per capita de alimentos correspondeu a 1.611 kcal/dia, menos que em 2002/2003 (1.791 kcal/dia).

## 2.2 ENTENDENDO A OBESIDADE: SUA FACETA BIOMÉDICA

Fenômeno contemporâneo, o sobrepeso e a obesidade crescem em proporções epidêmicas de maneira paradoxal em um país com bolsões de miséria e fome. Exibe um quadro alarmante, com índices crescentes em todo o país e mundo, que independe do estágio de desenvolvimento e da condição socioeconômica da população (WHO, 2000, 2009).

Trata-se de uma doença que atinge todas as faixas etárias, gêneros, ciclos da vida seja em maior ou menor proporção, implicando maior ônus econômico ao país e adoecimento por parte da população.

Além de ser uma doença em si, é fator de risco para outras DCNT, sendo que o excesso de peso é um dos principais fatores que contribuem para a carga global de doenças no mundo. Em termos de mortes atribuíveis, os principais fatores de risco são a hipertensão arterial (contribui para 13% das mortes no mundo), seguida do consumo de

tabaco (9%), hiperglicemia (6%), inatividade física (6%) (WHO, 2009).

Grande atenção é dada pelos profissionais da área da saúde, autoridades e pesquisadores em torno da obesidade. Dados da POF e da Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico (VIGITEL) corroboram esta preocupação. Em uma previsão ascendente deste quadro para os próximos anos, aumentam os riscos de doenças apontadas como decorrentes ou associadas ao excesso de peso (as DCNT), óbitos ou custos para os indivíduos e para a saúde pública (FIGUEIREDO, 2009; OLIVEIRA, 2013b).

Estudo realizado por Oliveira M. L. (2013) sobre as estimativas dos custos da obesidade para o Sistema Único de Saúde (SUS) brasileiro demonstra que entre os anos de 2008 e 2009, 1,55 milhões de adultos apresentavam obesidade mórbida, totalizando 0,8% da população brasileira. Em 2011 os custos atribuíveis com a obesidade somaram R\$487,98 milhões, representando quase 2% dos gastos com assistência à saúde de média e alta complexidade.

Este quadro se apresenta como uma epidemia de peso e vem sendo tratada e disseminada por profissionais da área da saúde (médicos, nutricionistas, enfermeiros, educadores físicos, psicólogos, outros), pelas autoridades governamentais (que são responsáveis pelos cuidados da população e pela manutenção dos sistemas de atendimento à saúde) e pela mídia, que atinge uma audiência bem ampla.

A obesidade caracteriza-se como um importante problema de saúde pública, sendo considerada pela OMS como uma epidemia (ABRANTES; LAMOUNIER; COLOSIMO, 2003).

Na condição de doença crônica e de origem multifatorial, caracteriza-se pelo acúmulo excessivo de tecido adiposo no organismo em virtude de um desequilíbrio entre a ingestão de energia e o gasto energético (ADES; KERBAUY, 2002). Resulta em um balanço energético positivo, decorrente da elevação quantitativa do consumo de alimentos, como mudança na dieta que se caracteriza pela ingestão de alimentos com alta densidade energética; uma redução no gasto energético, ou combinação de ambos os fatores (WHO, 2000; SHILS et al., 2003; MENDONÇA; ANJOS, 2004 *apud* FERREIRA, 2006).

A obesidade não é uma desordem singular, mas um grupo heterogêneo de



condições com múltiplas causas que em última análise resultam no fenótipo de obesidade. A influência do genótipo na etiologia desta desordem pode ser exacerbada por fatores dietéticos, ambientais, psicológicos, socioeconômicos e culturais (FRANCISCHI et al., 2000); sendo fator de risco para patologias graves, como, diabetes, doenças cardiovasculares, hipertensão arterial, distúrbios reprodutivos na mulher, alguns tipos de cânceres, problemas respiratórios; podendo ainda, ser causa de sofrimento, depressão e de comportamentos de isolamento social que acarretam em prejuízos na qualidade de vida do indivíduo (ADES; KERBAUY, 2002 *apud* FERREIRA, 2006).

Gigante et al (1997) definem a obesidade a partir do IMC que é obtido pela razão da massa corporal (kg) e a estatura ( $m^2$ ). Este índice foi desenvolvido no século passado por Lambert Adolphe Jacques Quetelet, um matemático belga. O seu uso tornou-se, praticamente, consensual na avaliação nutricional de adultos sendo os limites inferior e superior de normalidade baseados em critérios estatísticos que correlacionam uma maior morbimortalidade em pessoas com IMC acima ou abaixo destes valores (ABRANTES, LAMOUNIER; COLOSIMO, 2003). De acordo com a *World Health Organization* (WHO, 2000), IMC superior a  $30 \text{ kg/m}^2$  é classificado como obesidade, enquanto IMC entre 25,0 a  $30 \text{ kg/m}^2$  como excesso de peso (QUADRO 1).

Quadro 1: Classificação do peso pelo IMC, segundo WHO (2000).

Classificação	IMC (Kg/m <sup>2</sup> )	Risco de Comorbidades
Baixo peso	< 18,5	Baixo
Peso normal	18,5 – 24,9	Médio
Sobrepeso	≥ 25,0	-----
Pré-obeso	25,0 a 29,9	Aumentado
Obeso I	30,0 a 34,9	Moderado
Obeso II	35,0 a 39,9	Grave
Obeso III	≥ 40,0	Muito grave

Fonte: (WHO, 2000).

### 2.3 OBESIDADE NO BRASIL

A OMS projetou que no ano de 2005 o mundo teria 1,6 bilhões de pessoas acima de 15 anos de idade com excesso de peso ( $\text{IMC} \geq 25 \text{ kg/m}^2$ ) e 400 milhões de obesos ( $\text{IMC} \geq 30 \text{ kg/m}^2$ ). A projeção para 2015 foi ainda mais pessimista: 2,3 bilhões de pessoas com

excesso de peso e 700 milhões de obesos. Indicando um aumento de 75% nos casos de obesidade em 10 anos (VIGITEL, 2009). O Brasil ocupa no ranking da OMS a 77ª posição, enquanto que os Estados Unidos, ocupam a quinta posição. Quando avaliam-se países da América do Sul, o Chile é o país mais obeso (25,1%), seguido por Paraguai (22,8%), Argentina (20,5%), Uruguai (19,9%) e o Brasil (17,9%) (VIGITEL, 2015). Monteiro *et al.*, (2007) analisaram a evolução da obesidade nos diferentes quintis de renda da população brasileira. Entre 1975 e 1989, o aumento das taxas de obesidade foi relativamente maior entre os grupos de indivíduos de menor renda. No segundo período estudado (1989 a 2003), novamente os aumentos foram maiores entre os mais pobres. Neste segundo período, a taxa de obesidade permaneceu praticamente estável no conjunto da população feminina, mas aumentou 26% entre as mulheres nos dois quintis de renda mais baixos e diminuiu em 10% entre as mulheres nos três quintis de maior renda.

Dados da pesquisa VIGITEL realizado com adultos das capitais dos 26 estados brasileiros e do Distrito Federal, indicam uma evolução na frequência de excesso de peso e de obesidade na população brasileira (VIGITEL, 2015).

Entre 2006 e 2011 houve aumento crescente de excesso de peso (de 43 para 49%), sendo maior entre homens (51%) se comparado às mulheres (42,3%) e incremento na obesidade (de 11 para 16%).

Estes resultados corroboram com os obtidos pela POF de 2008/2009, que mostram um aumento contínuo do excesso de peso e da obesidade na população com mais de 20 anos de idade ao longo de 35 anos. O excesso de peso quase triplicou entre os homens (de 18,5% em 1974-1975 para 50,1% em 2008-2009). Entre as mulheres o aumento foi menor (de 28,7% para 48%). No caso dos indivíduos classificados como obesos houve um incremento de quatro vezes entre os homens (de 2,8% para 12,4%) e de duas vezes entre as mulheres (de 8% para 16,9%) (POF, 2010a).

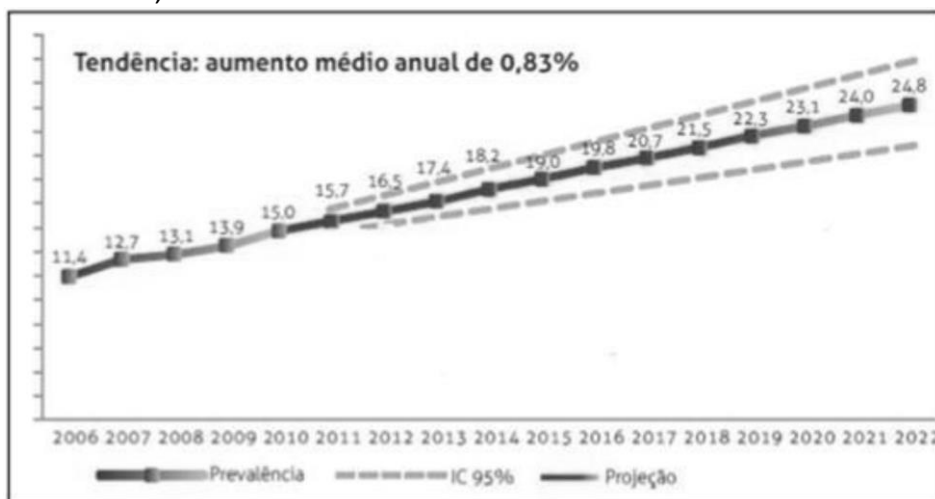
Dados do Ministério da Saúde (MS) e da OMS, para o Brasil, indicam que este quadro de homens e mulheres obesos continuará a subir (ABEGUNDE *et al.*, 2007; VIGITEL, 2012) (GRÁFICO 1).

Em âmbito mundial, estima-se que no ano de 2008 cerca de 502 milhões de adultos estavam obesos (FINUCANE *et al.*, 2011).

A prevalência da obesidade quase duplicou entre 1980 e 2008 (GRÁFICO 2) no

mundo. Em 2008, 10% dos homens e 14% das mulheres no mundo estavam obesos, em comparação com 5% dos homens e 8% das mulheres em 1980. As mulheres tendem a ser mais propensas a esta doença do que os homens (WHO, 2012).

Gráfico 1: Projeção da obesidade (IMC  $\geq 30\text{kg/m}^2$ ) em adultos ( $\geq 18$  anos) nas 26 capitais e no Distrito Federal, 2006 a 2022.



Fonte: Brasil. Ministério da Saúde (2011 p.92) (adaptada).

Dados mais recentes publicados pelo (VIGITEL, 2015) demonstram que a obesidade encontra-se estabilizada no Brasil, porém o excesso de peso vem aumentando. A pesquisa realizada pelo Ministério da Saúde (2015) alerta que 52,2% da população está acima do peso, embora o índice de obesidade esteja estável. Há nove anos esta taxa de sobrepeso encontrava-se em 43% (o que representa um crescimento de 23% no período).

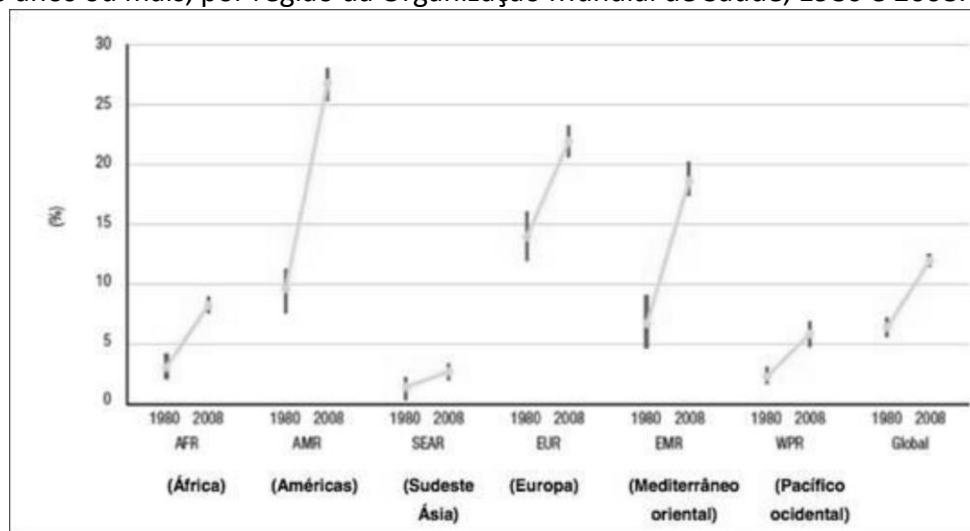
Quando avaliados por sexo observa-se que os homens apresentam registros de maiores percentuais (56,5%), contra 49,1% entre as mulheres (embora esta diferença não seja significativa quando o assunto é obesidade).

Estes achados epidemiológicos orientam ações do Ministério da Saúde, que tem priorizado a promoção da saúde e a prevenção de doenças.

Entre as metas do Plano de Ações Estratégicas para o Enfrentamento das DCNT, lançado em 2011, encontra-se a de deter o crescimento da obesidade e excesso de peso no país, bem como incentivar a adoção de hábitos saudáveis entre a população.

Sabe-se que as doenças crônicas são responsáveis por 72,4% dos óbitos dos brasileiros. Até 2022, o Ministério pretende diminuir em 2% ao ano o número de mortes associadas às DCNT.

Gráfico 2: Prevalência (%) da obesidade ( $IMC \geq 30 \text{ kg/m}^2$ ) ajustada pela idade em adultos com 20 anos ou mais, por região da Organização Mundial de Saúde, 1980 e 2008.



Fonte: WHO (2012).

O investimento no SUS em Atenção Básica, responsável por resolver até 80% dos problemas de saúde, cresceu 106% em quatro anos, chegando a R\$ 20 bilhões em 2014. São quase 40 mil equipes de Saúde da Família, cobrindo 60% da população.

As equipes contam com o apoio de profissionais, como nutricionistas, fisioterapeutas e de educação física que ficam nos 3.923 Núcleos de Apoio à Saúde da Família. Também são realizadas ações de promoção à saúde com mais de 18 milhões de alunos do ensino fundamental por meio do Programa Saúde na Escola.

## 2.4 OBESIDADE COMO FATOR DE RISCO

A promoção da saúde vem se consolidando, como alternativa de ação baseada na tríade saúde-doença-cuidado, uma vez que se relaciona à ideia de prevenção e proteção contra enfermidades e outros agravos. O conceito de fator de risco torna-se fundamental para entender a promoção da saúde, além das questões que envolvem os aspectos relacionados à saúde-doença (FERRAZ, 2012).

Na epidemiologia, o conceito de risco foi incorporado em meados do século XX, possibilitando o estudo das DCNT. A partir do momento em que a área criou marcadores para medir quantitativamente a morbidade no contexto das coletividades (os fatores de

risco), foi possível definir intervenções preventivas, visando a mudanças de comportamento e estilos de vida dos indivíduos. Porém, o refinamento das técnicas estatísticas no cálculo das probabilidades e a conseqüente ênfase na adoção de normas às rotinas de vida acabaram provocando, em certa medida, uma padronização do viver humano em prol da promoção e da redução de doenças e outros agravos (FERRAZ, 2012).

De acordo com Lerner e Sacramento (2014) e Vaz et al (2007) a questão da saúde perpassa para além do agente patogênico e de métodos preventivos em relação à incidência e prevalência de doenças. Mas, sim a uma nova percepção sobre o conceito em si de saúde e doença e as fronteiras que os separam. O estar saudável engloba noções relacionadas à qualidade de vida, bem-estar e autoestima. Houve um redimensionamento dessas fronteiras, proporcionando distintos impactos seja na temporalidade ou na ação do sujeito humano, ou seja, a doença pode ser evitada em um tempo presente que depende de sua própria ação em evitá-la. Como também no impacto dos processos de subjetivação, posto que o indivíduo passa de um ser cotidianamente saudável à doente em potencial, ou eventualmente em doente cuja condição é ignorada.

Ao se estabelecer conexão entre práticas cotidianas e doenças futuras, ao se colocar o indivíduo como vítima de seus próprios hábitos, o que se faz é transferir o controle da doença para ele. Essa ligação reduz a incerteza em relação ao futuro por dar sentido à vida e ao sofrimento. O conceito de fator de risco preenche o vazio de respostas para questões como “por que esta pessoa adoeceu e não a outra?”, “por que neste dado momento?” e “o que pode ser feito para evitar a doença e a morte?” (VAZ et al., 2007)

Assim, observa-se que o conceito de saúde é reforçado à sua relação com a doença. Os indivíduos estão cada vez mais preocupados em fazer exercício e alimentar-se de maneira equilibrada com intuito de reduzir o risco às DCNT.

Isso de fato pode ser verificado pelos dados atuais do VIGITEL (2015) que apontou um aumento significativo de 18% nos níveis de atividade física entre os brasileiros nos últimos 6 anos, com destaque para os homens (42%) e pessoas com mais anos de escolaridade (47,8%). Quando avaliada a dieta da população brasileira observou-se um

aumento no consumo de frutas e hortaliças com marcadores de melhoria da alimentação, principalmente, entre as mulheres (42,5% de consumo regular).

E é neste contexto que se enquadra a questão da obesidade. O seu conceito atual, como doença e fator de risco para outras doenças (as DCNT), se transformou ao longo dos anos e se reflete nos discursos médicos que predominavam por período. Tais discursos envolviam um saber e um fazer específico no lidar com o corpo e com os sujeitos (CARVALHO, 2008).

Estudo realizado por Cori et al (2015) reforça esta premissa ao analisar as atitudes de nutricionistas, envolvendo crenças sobre características atribuídas às pessoas obesas, fatores de desenvolvimento e a obesidade em si. Encontrou-se alta frequência de respostas com tendência de estigmatização e preconceito para com a obesidade por parte dos próprios profissionais de saúde. A culpabilização do paciente e o foco de que o problema poderia ser resolvido com “força de vontade” foram evidenciados nos resultados – com os profissionais respondendo que é desconfortável ser associado a um obeso e que, os obesos poderiam alcançar o peso ideal se fossem motivados.

“Pode-se captar destes resultados que os nutricionistas veem a obesidade como um problema comportamental e psicológico, sendo a atividade física sua principal “causa”. Obviamente responder em sua maioria que a inatividade física é um fator extremamente importante na obesidade não é inadequado, o que chama atenção é este fator (assim como alterações emocionais e vício em comida) receber mais respostas “importante” do que outros como alterações metabólico-hormonais, situação financeira e social, e fazer dietas repetidamente” (CORI; PETTY; ALVARENGA, 2015).

Da mesma maneira, conteúdos e imagens referentes à obesidade também se globalizam e passam a influenciar nas decisões individuais em diferentes espaços sociais, considerando-se, também, os valores culturais locais (GOMES, 2006). Vaz (2009) afirma existir uma articulação entre mídia e ciência e que a mídia, se legitima como a responsável na sociedade pela advertência dos riscos e pela proposição dos meios para evitá-los, realizando desta maneira, uma cientificização da vida e morte dos indivíduos.

Este cenário permite uma amplitude nos discursos e práticas baseadas nos estilos de vida individuais, no qual os indivíduos não precisam estar continuamente avaliando suas decisões de consumo, mas estariam cada vez mais conscientes de que estão fazendo escolhas e que, a experiência transmitida pela mídia os influencia, seja de maneira sutil ou incisiva.

Uma pesquisa realizada nos Estados Unidos revelou que 40% das chamadas de primeira página oriundas em jornais americanos referiam-se aos hábitos de vida e fatores de risco. Como evidência, 58% dos adultos americanos relatam que notícias sobre saúde são fatores motivantes na mudança de comportamento de hábitos alimentares (HAMPL, 2003).

Poulain (2004) ao analisar aspectos relacionados às práticas alimentares reforça que a alimentação é uma das formas de decisão cotidiana enfrentadas pelos indivíduos, desempenhando um importante papel em suas escolhas, propiciando a promoção da saúde e a redução dos riscos às doenças. Indivíduos passam a ter acesso a informações, por meio dos *mass media*, provenientes de diferentes espaços que fogem às fronteiras de onde vivem.

Assim, a obesidade ao ser entendida como fator de risco imprime possíveis previsões futuras e alertas cotidianos. A própria classificação conceitual do que é um obeso pode sofrer alterações em virtude de pesquisas científicas, como também, decorrente de mutações estéticas associadas ao contexto social, interesse do mercado e poder midiático (GOMES, 2006).

Em uma determinada época, o ganho de peso era considerado sinal de saúde, prosperidade e riqueza. Tal conceito foi se modificando discretamente a partir da segunda metade do século XX, quando passa então, ser visto como ameaça à saúde (SACRAMENTO; CRUZ, 2014).

Destarte, observa-se que a sociedade de consumo fornece oportunidades distintas propiciadas pela “criação” do obeso, ao mesmo tempo em que a obesidade é considerada uma doença que deve ser combatida. Porquanto, novas “mercadorias” passam a ser oferecidas como forma de prevenção destes riscos “pré-fabricados” (GOMES, 2006).

O risco da obesidade se torna público e globalizado, o que gera múltiplos conhecimentos e mensagens cotidianas. Apesar de existir uma diversidade de estilos de informações oferecidas atualmente, quando o assunto refere-se à temática obesidade, há uma “pressão normativa” nos riscos relacionados a ela (GOMES, 2006).

Tais riscos são tratados em nível mundial por órgãos renomados como a OMS em seu *Report* sobre “Estratégias Global para Dietas, Atividade Física e Saúde” (WHO; FAO, 2003), que enfatiza o combate à obesidade e ao excesso de peso.

Para a OMS o problema da obesidade vai além do peso e ultrapassa ações médicas. Envolve: (i) redimensionamento da obesidade como epidemia de caráter mundial; (ii) ressalta a importância do aspecto socioeconômico presente no problema; (iii) conclama o envolvimento de várias instâncias sociais para o controle da epidemia; (iv) estabelece que o controle deverá envolver mudanças de hábitos alimentares e de vida, extensa a todos os ciclos da vida, faixas etárias e classes sociais.

Esse discurso da OMS concentra seus esforços sobre o controle de risco da obesidade por meio de ações em saúde pública vigentes em cada país. Intervenções que reúnam os diversos setores da sociedade. Assim, observa-se a necessidade de um esforço conjunto entre: o poder público, a indústria de alimentos, a mídia e os consumidores.

## 2.5 OBESIDADE E AS REPRESENTAÇÕES CULTURAIS DO CORPO, DA BELEZA E DAS IDENTIDADES

Ao longo do tempo o conceito de corpo saudável tem sofrido transformações.

Na modernidade, especialmente no Renascimento, a beleza do corpo feminino associava-se à formas mais voluptuosas. A gordura era vista como fartura, fortuna ou até mesmo bem-estar e beleza.

Na época pré industrial, eram frequentes os períodos de carência alimentar e, a mulher de peso excessivo simbolizava uma mulher forte, com energia suficiente para enfrentar esses momentos conturbados e proteger sua família. A magreza era vista como indicador de enfraquecimento, adoecimento e pobreza, ou seja, era signo de feiura (ANDRADE; BOSI, 2003; ALMEIDA et al., 2005; BOSI et al., 2006).



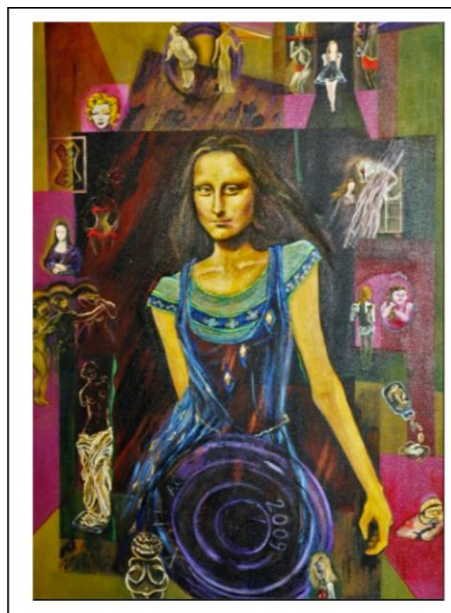
De acordo com Sacramento e Cruz (2014), no Brasil dos anos 1920, os medicamentos e cosméticos atuavam na busca pela cura e pelo restabelecimento do corpo belo por meio da robustez e da fartura.

A partir da segunda metade do século XX esse ideário veio sofrendo modificações. Com maior disseminação da educação física e da nutrição na sociedade, bem como a penetração do discurso biomédico, inicia-se a busca pelo corpo magro, atlético e por formas definidas que passam a constituir como objeto de consumo (ANDRADE; BOSI, 2003; ALMEIDA et al., 2005; BOSI et al., 2006; SACRAMENTO; CRUZ, 2014).

A gordura corporal passa a ser classificada como fator de risco associando-se à incidência e prevalência da obesidade e outras DCNT.

Assim, as representações do corpo na contemporaneidade estão associadas à saúde, sob a perspectiva da promoção de um estilo de vida adequado, que se relacionam a um corpo em movimento, à boa forma, à magreza ou à moderada hipertrofia muscular (LERNER; SACRAMENTO, 2014), como bem expressa a pintura da artista plástica Maria Eugênia S. C. S. Chaves (FIGURA 1).

Figura 1: Obra Mona Lisa Anoréxica da artista plástica Maria Eugênia Chaves.



Fonte: Maria Eugênia Chaves

A obra expressa esta relação atual da sociedade contemporânea com o corpo, constituinte de uma conduta resultante de coerções sociais e narrativas midiáticas impositoras de novos padrões estéticos (FISCHLER, 1995).

As proposições de Fischler (1995) relacionam-se à questão da higiomania (obsessão com a saúde). Nogueira (2001) baseando-se nos conceitos de Ivan Illich explora a maneira como a sociedade contemporânea constrói a imagem da saúde e como a valoriza por meio de sua identificação com a aparência e as condições do corpo. Recorre ao fenômeno da “iatrogênese do corpo”, decorrente da posição de centralidade que o corpo ocupa na cultura contemporânea, na qualidade de um objeto de constante preocupação e de intensos cuidados das pessoas.

O mundo contemporâneo exige a prática de exercícios e alimentação equilibrada. Trata-se de uma dupla lipofobia: contra a gordura e contra o gordo. A modelagem do corpo associa-se à maneira de moldar a vida e, o indivíduo incapaz de construir um corpo escultural e caracterizado aos padrões de beleza atuais pode ser visto como uma falha individual na gestão da própria vida. Sem controle pelo próprio corpo. O indivíduo gordo (obeso) é visto não só pelo seu fenótipo e condição patológica. Seu excesso de gordura corporal o transforma em um ser socialmente incapaz, inativo, preguiçoso, viciado em comida, descontrolado. É culpado por sua condição, por não mudar seus hábitos.

Ele é um fracassado. Falha de acordo com a estrutura moral contemporânea, porque os valores que regem as relações com o eu são o bem-estar, a juventude prolongada, o autocontrole e a eficiência (VAZ, 1999; GOMES, 2006; SACRAMENTO; CRUZ, 2014).

Apesar de na atualidade existir uma forte presença do discurso incentivando a diversidade e às múltiplas identidades, observa-se que as associações do corpo saudável com o corpo espetacular são cada vez mais exaltadas até mesmo nos discursos midiáticos.

Malterud e Ulriksen (2010) exploraram os aspectos normativos dos discursos noruegueses sobre a questão da obesidade. Foram analisados os discursos de cinco jornais locais, onde observou-se dois principais domínios normativos dentro do discurso: 1] alerta sob o ponto de vista estético, ou seja, à medida que se aumenta o peso, menor será a beleza e atratividade do indivíduo e que, ser gordo é ser infeliz e feio; 2] falta de controle dos indivíduos obesos, conectando ganância à falta de responsabilidade e a má

saúde. É a obesidade ligada a indivíduos indisciplinados e gananciosos, que deveriam se envergonhar da situação em que se encontram.

Com o objetivo de refletir sobre o modo como a mídia impressa representa e propaga conceitos de corpo feminino saudável, Siqueira e Faria (2007) analisaram seis revistas brasileiras voltadas a este público. Concluíram que as revistas femininas apresentam receitas de como se alcançar o equilíbrio para viver nas cidades, conviver com a competição, a violência e o estresse daí decorrentes. O resultado para isso deve ser aparente – uma bela aparência; um corpo forte, esbelto. Estes achados corroboram com os de Sudo e Luz (2007) que estudaram as representações sociais acerca do ser gordo, por meio de uma análise qualitativa e interpretativa de 14 matérias que foram capas de duas revistas semanais brasileiras (Veja e Isto É) entre os anos de 1997 e 2002. Sobressaiu das análises que as revistas destacam depoimentos baseados no saber científico e biomédico que legitimam a escolha de um tipo de corpo caracterizado como supostamente “ideal”, por ser considerado sinônimo de saúde, felicidade e alegria: o magro. Assim, um cerco à gordura é declarado e estratégias de “luta” são formuladas, recaindo, em última análise, sobre o ser gordo.

Felippe (2003) avaliou dois jornais de grande circulação da cidade de Porto Alegre e duas revistas de circulação nacional no período de 2001 a 2002. A pesquisa se situou num contexto mais amplo de um trabalho de averiguação da discriminação de pessoas obesas. Analisaram-se os sentidos e significados de imagens e textos, a partir dos quais se levantaram as seguintes categorias: humilhação, desvalia, discriminação, padrão estético, autoestima e informação/orientação. Foi observado que as mensagens veiculadas pelas matérias impõem um estereótipo de beleza inalcançável e estimulam uma exigência para alcançá-lo. Uma atitude de desagregação e rechaço com as pessoas obesas foi uma tendência verificada mais nos jornais do que nas revistas. Para os autores a mídia estimula o padrão estético magro, discriminando o gordo de uma maneira não sutil, com mensagens agressivas, persuasivas e pouco estimuladoras, reforçando a baixa autoestima percebida pelos indivíduos obesos em sua desvalia.

### 3 OBJETIVOS

A pesquisa tem com objetivo geral compreender os sentidos produzidos, sobre a temática obesidade, para além da relação saúde-doença.

Como objetivos específicos a pesquisa tem a finalidade de:

- Caracterizar as matérias jornalísticas relativas à obesidade em jornais de circulação nacional para comunicar sobre obesidade;
  - Verificar a quantidade de matérias sobre obesidade publicadas em cada jornal;
  - Identificar em quais cadernos/suplementos, de ambos os jornais, as matérias sobre obesidade são publicadas;
  - Analisar as características de publicação: formato e gênero jornalístico
  - Observar a quantidade de matérias sobre obesidade foram capas/manchetes em ambos os jornais, no período da pesquisa;
  - Verificar a quantidade de matérias referentes à temática obesidade infantil, presente em ambos os jornais;
- Identificar as estratégias discursivas utilizadas nos jornais pesquisados sobre obesidade;
- Comparar os aspectos quantitativos, as narrativas e conteúdo das matérias sobre obesidade, entre os jornais pesquisados;
- Realizar a análise da narrativa em três pares de matérias (selecionadas de cada jornal) com vistas a compreensão dos sentidos sobre a obesidade neles impressos.

## 4 MÉTODOS

Para o alcance dos objetivos propostos a pesquisa encontra-se fundamentada nas atividades que se seguem.

### 4.1 O OBJETO DE ESTUDO E A AMOSTRA

O objeto de avaliação de estudo correspondeu a matérias selecionadas de jornais impressos que integram os materiais de estudo do Observatório de Saúde na Mídia do Laboratório de Comunicação e Saúde (Laces/Icict/Fiocruz). O Observatório monitora diariamente periódicos impressos de grande circulação no país: O Globo e O Dia (Rio de Janeiro); Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo e o Jornal da Tarde (São Paulo); Correio Brasiliense (Brasília); Jornal do Comércio e Folha Pernambuco (Recife) (FIOCRUZ, 2013).

A relação entre o campo jornalístico e o campo da saúde foi realizada a partir do estudo do universo de dois jornais de diferentes estados: jornal Folha de S. Paulo (São Paulo) e o jornal O Globo (Rio de Janeiro). A escolha de dois jornais de estados distintos se fez com a finalidade de realizar comparações, que possam refletir as distintas valorizações da temática Obesidade a cada contexto.

Os jornais Folha de S. Paulo (Folha) e O Globo foram selecionados como veículos de comunicação de análise por serem jornais de grande representatividade no país. A Folha é o jornal de maior circulação no Brasil, com 342,2 mil exemplares (impressos e digitais) vendidos em média por dia, de acordo com os dados do Instituto Verificador de Comunicação – IVC<sup>2</sup> (IVC, 2014). O segundo maior em vendas é o Jornal O Globo, com média de 321,9 mil exemplares vendidos ao dia (IVC, 2014).

Ambos os jornais se apresentam como os de maior circulação no país e, fazem parte dos periódicos selecionados pelo Observatório. Além de serem jornais de grande credibilidade e contarem com expressivo número de leitores, destacam-se em posição

---

<sup>2</sup> O IVC baseia-se em informações juradas, fornecidas pelo próprio veículo e controladas por meio de relatórios de auditorias feitas pelo Instituto a seus filiados: 17.639 revistas e 5.809 jornais, em 2008. As auditorias são semestrais e checam controles internos pertinentes à tiragem e circulação. A partir de 10 de março de 2015 mudou o nome que usava havia 50 anos para **Instituto Verificador de Comunicação**, refletindo a recente ampliação do seu foco.

como veículo de comunicação no campo jornalístico, contribuindo de maneira “positiva” nos discursos, imprimindo visibilidade quanto à confiabilidade e autoridade em relação aos outros jornais por parte dos leitores, jornalistas, outros veículos, cientistas, políticos, entre outros.

Assim, o que é dito ou não sobre um tema determinado pode apresentar maior credibilidade e poder de influência sobre os modos de pensar, além de reações no próprio campo ou em outros campos (CARVALHO, 2008).

A escolha dos jornais também se fez em função dos indicadores do contrato de leitura, já que ambos disputam o poder de dizer sobre o mundo e, entre elas, as questões afetas à obesidade. Fausto Neto (2007) reforça que o contrato de leitura procura construir um vínculo operacional com o receptor. São operações que visam a estabelecer o ‘modo de dizer’ do jornal e que, se explicitam nas mensagens endereçadas ao leitor.

Para ambos os jornais selecionados foram clipadas e analisadas as matérias publicadas sobre a temática Obesidade no período de 01 de janeiro a 30 de junho de 2013. A opção por este recorte temporal vinculou-se à necessidade de avaliar os dados mais recentes sobre obesidade. Esta pesquisa pressupõe a discussão de questões relacionadas com o contexto atual do país, bem como a análise de fenômenos que se desenrolam ao longo do ano, produzindo sentidos e que, dificilmente poderiam ser detectados ou consistentemente analisados em amostras temporais, mais verticalizadas.

#### **4.1.1 A Folha de S. Paulo**

O Grupo Folha é um dos principais conglomerados de mídia do país. Controla o jornal de maior circulação e influência (Folha de S. Paulo), a maior empresa brasileira de conteúdo e serviços de internet (UOL), o site noticioso de jornal com mais audiência (Folha.com) e a maior gráfica comercial do Brasil (Plural), além de outros negócios (FOLHA DE S.PAULO, 2014a, 2014b).

O grupo que emprega nove mil pessoas e gera cerca de sete mil empregos indiretos conta também com o Datafolha, um dos institutos de pesquisa mais respeitados do país, uma editora de livros (Publifolha), uma livraria virtual (Livraria da Folha), uma agência de notícias (Folhapress), um dos maiores e mais modernos parques gráficos da

América Latina (CTG-F), a Transfolha, dedicada à distribuição de produtos do Grupo Folha, uma gráfica dedicada a jornais e folhetos para empresas, editoras e agências de publicidade (Folha Gráfica) e a SPDL, empresa de distribuição e logística estabelecida em associação com o jornal "O Estado de S. Paulo" (FOLHA DE S.PAULO, 2014a, 2014b).

A história do Grupo Folha remota a 1921, com fundação em São Paulo, da "Folha da Noite", jornal para o público da classe média urbana que emergia de uma sociedade ainda baseada na monocultura do café.

Nascida em 1960, da fusão de três outros jornais do Grupo Folha (Folha da Manhã, Folha da Tarde e Folha da Noite), a Folha de S. Paulo é um jornal de circulação nacional, de periodicidade diária.

São publicados também outros três jornais: "Agora", líder entre os diários populares no Estado de São Paulo, "Valor Econômico", lançado no ano 2000 em associação com as Organizações Globo, e "Alô Negócios", maior jornal da capital do Estado do Paraná (Curitiba) em número de classificados.

Na atualidade a Folha de S. Paulo conta com sete cadernos diários - Poder (política nacional), Mundo (acontecimentos políticos e sociais internacionais), Ciência + Saúde (pesquisas e descobertas científicas), Mercado (negócios e política econômica), Cotidiano (noticiário local), Esporte (jornalismo esportivo) e Ilustrada (cultura e lazer), além de sete suplementos semanais - Folhinha (para o público infantil), Tec (tecnologia e redes sociais), Equilíbrio (saúde e qualidade de vida), Turismo (destinos de viagens nacionais e internacionais), Ilustríssima (arte, ciência e humanidade), Comida (cultura gastronômica e dicas de culinária) e The New York Times (fatos da semana que ocorreram em território internacional) (FOLHA DE S.PAULO, 2014a, 2014b).

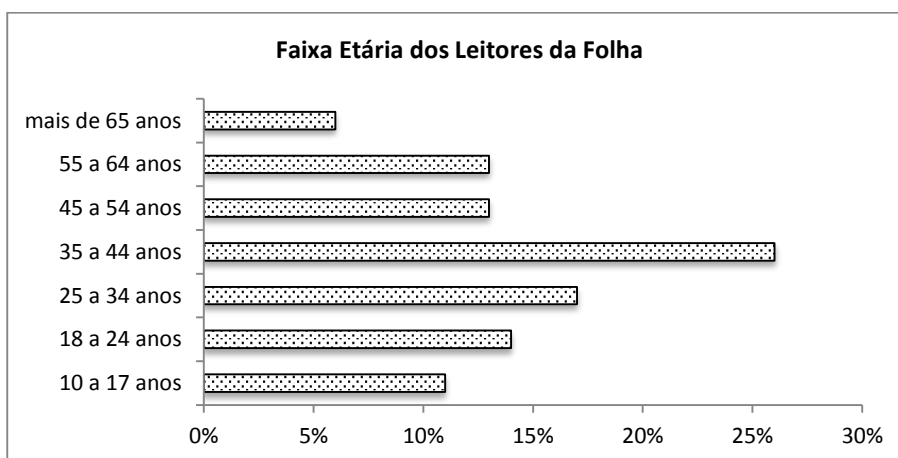
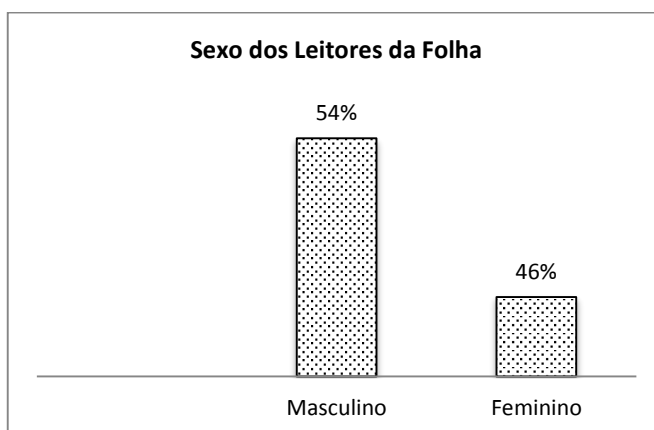
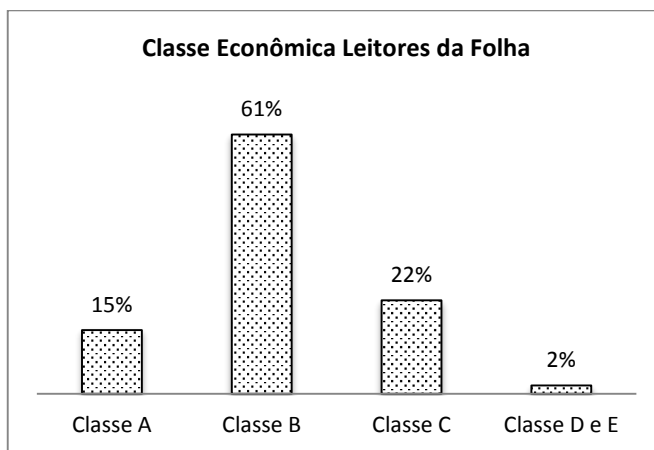
São em média 1.086.000 leitores da Folha na Grande São Paulo, com 319.351 mil exemplares em dias úteis e 344.636 mil aos domingos. Maior proporção entre a classe A (22% do público leitor) e B (61%). Homens representam 54% do público leitor, sendo que a faixa etária dos 25 a 44 anos apresenta a maior proporção de leitores (43%), conforme GRÁFICO 3 e TABELA 1 (FOLHA DE S.PAULO, 2012).

Entre as publicações, a Folha de S. Paulo ainda edita as revistas São Paulo e Serafina e o Guia Folha. E o jornal "Agora" e a "Revista da Hora".

A Folha de S. Paulo é o jornal de maior circulação e audiência do Brasil, em

diferentes plataformas e métricas. Detém o maior volume de edições pagas, vende mais edições digitais do que seus concorrentes e recebe mais cliques e visitantes em seu site do que qualquer outro jornal (FOLHA DE S.PAULO, 2014a, 2014b).

Gráfico 3: Perfil dos 1.086.000 leitores do jornal Folha de São Paulo. Grande São Paulo, SP, 2014.



Fonte: Ipsos Marplan- Estudos EGM (adaptada) - 1º Trimestre de 2014 - Leitores da Folha de S. Paulo - Grande São Paulo.



Tabela 1: Perfil dos 1.086.000 leitores da Folha de São Paulo - Grande São Paulo. SP, 2014.

Perfil do Leitor	Percentual
Tem interesse em atualidades/noticiário do momento	87%
Tem interesse em finanças pessoais/orçamento familiar	62%
Tem interesse em política internacional	49%
Tem interesse em política nacional	57%
Tem interesse em psicologia/comportamento	51%
Próximos 12 meses - pretendem viajar	74%
Tem acesso à internet	85%
Tem TV de Plasma/LCD/LED/3D	38%
Tem casa/apartamento próprio	79%
Costuma fazer compras em shoppings centers	74%

Fonte: Ipsos Marplan- Estudos EGM - (1º Semestre de 2014) - Leitores da Folha de S. Paulo - Grande São Paulo.

De acordo com os dados do (IVC, 2014) e pela Associação Nacional de Jornais (ANJ, 2015), a Folha foi o maior jornal do Brasil de circulação paga no ano de 2014. Com média de circulação de 351.745 mil exemplares. O jornal O Globo permaneceu em segundo lugar no ranking com 333.860 mil exemplares.

De cada treze edições de jornal adquiridas pelos brasileiros, um é da Folha. A circulação da folha é 9,8% maior que a de O Globo (ANJ, 2014; FOLHA DE SÃO PAULO, 2014a, 2014b).

A Folha também se destaca no Estado de São Paulo, cuja média diária de circulação atingiu 250,7 mil em maio de 2014, ante 227,6 mil do jornal O Estado de São Paulo (FOLHA DE S.PAULO, 2014a, 2014b).

Neste período, teve um crescimento de 13,6% de venda nacional diária em relação ao mês de maio de 2013, justificada pelo aumento do número de assinantes da versão digital do jornal (FOLHA DE S.PAULO, 2014a, 2014b).

Em 2012 a Folha se tornou o primeiro jornal brasileiro a adotar um *paywall* (muro de pagamento) para o conteúdo digital, que passou a trazer o conteúdo completo do impresso depois do início da cobrança (FOLHA DE S.PAULO, 2014a, 2014b).

A Folha ainda tem o site de jornal mais lido do país. Em maio de 2014 recebeu recorde de 25,9 milhões de visitantes, segundo *Adobe Analytics*, superando os 24,7 milhões registrados em janeiro do mesmo ano. Em média, os leitores visualizaram 260,1 milhões de páginas em maio de 2014 (FOLHA DE S.PAULO, 2014a, 2014b).

#### 4.1.2 O Globo

O Grupo Globo é o maior conglomerado de mídia do Brasil e da América Latina, com posicionamento relevante em todos os segmentos que atua. No segmento de jornais e revistas, impressos e digitais, atua por meio da Infoglobo e da Editora Globo. A Infoglobo reúne jornalistas diários do jornal O Globo, Extra e Expresso, além de participar do jornal Valor Econômico (O GLOBO, 2013b).

O Globo é um jornal diário de notícias brasileiro, fundado em 29 de julho de 1925 e sediado no Rio de Janeiro. Está orientado para o público da Região Metropolitana do Rio de Janeiro (O GLOBO, 2013).

O Globo conta hoje com os seguintes cadernos: Primeiro Caderno (conteúdo diários sobre economia, política, ciência, além dos principais fatos do Rio e do mundo), Segundo Caderno (lançamentos, estreias e novidades do que há de melhor na área do entretenimento), Caderno de Esportes, Rio Show (programa cultural e gastronômico carioca), Revista O Globo (personalidade, moda, estilo de vida), Revista da TV (novidades e programação dos canais abertos e por assinatura), Prosa e Verso (literatura, lançamentos do mercado editorial), Carro e Etc, Boa Viagem (roteiros, dicas e serviços), Ela (novidades e tendências), Boa Chance (tendência no mercado de trabalho, oportunidades de emprego, classificados e colunas), Morar Bem (O GLOBO, 2013).

São em média 882 mil leitores, com 178.828 exemplares nos dias úteis e 259.521 aos domingos (circulação impressa). Maior proporção entre a classe B (55% do público leitor) e C (28%). Homens representam 51% do público leitor, sendo que a faixa etária dos 60 anos ou mais apresenta a maior proporção de leitores (24%), conforme GRÁFICO 4 e TABELA 2 (INFOGLOBO, 2015).

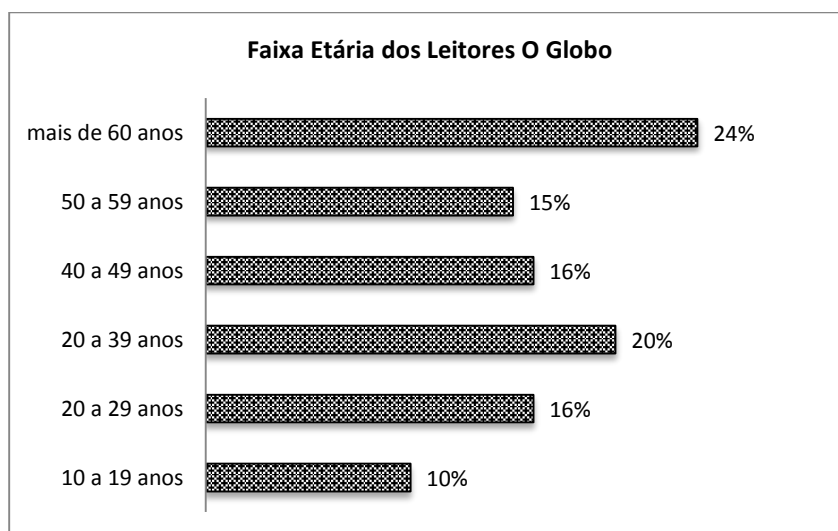
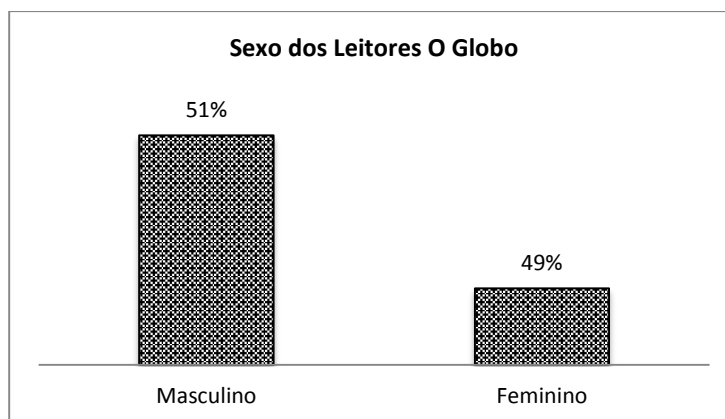
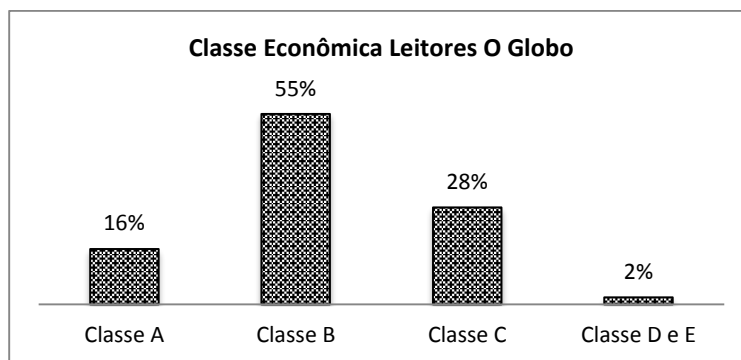
Tabela 2: Perfil dos 882 mil leitores do jornal O Globo. RJ, 2013.

Perfil do Leitor	Percentual
Tem interesses ligados à saúde/bem-estar/qualidade de vida	88%
Se interessam por diversão/lazer	85%
Tem interesses sobre assuntos em educação	72%
Possuem interesse por assuntos relacionados a beleza	63%
Costuma fazer compras em shoppings centers	75%
Possuem conta bancária	80%
Possuem casa/apartamento próprio	80%

Perfil do Leitor	Percentual
Possuem cartão de crédito	63%
Possuem plano de assistência médica	61%
Viajaram pelo Brasil ou Exterior nos últimos 12 meses	66%

Fonte: Infoglobo (2013) - Leitores do O Globo - Nacional.

Gráfico 4: Perfil dos 882 mil leitores do jornal O Globo. RJ, 2014.



Fonte: Leitores Ipsos Marplan (adaptada) - Grande Rio - Jan a Dez/14 - Fonte Circulação: IVC Agosto/15.

## 4.2 CLIPAGEM

A clipagem (seleção de notícias e artigos retirados de jornais de maneira a reunir um conjunto de notícias a respeito de um determinado assunto) dos jornais selecionados considerou as já realizadas pelo Observatório Saúde na Mídia em termos do Recorte Temático Geral (Saúde), no período de 01 de janeiro a 31 de junho de 2013, com base no protocolo de análise que inclui os seguintes procedimentos:

- leitura diária dos jornais e seleção dos textos jornalísticos temáticos (recorte da página inteira), utilizando para registro dos dados e informações a ficha de leitura adotada no Laces/Icict/Fiocruz (2009);
- registro das variáveis identificadas por matéria, a partir da ficha de leitura proposta pelo Observatório;
- produção de relatório/resumo com a descrição das matérias;
- avaliação das características estruturais da matéria: presença ou não de fotos, se foi manchete ou chamada na Capa do jornal, presença de infográficos, entre outros; gênero jornalístico (Registro/Notícia; Reportagem Principal ou Reportagem Vinculada; Nota; Entrevista; Artigo: Editorial; Caricatura; Coluna/Opinião).

### 4.2.1 Recorte temático

Dentro do universo das clipagens realizadas pelo Observatório sobre saúde, (entre janeiro a junho de 2013) foram selecionadas as matérias jornalísticas referentes à temática obesidade.

E, dentro da temática obesidade coletou-se, também, as matérias relacionadas à obesidade infantil. Considerada um problema de saúde pública, observa-se um aumento na prevalência e na incidência da obesidade na infância e suas consequências à saúde. Assim, é de suma importância avaliar a presença ou os silenciamentos de matérias relacionadas à temática. A quem elas são endereçadas e, em que contextos, entendendo como os jornais se comportam em relação às publicações relacionadas ao assunto, bem como compreendendo os sentidos produzidos nas narrativas jornalísticas sobre a questão.

A partir desta seleção verificou-se, norteando-se, inicialmente, nas premissas e hipóteses estabelecidas por Boreo (2007), Carvalho (2007) e Figueiro (2009) e nos objetivos específicos deste estudo, os seguintes descritores e variáveis:

- *características da matéria*: identificação das características principais da matéria tais como: seu lugar (posicionamento no jornal), grau de aprofundamento, opinião versus informação e objetivo principal do assunto em pauta, tomando por base a editoria, gênero jornalístico e foco principal;
- *estrutura de diagramação da matéria*: identificação dos elementos de construção tais como infográficos, linha fina, manchete, olho, box, imagens, entre outros;
- *credibilidade da informação ou quem fala*: presença ou ausência de fonte principal ou o próprio jornal ou colunista; fontes estrangeiras; veículo e agência internacional; instituição ou organização mundial; assessoria de congresso; profissional da área da saúde ou pesquisador de instituição, artistas, entre outros; a existência ou não de depoimentos, de quem são tais depoimentos e o grau de consistência dos dados estatísticos ou índices apresentados;
- *caracterização da obesidade e do obeso*: identificação de itens relativos a conceitos e definições (a obesidade, a obesidade como um mal em si, obesidade e sobrepeso), causas e consequências da obesidade (emocionais, sociais, econômicas, culturais e biológicas), comportamento do obeso, características epidemiológicas dos obesos e prevenção e redução do risco e combate à obesidade, outros;
- *contexto político-cultural de produção da matéria*: modo de abordagem, posicionamento, monitoramento e controle por parte do poder público sobre a temática obesidade;
- *contexto histórico de produção da matéria*: as fontes mais acionadas pelo jornal, o que dizem sobre obesidade e o que ela representa.

As matérias clipadas foram também avaliadas quanto ao número, periodicidade e frequência de publicação.

#### **4.2.2 Critério de inclusão**

Todas as matérias em qualquer caderno/suplemento foram clipadas. Em princípio, até chamadas e conteúdos referentes às palestras/simpósios, livros, lançamentos, entre outros foram coletadas, uma vez que as matérias tanto podem versar diretamente sobre a temática em estudo, como podem ser sugeridas em seus discursos.

A inclusão da matéria esteve fundamentada na avaliação de como retrata o tema, qual o principal foco e abordagem sobre o assunto e, caso seja sobre outro assunto, se era questão relevante na argumentação ou se aparecia como um exemplo. A matéria era excluída quando não versava sobre obesidade e, sua menção fosse pontual sem se constituir um eixo expressivo sobre a temática.

#### **4.2.3 Validação**

O objetivo principal do Observatório é trabalhar na clipagem de matérias de jornal impresso, cuja principal tarefa é a seleção de textos sobre saúde, segundo os critérios previamente estabelecidos pelo protocolo de clipagem do projeto (item 4.2), percebendo o co-texto do texto em análise, ou seja, o modo como este texto é disposto na página pela edição do jornal, e produz uma “relação de contiguidade entre textos na mesma superfície espacial ou temporal” (ARAÚJO, 2009). Os achados são registrados em um instrumento de tabulação para serem categorizados detalhadamente no banco de dados do projeto e subsidiar pesquisadores interessados no campo de mídia e saúde.

Além de considerar o co-texto, o Observatório atua dentro do que a própria Semiologia dos Discursos Sociais prevê, sobre todos os contextos a serem considerados na prática discursiva: (i) o contexto existencial dos pesquisadores envolvidos, que trazem de suas vivências pessoais perspectivas diversas de percepção sobre os discursos construídos; (ii) o contexto intertextual, constituído pelas relações entre textos, cujo efeito se dá “pela rede de semiose que é acionada a cada enunciação, que se nutre da memória discursiva”; e (iii) o contexto situacional, que “referencia o lugar social do qual e no qual os interlocutores desenvolvem suas relações comunicativas e participam da disputa de sentidos”. Portanto, este é o resultado do encontro entre um arcabouço

teórico-metodológico e as posições que nós, sujeitos-autores, ocupamos no mundo, de nossas próprias práticas sociais, que confluíram no encontro dos resultados aqui apresentados.

A clipagem do Observatório, por ser de conteúdo mais abrangente, pode por vezes, não identificar a temática obesidade diluída dentro de um determinado assunto que não verse diretamente sobre a questão saúde. Por exemplo, a questão da obesidade sendo retratada em uma crônica onde o contexto direto não aborda a temática saúde, porém aborda a questão da imagem corporal; também no caderno de Tecnologias em um contexto informatizado, globalizado, abordando a importância de uso de aparelhos e inovações estéticas na perda de peso.

Com intuito de verificar possíveis matérias não clipadas pelo Observatório e, levantar um maior número de conteúdos de relevância sobre a temática em estudo, esta clipagem foi validada por meio virtual, identificando-se a presença ou ausência de conteúdos afins à temática nos jornais, objeto empírico deste estudo, em observância aos seguintes procedimentos:

- assinatura virtual/digital dos dois jornais selecionados (a assinatura virtual permite o acesso a todo portfólio de jornais produzidos e digitalizados pelos jornais em estudo);
- pesquisa do Banco de Dados dos jornais utilizando no processo de busca palavras-chave usualmente empregadas como descritores sobre a temática obesidade nas Ciências da Saúde (e utilizada pela OMS), quais sejam: obesidade, obeso, excesso de peso, sobrepeso e gordura.
- recorte temático sobre obesidade com base nos aspectos descritos no Item 4.2.1.

De acordo com Figueiredo (2009) o uso de Banco de Dados permite realizar a busca da temática por assunto no próprio texto, e não na página da internet (onde fica hospedada a matéria do jornal). Essa busca é mais direcionada e elimina uma grande quantidade de material (ao digitar estas palavras-chaves, os jornais direcionam links de navegação específicos nos quais era possível verificar se o conteúdo se enquadrava como objeto de estudo).

Ademais, ressalta-se a importância da validação virtual dos jornais pesquisados já

que, de acordo com o IVC (2014) houve um crescimento de 118% nas assinaturas digitais (de 228.944 em 2013 para 500.370 em 2014).

A participação das edições digitais acessadas de plataforma fixa ou móvel no total de circulação saltou de 5,2% para 11,4%, com pico de 15,1%. Apontam uma tendência cada vez maior de crescimento dos acessos aos conteúdos digitais via *tablets* e *smartphones* (em 2012, menos de 5% dos acessos eram realizados por meio equipamentos móveis, hoje correspondem à 30%);

#### 4.3 ANÁLISE DA NARRATIVA

Para compreender os sentidos midiáticos sobre obesidade produzidos pelos veículos de comunicação selecionados foram realizadas análises de narrativa (AN), sob a perspectiva da análise do discurso, bem como inferências quantitativas das matérias clipadas e validadas. O uso de ambas as análises (AN e análises quantitativas) visa à interatividade do processo analítico incorporando as múltiplas facetas que lhes são inerentes. Para tanto, foram selecionadas três pares de matérias similares dos jornais em estudo, considerando momentos distintos.

Cabe ressaltar que a mídia é uma prática discursiva, e como discurso produz sentidos, oriundos de uma construção social, de um empreendimento coletivo e interativo, por meio do qual as pessoas, nas dinâmicas das relações sociais, historicamente datadas e culturalmente localizadas, constroem os termos a partir dos quais compreendem e lidam com as situações e fenômenos à sua volta (SPINK, 1999).

A produção social dos sentidos não é uma atividade cognitiva intra-individual, ou tampouco pura e simples reprodução de modelos predeterminados. É uma prática social, dialógica, que implica em uma linguagem em uso, já que sustenta práticas discursivas que atravessam o cotidiano (narrativas, argumentações, por exemplo) (SPINK, 1999).

Nesta perspectiva, a mídia não é apenas um meio de criar e fazer circular conteúdos simbólicos. Possui o poder transformador de reestruturar os espaços de interação, propiciando novas configurações e produzindo novos sentidos, ou seja, a mídia introduz transformações substanciais nas práticas discursivas cotidianas, modificando a maneira como as pessoas produzem sentidos sobre fenômenos sociais e como se



posicionam (SPINK, 1999).

Desta maneira, as práticas discursivas são foco de interesse para a compreensão do poder dos discursos oriundos de distintas esferas do saber, (culminando então com a expressão: análise de discursos).

Conceituar discurso não é uma tarefa simples, pois há uma pluralidade de abordagens disciplinares. Para Michel Foucault discurso se define como uma prática e não uma mera articulação de ideias numa estrutura qualquer de linguagem. Para o autor, discursos são *“práticas que formam sistematicamente os objetos de que falam”* (FOUCAULT, 1986). Esta ideia é de fundamental importância para compreender os estudos dos discursos, já que o que se estuda, em última análise, é a constituição da realidade. Trata-se de um processo mediado por inúmeros fatores e contextos que criam condições e possibilidades de produção.

Como prática, constitui-se de diversas formas, em cada situação, dependendo dos vários contextos, sejam eles histórico, econômico, geográfico, (inter) textual, existencial e situacional, sendo desta maneira, um caminho privilegiado para entender a produção de sentidos no cotidiano.

A narrativa também se caracteriza como um discurso. Para Mota (2004) os discursos narrativos midiáticos se constroem por meio de estratégias comunicativas (atitudes organizadoras do discurso) e recorrem a operações e opções (modos) linguísticas e extralinguísticas para realizar certas intenções e objetivos.

“A comunicação narrativa pressupõe uma estratégia textual que interfere na organização do discurso e que o estrutura na forma de sequências encadeadas. Pressupõe também uma retórica que realiza a finalidade desejada. Implica na competência e na utilização de recursos, códigos, articulações sintáticas e pragmáticas: o narrador investe na organização narrativa do seu discurso e solicita uma determinada interpretação por parte do seu destinatário” (MOTTA; COSTA; LIMA, 2004).

Diante deste entendimento observa-se que as narrativas midiáticas não são apenas representações da realidade, mas uma forma de organizar as ações em função das estratégias culturais em contexto. Se caracterizam como dispositivo discursivo utilizado socialmente, sendo uma forma de exercício de poder e de hegemonia nos distintos lugares e situações de comunicação.

As narrativas jornalísticas apresentam-se como um jogo de linguagem, com ações

estratégicas de constituição de significações em contexto, como uma relação entre sujeitos atores do ato de comunicação jornalística.

“A narrativa jornalística é um permanente jogo entre os efeitos de real e outros efeitos de sentido (a comoção, a dor, a compaixão, a ironia, o riso, etc.), mais ou menos exacerbados pela linguagem dramática das notícias. Procura sempre vincular os fatos ao mundo físico, mas cria incessantemente efeitos catárticos. É um permanente jogo entre as intenções do jornalista e as interpretações do receptor. É polissêmica, intersubjetiva, híbrida, transita contraditoriamente nas fronteiras entre o objetivo e o subjetivo, denotação e conotação, descrição fática e narração metafórica, realidade e poética” (MOTTA, 2004).

#### 4.4 PROCESSAMENTO DOS DADOS

Esta atividade abrangeu a consolidação e a análise de consistência dos dados em um Banco de Dados estruturado em programa computacional Excel, versão 7.0 (2003), considerando os descritores e variáveis relacionados no item 4.2.1, que foram levantados no conjunto das matérias jornalísticas clipadas em ambos os jornais, no período de abrangência da pesquisa.

Este Banco forneceu as bases para a análise quantitativa das clipagens, apoiada na representação dos dados em tabelas e gráficos, elaborados no referido programa computacional, que subsidiou a interpretação e avaliação dos resultados, consubstanciada pela literatura científica afeta à temática da pesquisa.

## 5 A OBESIDADE NOS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO

O estudo comparativo entre os jornais a Folha de S. Paulo e O Globo evidenciou valorizações distintas no trato da temática Obesidade a cada contexto e a percepção das diferenças entre os modos de como ambos constroem discursos sobre Obesidade. O estudo abrangeu seis meses ininterruptos, totalizando 181 dias, e, conseqüentemente, 181 edições de cada jornal. A abundância de material selecionado neste intervalo corroborou na delimitação temporal da pesquisa.

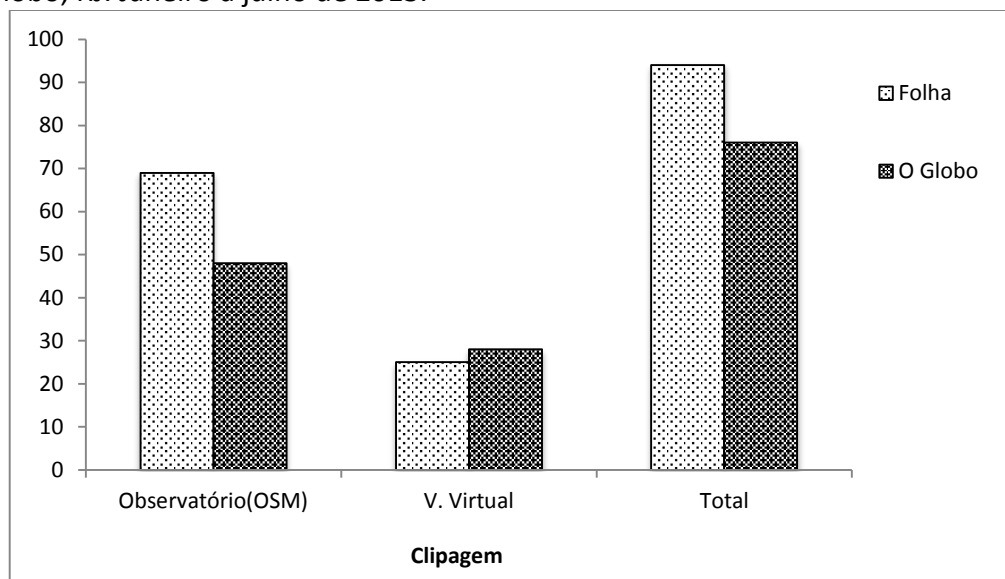
No desenvolvimento do estudo, a incorporação da etapa de validação à metodologia adotada pelo Observatório possibilitou verificar a seleção efetuada pelo Observatório, além de contribuir para ampliar o acervo das matérias selecionadas. Sem perder em amplitude, a utilização de palavras chaves mais específicas na etapa de validação, comparativamente ao Observatório, cujo foco é mais amplo tendo a saúde como palavra central, contribuiu para um maior delineamento na seleção dos textos. Diferente da definição e dos sentidos expressos pela palavra saúde, o termo obesidade deriva de uma condição médica definida e expressa em valores numéricos (IMC), com classificação e etiologia determinadas por Entidades e Organizações de saúde, entre elas a OMS.

O número de reportagens clipadas sobre a temática obesidade pelo método do Observatório correspondeu a 69 matérias para o jornal Folha de S. Paulo e a 48 para o jornal O Globo, perfazendo um total de 117. A este montante somam-se 53 conteúdos derivados do processo de validação virtual (Item 4.2.3), dos quais 25 para a Folha, totalizando 94 matérias e 28 do O Globo cobrindo 76 reportagens, compondo em somatório um total global de 170 matérias (GRÁFICO 5).

Apenas um conteúdo do jornal Folha de S. Paulo foi excluído do estudo, posto tratar-se de um *box* com chamada na Editoria Folha Corrida, porém com a matéria apresentada na Editoria Equilíbrio.

As 170 reportagens coletadas abrangeram conteúdos referentes aos cadernos, suplementos, revistas e charges, além dos encartes.

Gráfico 5: Número de matérias clipadas sobre obesidade nos jornais Folha de S. Paulo, SP e O Globo, RJ. Janeiro a julho de 2013.



Fonte: Elaboração Própria.

As matérias apresentaram diferentes formas e conteúdos. Desde uma única frase (p.ex.: “Tenho barriguinha sim, sou gente normal” dita por Ivete Sangalo no caderno Folha Corrida), em charges, ou na maneira como o leitor interage com o jornal ao participar de uma sessão de perguntas e respostas (p. ex.: caderno Saúde + Ciência da Folha) conforme FIGURA 2.

Figura 2: Matérias publicadas em diferentes cadernos do Jornal Folha de S. Paulo, SP. 2013.

<p>Caderno Folha Corrida (06/fev/2013) Jornal Folha de S. Paulo</p>	<p>Caderno Saúde + Ciência (12/jan/2013) Jornal Folha de S. Paulo</p>



Fonte: Jornal Folha de S. Paulo, 2013.

“Deu no The New York Times: o mundo enfrenta a epidemia da obesidade”. Este jargão reforça o quanto a saúde tem sido temática de “peso” em publicações nos meios de comunicação. Atesta também, a veracidade dos fatos, posto que a notícia, quando publicada em um prestigioso jornal (tomando o The New York Times como exemplo), legitima e dá credibilidade às informações que são veiculadas.

A análise quantitativa das matérias demonstra o quanto a temática obesidade vem sendo publicada nos jornais impressos. No período de abrangência da pesquisa foram selecionadas 170 matérias versando sobre o tema, sendo 94 da Folha e 76 no O Globo.

No período de coleta, a média mensal de matérias versando sobre a temática na Folha foi de 15,6 sendo março (20 matérias) o mês com maior proporção (21,3%) em comparação aos demais. Por sua vez, neste mesmo período, a média mensal do O Globo foi de 12,6 com uma maior proporção em junho (20 matérias ou 26,3%).

Estes meses de maior publicação em cada jornal (março para a Folha e junho para O Globo) podem ter possível relação com alguns eventos na área da saúde que aconteceram no ano de 2013. Entre alguns exemplos destacam-se: i] a publicação do Ministério da Saúde referente à Pesquisa Nacional de Saúde (PNS) sobre a Percepção do Estado de Saúde, Estilos de Vida e Doenças Crônicas no Brasil. Segundo a PNS, em 2013, no Brasil, havia 146,3 milhões de pessoas com 18 anos ou mais de idade, destas, 66,1% autoavaliaram sua saúde como boa ou muito boa (PNS, 2014); ii] a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) também, neste mesmo período, apontava para os problemas relacionados ao aumento de peso e a obesidade nos países em desenvolvimento.

Estas evidências científicas citadas (entre outras), em relação ao aumento da

incidência e da prevalência da obesidade, fizeram com que o Ministério da Saúde, em março de 2013, criasse a Linha de Cuidado e Atenção Básica para o excesso de peso e outros fatores de risco associados ao sobrepeso e à obesidade, possuindo também, serviços especializados de atendimento.

Outro ponto de relevância se deve à mudança radical do Guia Alimentar para a População Brasileira (elaborado pela primeira vez em 2006). Este novo Guia, publicado em 2013, evidencia um embate com a indústria de alimentos, no enfrentamento ao consumo de alimentos ultraprocessados, incentivando a população a consumir “comida de verdade” (alimentos in natura e/ou minimamente processados).

A análise comparativa das matérias publicadas entre os dois jornais evidencia para a Folha uma proporção superior dos conteúdos (55,2%), embora pouco expressiva em relação aos 44,8% do jornal O Globo.

Tais evidências atestam que as matérias veiculadas, enfocam questões sobre a obesidade e suas implicações, reforçando o quanto a temática é questão de “peso” em publicações nos meios de comunicação. Em um semestre (ano 2013), esta pesquisa, encontrou 170 matérias que versavam sobre o tema.

Estudos semelhantes corroboram com as evidências observadas nesta investigação tendo a temática obesidade como “alvo” de publicações em jornais impressos ao longo dos anos.

Neste contexto, Boero (2006) apresentou uma análise do jornal *The New York Times*. Avaliou como a imprensa vem disseminando o aumento das taxas de sobrepeso e obesidade no período de 1990 a 2001. Dos 751 artigos sobre obesidade publicados no jornal a autora discute sobre a grande importância dada ao tema. O número de artigos sobre obesidade ultrapassou pautas sobre cigarros e hábitos de fumar (544 artigos), Aids (672) e poluição (531).

Figueiredo (2009) realizou estudo semelhante ao de Boero (2006), com base em publicações selecionadas do Jornal Folha de S. Paulo, entre os anos de 1998 a 2008, detectando 305 matérias sobre obesidade, ao longo de uma década. Entre essas matérias, somente em um semestre, 94 versaram sobre a temática, equivalendo a 30,8% das publicações, quase um terço. Estes resultados corroboram os da presente pesquisa mostrando a relevância da temática ao longo dos anos.

Tais registros, em parte, se justificam pela importância da temática na mídia e suas implicações à saúde. A obesidade vai além do peso e ultrapassa ações médicas. Envolve também aspectos relacionados ao comportamento alimentar, percepção e imagem corporal, à indústria de alimentos e consumo de alimentos. Corrobora ao que, na ciência da nutrição, denomina-se como ambiente obesogênico. Diz respeito à influência que oportunidades e condições ambientais têm nas escolhas, por parte dos indivíduos, de hábitos de vida que promovam o desenvolvimento da obesidade (SWINBURN; EGGER; RAZA, 1999), ou seja, a coexistência de fatores comportamentais relacionados à ingestão alimentar e hábitos sedentários, bem como a exposição a uma cultura orientada para o consumo, sendo influenciados pelo processo de industrialização e pelos avanços tecnológicos que ocorrem no mundo contemporâneo.

“Vivemos em um ambiente no qual a comida é “onipresente”, conveniente, barata, e na qual se tornou socialmente aceitável comer frequentemente, em qualquer lugar e em grandes quantidades, e que dado este ambiente “a responsabilidade pessoal não tem chances” (CORI; PETTY; ALVARENGA, 2015).

Concomitantemente, a população passa a ter mais acesso a informações de diferentes espaços que fogem às fronteiras de onde vivem, possibilitando mudanças sociais. A isso Bech (1999) chamou de “globalização da vida individual”, processo no qual as escolhas exercem papel de suma importância.

## 5.1 A OBESIDADE COMO TEMA SEMANAL NOS JORNAIS

Quanto à frequência semanal de publicações sobre a obesidade predominou para a Folha a terça-feira (22,3%), seguido pela segunda-feira (19,2%), domingo (17%), quarta-feira (14,9%), sábado (13,8%), quinta-feira e sexta-feira (ambas com 6,4%).

Esse equilíbrio de publicações entre os dias úteis (319.351 mil exemplares) e o final da semana (no domingo 344.636 mil exemplares) é característica do próprio jornal Folha de SP, posto não haver discrepância numérica de exemplares/leitores.

Por sua vez, O Globo concentra mais da metade de suas publicações aos domingos

(54%) seguido pelos sábados (17,1%), quinta-feira (11,8%), terça-feira (6,5%), segunda-feira e quarta-feira (ambos com 4%) e sexta com 2,6% (GRÁFICO 6).

Entre os cadernos do jornal O Globo a maior prevalência de conteúdos sobre obesidade ocorreu aos domingos, sendo 58,5% na secção Saúde, 15% na Revista O Globo e 12,2% no suplemento Jornal de Bairro, perfazendo no conjunto 85,7% das reportagens.

A prevalência do domingo pode ser justificada por ser o dia que as pessoas têm mais tempo para ler um jornal. Ademais existe um mito de que as dietas de restrição alimentar devam começar às segundas-feiras. Assim, a leitura do jornal de domingo, com mais tranquilidade, é passível de influenciar mudanças de conduta e comportamento alimentar sugeridas pelo jornal.

Os dados fornecidos pelo próprio jornal O Globo sobre o quantitativo de circulação impressa aos domingos (259.521 mil exemplares) em relação aos dias úteis (178.828 exemplares), contribuem para corroborar esta hipótese.

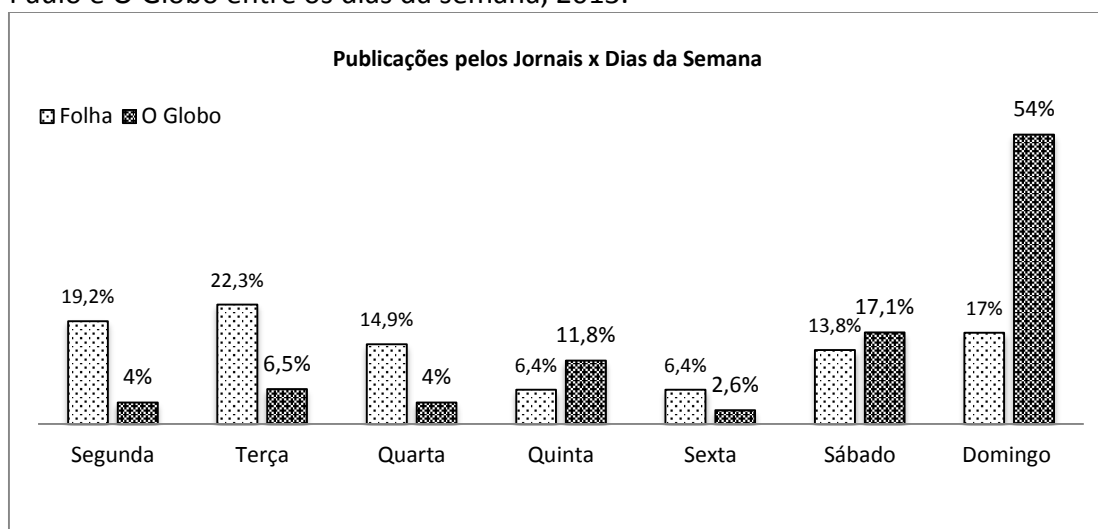
## 5.2 A VALIDAÇÃO VIRTUAL (VV) VERSUS A COLETA DO OBSERVATÓRIO

A análise comparativa entre os métodos de clipagem evidencia um aumento expressivo de matérias clipadas pela validação virtual (VV).

Para a Folha, do total de 94 matérias clipadas, 25 resultaram da validação virtual utilizando as palavras chave (obesidade, obeso, gordura, excesso de peso e sobrepeso), complementando o montante inicial dos 69 conteúdos selecionados sobre a temática pelo método do Observatório.



Gráfico 6: Comparativo de matérias sobre obesidade publicadas pelos jornais Folha de S. Paulo e O Globo entre os dias da semana, 2013.



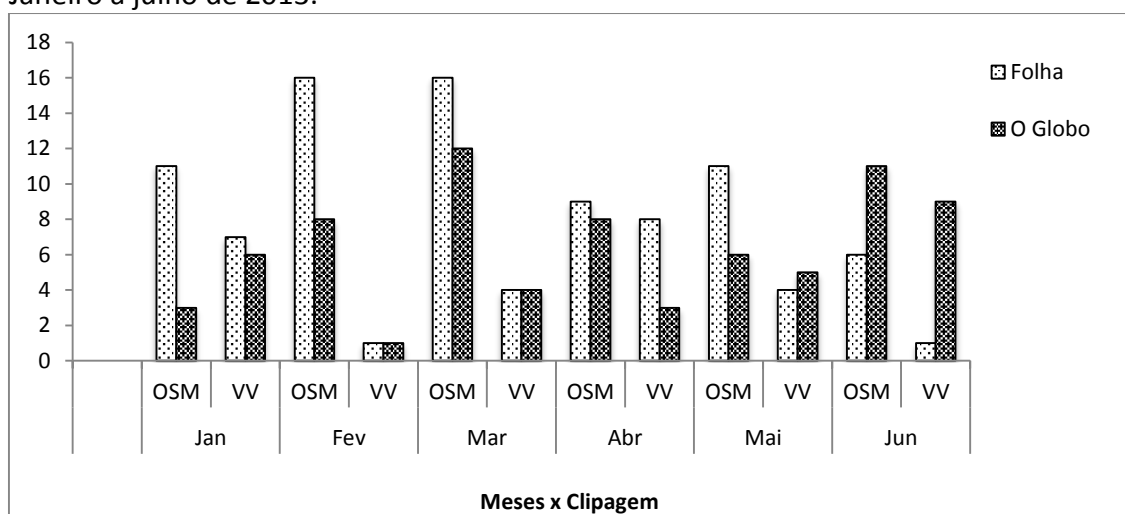
Fonte: Elaboração Própria.

No jornal O Globo, no total de 76 matérias clipadas, 28 derivaram da validação virtual utilizando-se de palavras chave como: obesidade, obeso, gordura e excesso de peso (GRÁFICO 7).

O expressivo aumento quantitativo com a clipagem virtual se justifica, em parte, pela estrutura de abordagem dos conteúdos sobre a temática. Em alguns casos as matérias não apresentavam um título que referisse diretamente sobre obesidade e tampouco abordavam, em seu conteúdo a questão saúde de maneira direta, fugindo da proposta do Observatório.

A título de exemplo, citam-se para a Folha, matérias intituladas como: “Garota superpoderosa” (13/01 – Ilustrada); “Reinou por 40 anos no carnaval de Santos” (15/04 – Cotidiano); e para o jornal O Globo: “Blitz flagra irregularidades em cinemas da zona oeste” (23/03 – Rio); “Elas são insones, Eles roncam” (21/04 – Saúde). Conteúdos que não versam sobre obesidade com o foco na saúde como orienta o protocolo de clipagem do Observatório, mas que abordam a obesidade em outros ângulos, seja sobre imagem corporal, aceitação e/ou significações sociais (FIGURA 3).

Gráfico 7: Comparativo entre o número de matérias clipadas sobre obesidade pelos métodos Observatório e Validação Virtual nos jornais Folha de S. Paulo, SP e O Globo, RJ. Janeiro a julho de 2013.



Fonte: Elaboração Própria.

Na prevalência temporal das matérias, junho foi o mês de destaque para o jornal O Globo, com 9 matérias (45,0%) e para a Folha o mês de abril com 8 matérias (45,5%).

Para o jornal O Globo o acréscimo de matérias pela coleta virtual se justifica devido a inclusão dos suplementos Jornais de Bairro, o qual é descartado pelo Observatório por se tratar de uma divulgação local, regional.

Neste estudo, julgou-se pertinente incluir todas as matérias destes suplementos, por conter quantidade marcante de publicações sobre a temática obesidade. Inclusão que se esteia no privilégio e soma capital que o espaço local guarda para configuração do contexto ideológico com implicações materiais e simbólicas na construção dos sentidos sobre obesidade.

Vale ressaltar que os Suplementos Jornais de Bairro são uma das mais bem sucedidas criações de O Globo. Atualmente circulam quatro exemplares deste suplemento: Jornal de Bairro Barra, Tijuca, Zona Sul e Niterói. Trata-se de um suplemento que acompanha de perto o crescimento da cidade, privilegiando uma cobertura local voltada para o serviço. É dinâmico, reflete as tendências de crescimento da cidade e novas características do mercado carioca e das cidades próximas. De acordo com O Globo se mostram valiosos na cobertura dos assuntos do dia a dia das comunidades no Rio e no Grande Rio. Permitem enfocar questões de grande interesse para uma determinada área da cidade, mas que não teriam espaço no O GLOBO.

Figura 3: Conteúdos sobre obesidade nos cadernos dos jornais O Globo, RJ e a Folha de S. Paulo, SP. 2013.


<p>Secção Saúde (21/abril/2013) Jornal O Globo</p>

<p>Caderno Cotidiano (15/abril/2013) Jornal Folha de S. Paulo</p>

Fonte: Jornal Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.

Em sua maioria, as reportagens dos suplementos Jornais de Bairro versavam sobre assuntos relacionados à estética e imagem corporal. Isso pode ser justificado por ser um jornal produzido à população carioca, cujas questões afetas a saúde e culto ao corpo são mais expostas, comparativamente, por exemplo, aos paulistanos (no caso o jornal Folha de S. Paulo).

O jornal tem como foco o público a quem se destina. Neste contexto, o próprio O Globo aponta que 88% de seu público leitor tem interesse por assuntos afetos à saúde, bem-estar e qualidade de vida e, 63% por assuntos relacionados à beleza (GRÁFICO 4).

“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).

### 5.3 A VALIDAÇÃO VIRTUAL E AS PALAVRAS CHAVES

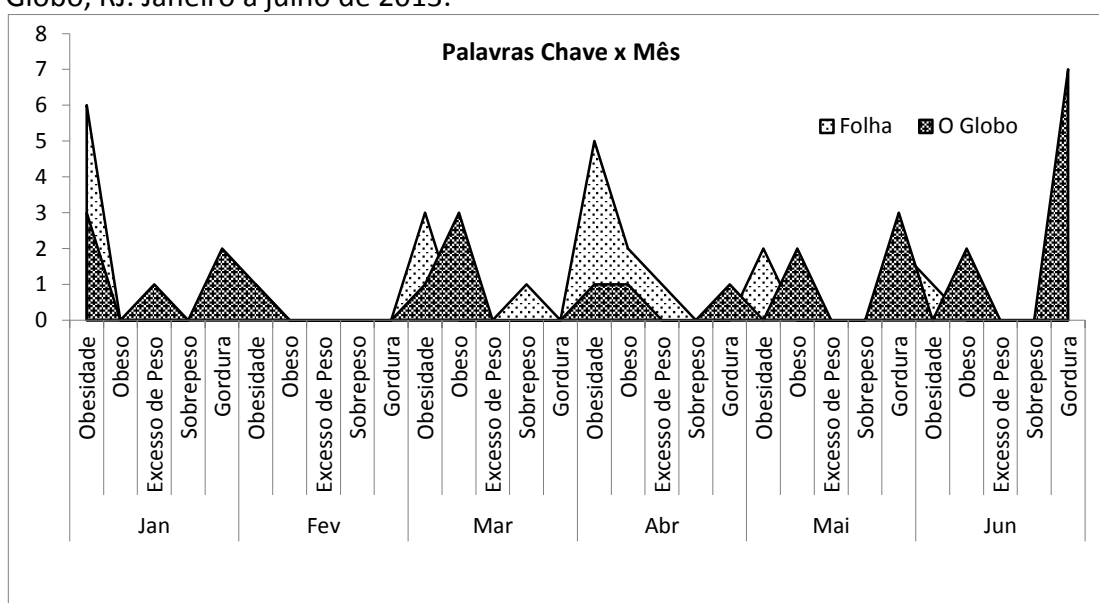
Um dos fatores que contribuiu para o aumento na clipagem virtual das matérias foi a utilização de palavras chave que facilitaram o processo de busca.

Para a Folha palavras como obesidade (72%), gordura (12%), obeso (8%), excesso de peso e sobrepeso (ambos com 4%) foram responsáveis pelo aumento de 25 matérias clipadas (GRÁFICO 8).

Para o jornal O Globo as palavras gordura (46,4%), obeso (28,6%), obesidade (21,4%) e excesso de peso (3,6%) contemplaram 28 matérias validadas de maneira virtual (GRÁFICO 8).

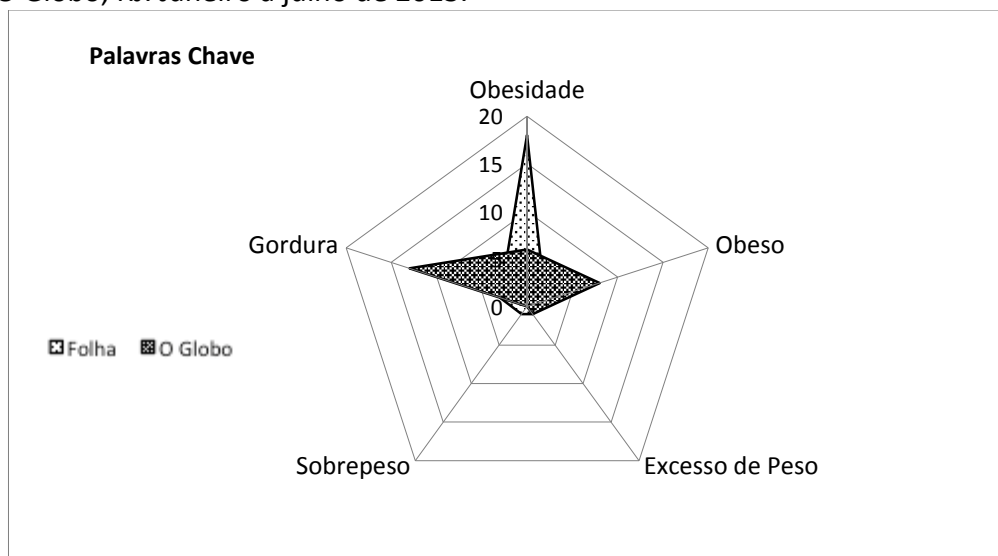
Para o jornal O Globo a palavra gordura mostrou-se com maior expressividade na coleta virtual (GRÁFICO 9). A maioria dos textos remeteu a assuntos sobre o consumo de alimentos fonte de gordura e seus malefícios ou benefícios (p. ex.: na matéria de 29/06, do suplemento Jornal de Bairro, intitulada “Unindo o útil ao saboroso” no qual são abordados os benefícios do consumo de grupos de alimentos e redução ao risco de doenças); ou sobre a percepção e imagem corporal (p. ex.: matéria de 05/05, do caderno Esporte, intitulada “Adriano, a nova onda do Imperador”, no qual aborda sobre o peso do atleta e sua nova fase) (FIGURA 4).

Gráfico 8: Palavras Chave utilizadas na validação virtual dos jornais Folha de S. Paulo, SP e O Globo, RJ. Janeiro a julho de 2013.



Fonte: Elaboração Própria.

Gráfico 9: Palavras Chave mais utilizadas na validação virtual dos jornais Folha de S. Paulo, SP e O Globo, RJ. Janeiro a julho de 2013.



Fonte: Elaboração Própria.

Figura 4: Conteúdos sobre obesidade publicados no jornal O Globo, RJ, 2013 clipados pela validação virtual.

<p>ÁGUA NA BOCA/ESPECIAL SAÚDE</p> <p>Unindo o útil ao <b>saboroso</b></p> <p>Comida funcional combate doenças crônicas</p> 	<p>RETRATO</p> <h2>Adriano</h2> <h3>A nova onda do Imperador</h3> <p>Jogador reduz as aparições na noite e usa as redes sociais para tentar passar a imagem de um novo que agora faz dieta e se empenha na malhação todos os dias</p> 
<p>Suplemento Jornal de Bairro (29/jun/2014) Jornal O Globo</p>	<p>Caderno Esporte (05/maio/2014) Jornal O globo</p>

Fonte: Jornal O Globo, 2013.

Por caderno/secção a maior proporção de textos validados virtualmente, por meio das palavras chave, ocorreu nos suplementos Jornais de Bairro, do Jornal O Globo (25%). Enquanto que para a Folha sobressaiu a palavra obesidade (72%) (GRÁFICO 9), retratando, sobretudo, sobre o estigma social de ser obeso e suas consequências (p. ex.: matérias de 03/04, nos cadernos Folha Corrida e Mercado sobre “Cia aérea irá cobrar por peso”; “Passageiro vai pagar pelo próprio peso na Oceania”), ou sobre a obesidade como doença e suas consequências à saúde (p. ex.: matéria de 27/05, do suplemento NY Times intitulada “Morar nos EUA piora a saúde de imigrantes”) (FIGURA 5).

Na Folha a maior proporção de publicações coube a editoria Mercado (24%), seguido das editorias Opinião (16%), Cotidiano (12%) e Ilustrada (8%) (FIGURA 5).

Figura 5: Conteúdos sobre obesidade publicados no jornal Folha de S. Paulo, SP, 2013, clipados pela validação virtual.

<p style="text-align: center;"><b>Passageiro vai pagar pelo próprio peso na Oceania</b></p> <p style="text-align: center;">Companhia aérea de ilha no Pacífico passa a cobrar passagem por quilo</p> <p><b>Samoa apresenta uma das maiores taxas de obesidade do mundo; presidente da empresa diz que método é justo</b></p> <p><small>COLABORAÇÃO PARA A FOLHA</small></p> <p><small>Em 2007, Samoa aparecia em sexto lugar em um ranking dos países mais "gordos" feito pela "Forbes". Tonga, ilha que consta entre os destinos da empresa, ficou em quarto. Portes maiores são mais valorizados na região, segundo a revista.</small></p>
<p>Caderno Mercado (03/abr/2013) Jornal Folha de S. Paulo</p>
<p><b>Morar nos EUA piora saúde de imigrantes</b></p> <p><small>Por SABBINA TAVERNISE</small></p> <p><small>BROWNSVILLE, Texas — Tornar-se americano pode ter efeitos prejudiciais à saúde. Um conjunto crescente de pesquisas sobre mortalidade de imigrantes mostra que, quanto mais tempo os imigrantes vivem nos Estados Unidos, mais aumentam suas incidências de doenças cardíacas, hipertensão e diabetes. E, embora seus filhos nascidos nos EUA possam ter mais dinheiro, eles tendem a ter vida mais curta que seus pais. "Há alguma coisa na vida nos Estados Unidos que não favorece a boa saúde ao longo de gerações", comentou Robert A. Hummer, demógrafo social na Universidade do Texas em Austin.</small></p> <p><small>VIRGÍNIA GUSTAFSON / GETTY IMAGES / GLOBE PHOTOS</small></p>  <p><small>REUTERS/GETTY IMAGES / THE NEW YORK TIMES</small></p> <p><small>Rick Del Sontro se mantém magro e presta atenção à sua dieta, mesmo assim, tem uma grave doença cardíaca, como muitos na sua família</small></p>
<p>Suplemento NY Times (27/maio/2013) Jornal Folha de S. Paulo</p>

Fonte: Jornal Folha de S. Paulo, 2013.

## 5.4 AS CAPAS

As capas são os primeiros elementos de contato dos leitores com os jornais. Contato que possibilita identificar a abordagem do jornal, a identidade visual do produto (cores e formas), estabelecendo um contrato de leitura como sugerido por Verón (2004), que também reforça a importância da relação estabelecida do emissor com o enunciado. Uma interdiscursividade na qual o receptor constrói o sentido de acordo com sua cultura,

crença e vivências, gerando diversos outros discursos, em um constante processo de negociação entre produtor e receptor, com troca permanente de sentidos (ALLI et al., 2009; FAUSTO NETO et al., 2010).

Assim, as capas são intertextuais e se apresentam como uma vitrine, um convite a apreciar as edições, por conjugarem textos escritos, fotos, legendas, ilustrações, infográficos e anúncios publicitários.

Estes atributos podem ser observados em alguns estudos sobre comunicação em saúde. Como exemplo citam-se os de Sá e Zan (2006) que analisaram o posicionamento de duas revistas femininas (Cláudia e Uma) sobre a construção da imagem da mulher, com ênfase na temática saúde e beleza. Apoiados nos conceitos de Verón (2004) sobre contratos de leitura, as autoras verificaram que as revistas utilizam na capa, por meio de técnicas gráficas, imagens de personalidades e outros recursos de comunicação com o propósito de atingir as leitoras, gerando empatia para construir a imagem pretendida.

Ferreira e Oliveira (2013) ao analisarem as capas de revistas Veja publicadas em 2011, com o foco na temática nutrição e saúde, verificaram que 60% remetem a imagens relacionadas à saúde e estética. O corpo feminino esteve presente em três distintas situações. Contudo, em todas as matérias transparecia, pelo contrato de leitura, uma imagem de mulher que deve estar atenta aos padrões de beleza impostos pela mídia, bem como atualizada com os novos procedimentos cirúrgicos, atitudes e cuidados que visem o bem-estar e a promoção da saúde.

Entre as 170 matérias clipadas pela presente pesquisa 21 (6,5%) foram manchetes ou chamadas de capas em ambos os jornais pesquisados.

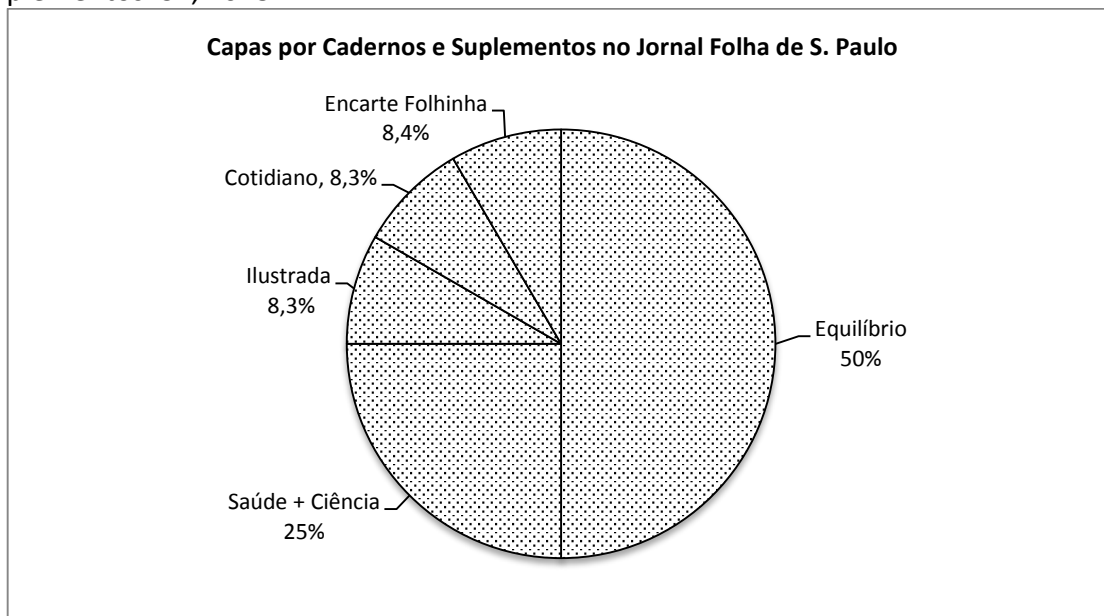
Para a Folha obteve-se um total de 12 capas (12,7%) entre as 94 matérias clipadas, distribuídas entre os cadernos e suplementos: Equilíbrio (50%), Saúde + Ciência (25%), Ilustrada e Cotidiano (ambas com 8,3%) e Encarte Folhinha (8,4%) com destaque para o mês de março com maior proporção de publicações (5 capas ou 41,7%) (FIGURA 6, GRÁFICO 10 e 11).

Figura 6: Capas do jornal Folha de S. Paulo, SP, 2013.



Fonte: Jornal Folha de S. Paulo, 2013.

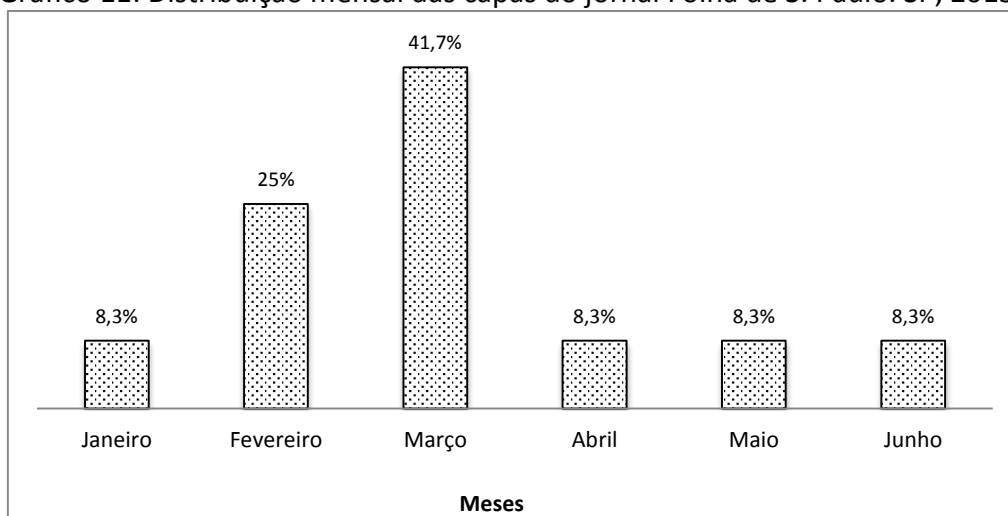
Gráfico 10: Distribuição das capas do jornal Folha de S. Paulo entre os cadernos e suplementos. SP, 2013.



Fonte: Elaboração Própria.



Gráfico 11: Distribuição mensal das capas do jornal Folha de S. Paulo. SP, 2013.



Fonte: Elaboração Própria.

As capas de ambos os jornais foram divididas de acordo com os temas mais presentes nas manchetes.

A categorização dos temas propostos baseou-se em Castiel (2006) ao afirmar que a mídia se apropria do conceito de saúde para se comunicar, podendo ser interpretada como: i] mercadoria (a saúde passa a ter um caráter comercial onde é possível comprar produtos de beleza, esportes, alimentação, medicamentos e serviços); ii] como cura: ampara-se na dualidade do senso-comum e descontinuidade a partir de um 'negativo' a se 'curar' (doença/saúde, velhice/juventude, dor/prazer); iii] saúde como tecnologia (cientifização da saúde).

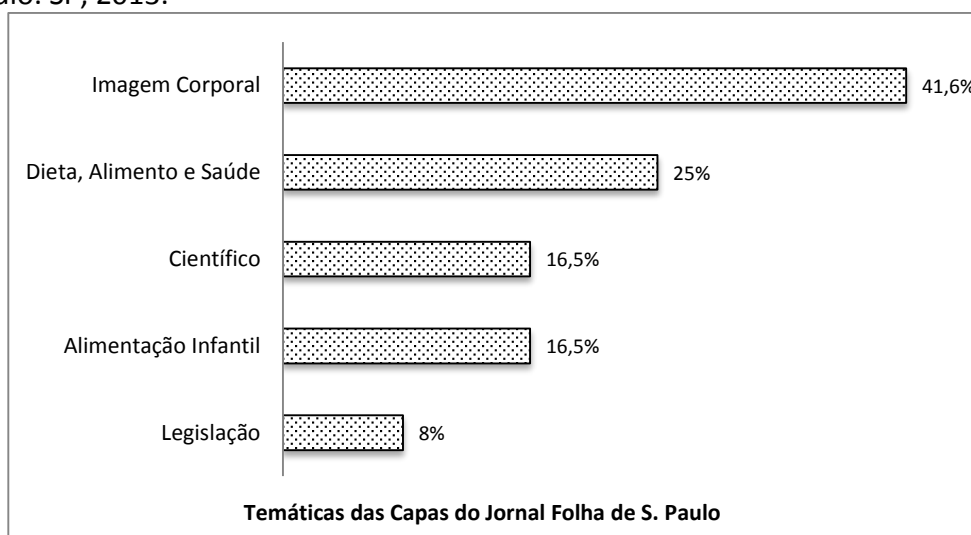
Diante da tríade proposta por Castiel (2006), avaliou-se os temas mais presentes nas chamadas das capas de ambos os jornais. Assim, optou-se por destrinchar estas temáticas básicas do autor em temas mais direcionados aos conteúdos publicados no jornal.

Assim obteve-se 6 categorias: i] Imagem Corporal, cujas capas abordavam a temática relacionada à estética e percepção corporal; ii] Dieta, Alimento e Saúde: temas relacionados aos princípios e compostos bioativos presentes nos alimentos e suas funções no organismo, bem como o consumo de alimentos com função protetora à saúde; iii] Científico: assuntos relacionados à cientifização da obesidade (dados epidemiológicos, estatísticos, resultados de pesquisas e contribuições da ciência na prevenção da obesidade); iv] Alimentação Infantil: assuntos relacionados às questões

sobre obesidade na infância em suas múltiplas facetas; v] Legislação: temas relacionados a órgão reguladores e preventivos, abordando a obesidade do ponto de vista da medicalização; vi] Economia: assuntos relacionados aos custos e investimentos do governo para prevenir e promover a saúde.

Assim, entre as matérias de capas da Folha, a obesidade foi classificada em 5 temáticas: i] Imagem corporal; ii] Científico; iii] Alimentação Infantil; iv] Dieta, Alimento e Saúde; v] Legislação (GRÁFICO 12).

Gráfico 12: Percentual de temas sobre obesidade nas capas do jornal da Folha de S. Paulo. SP, 2013.



Fonte: Elaboração Própria.

Na Folha a temática com maior percentual de publicação esteve associada à Imagem Corporal (41,6%), seguido por Dieta, Alimento e Saúde (25%), ambas presentes principalmente no suplemento Equilíbrio.

Matérias de cunho Científico (16,5%) foram abordadas em sua maioria no caderno Saúde + Ciência e, o suplemento Folhinha e o caderno Cotidiano com conteúdos relacionados à Alimentação Infantil (16,5%).

O tema legislação foi abordado uma única vez (8%) no caderno Saúde + Ciência (QUADRO 2, GRÁFICO 12).

Quadro 2: Temas, matérias de capa em cadernos e suplementos do jornal Folha de S. Paulo. SP, 2013.

Caderno/Suplemento	Mês	Dia da Semana	Chamada de Capa	Tema
Equilíbrio	Janeiro	Terça-feira	Desintoxicação a La Carte	Imagem Corporal
Saúde + Ciência	Fevereiro	Sábado	Mitos x fatos: Estudo mostra que verdades sobre obesidade não têm comprovação	Científico
Encarte Folhinha	Fevereiro	Sábado	O Peso dos Podritos	Alimentação Infantil
Saúde + Ciência	Fevereiro	Segunda-feira	Hospital das Clínicas interna obesos antes de cirurgia de estômago para fazê-los emagrecer HC interna super obesos por cinco meses antes da cirurgia	Científico
Cotidiano	Março	Segunda-feira	Pai controla com cartão merenda do filho na escola Pais adotam cartão pré-pago para vetar porcarias no lanche escolar	Alimentação Infantil
Equilíbrio	Março	Terça-feira	Na moda, corpo de mulher rã traz riscos O estilo mulher rã	Imagem Corporal
Equilíbrio	Março	Terça-feira	Cardápios para afastar a insônia	Dieta, Alimento e Saúde
Equilíbrio	Março	Terça-feira	Vedete de pesquisa, chocolate amargo é tão calórico quanto convencional Amargo e gordo	Dieta, Alimento e Saúde
Saúde + Ciência	Março	Quarta-feira	Técnicos da ANVISA defendem venda de emagrecedor. Sibutramina deve continuar no mercado, indica ANVISA	Legislação
Equilíbrio	Abril	Terça-feira	Repórter testa SPA radical com dieta diária de 300 calorias. Mitos da fome. Repórter passa uma semana em SPA radical de SP, se submete a dieta de apenas 300 calorias diárias e perde 4,5kg; conheça as estratégias de internos para conseguir comida	Imagem Corporal
Ilustrada	Maio	Quinta-feira	Aperto fashion: Grifes nacionais se afastam das medidas da brasileira. Grifes têm baixa oferta de tamanho ditos grandes Medida incerta	Imagem Corporal
Equilíbrio	Junho	Terça-Feira	Best-seller propõe dieta que controla calorias só 2x/semana Greve de fome: dieta proposta em best-seller prega dois dias de quase jejum e 5 dias na semana para comer o que quiser; médicos criticam	Imagem Corporal Dieta, Alimento e Saúde

No jornal O Globo, entre as 76 matérias clipadas, foram encontradas 9 capas (11,8%), com destaque para as secções: Saúde e Ciência (ambas com 44,4%) e o suplemento Formou (11,2%), sobressaindo em publicações o mês de junho (4 capas ou 44,4%) (FIGURA 7, GRÁFICO 13 e 14).

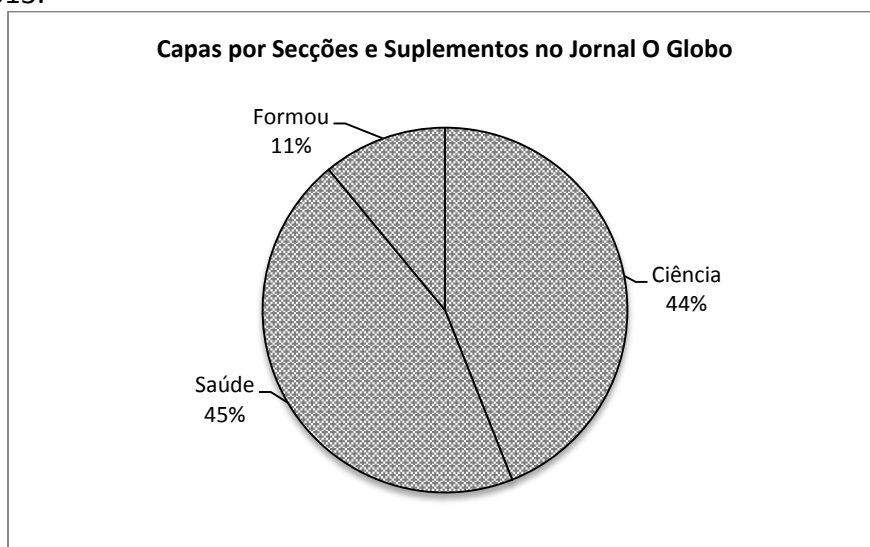
Em número de publicações por mês destacam-se para a Folha o mês de março e para O Globo o mês de junho, ambos também com o maior quantitativo de matérias nas capas sobre o tema obesidade (GRÁFICO 14).

Figura 7: Capas do jornal O Globo, RJ, 2013.



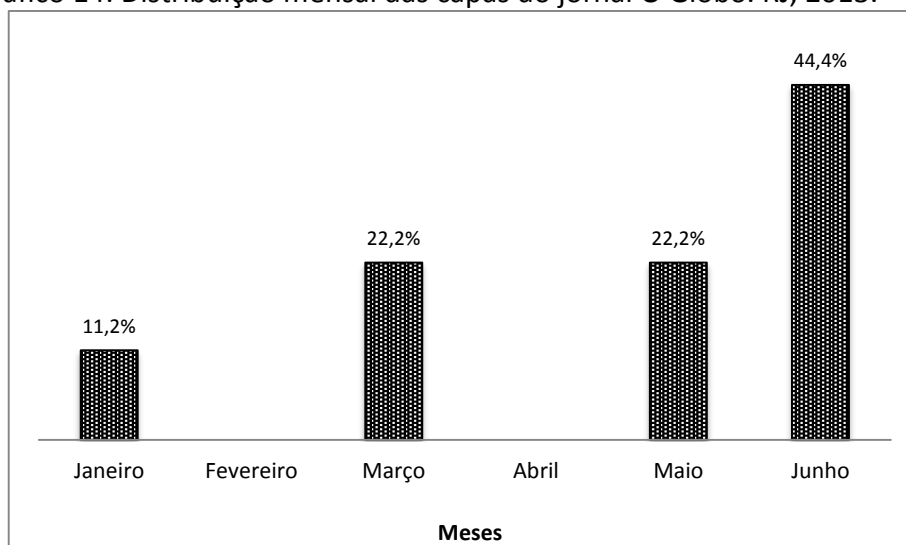
Fonte: Jornal O Globo, 2013.

Gráfico 13: Distribuição mensal das capas do jornal O Globo, por secções e suplementos RJ, 2013.



Fonte: Elaboração Própria.

Gráfico 14: Distribuição mensal das capas do jornal O Globo. RJ, 2013.

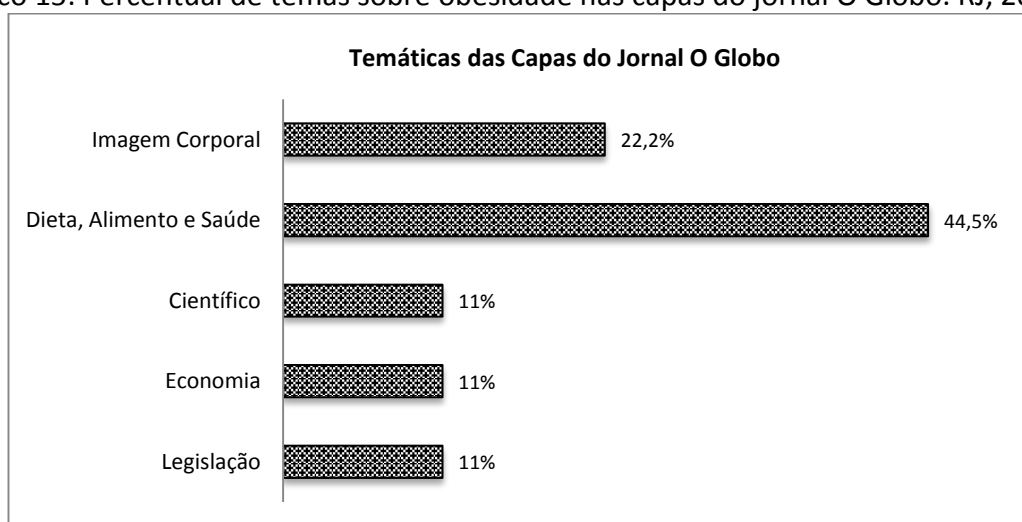


Fonte: Elaboração Própria.

Entre as matérias de capas dos jornais, O Globo classificou a obesidade em 5 temáticas: i] Imagem corporal; ii] Dieta, Alimento e Saúde; iii] Economia e Obesidade; iv] Legislação; v] Científico (GRÁFICO 15).

A temática com maior percentual de publicação esteve associada à Dieta, Alimento e Saúde (44,5%) no suplemento Formou, e nas secções de Ciência e Saúde, nesta em maior porcentagem. Matérias sobre Imagem Corporal (22,2%) foram abordadas na secção Saúde. Os temas: Legislação; Economia e Científico apresentaram o mesmo percentual (11%), todos abordados na secção Ciência (QUADRO 3, GRÁFICO 15).

Gráfico 15: Percentual de temas sobre obesidade nas capas do jornal O Globo. RJ, 2013.



Fonte: Elaboração Própria.

Quadro 3: Temas, matérias de capa em secções e suplementos do jornal O Globo. RJ, 2013.

Secções/Suplementos	Mês	Dia da Semana	Chamada de Capa	Tema
Saúde	Janeiro	Domingo	Droga na moda nas academias Hormônio da tireoide para emagrecer pode até matar Hormônio da tireoide tem onda de consumo para emagrecer, uso indiscriminado danifica metabolismo	Imagem Corporal
Saúde	Março	Domingo	As pegadinhas das dietas para emagrecer. Alimentos por trás do rótulo: Especialistas alertam para os produtos que pregam peças e atrapalham a dieta	Imagem Corporal Dieta, Alimento e Saúde
Ciência	Março	Quarta-feira	O peso da obesidade na conta do SUS. O peso mórbido da obesidade: Doenças ligadas ao sobrepeso custam R\$488 milhões à união	Economia e Obesidade
Formou	Maio	Segunda-feira	Mais qualidade de vida Menos estresse e mais tempo para você	Dieta, Alimento e Saúde
Ciência	Maio	Quarta-feira	Mantida a venda da sibutramina Sibutramina continuará a venda	Legislação
Saúde	Junho	Domingo	O poder do chá Está na hora do chá. Novos estudos cancelam os benefícios à saúde do hábito milenar de beber infusões de ervas	Dieta, Alimento e Saúde
Ciência	Junho	Quarta-feira	Obesidade agora é doença nos EUA. Obesidade é uma doença. Nova definição de autoridade médica dos EUA poderia agilizar o tratamento	Científico
Saúde	Junho	Domingo	Dieta, atitude e exercícios para viver mais. Nova velha fórmula. Lançamento de guias práticos visando à longevidade revisitam segredos revelados há 300 anos	Dieta, Alimento e Saúde
Ciência	Junho	Quarta-feira	A dieta nos encontros O Globo A busca da dieta ideal. O melhor regime requer prescrição individual, especializada, com menos sal e açúcar, e mais exercício	Dieta, Alimento e Saúde

Ambos os jornais analisados deram espaço na primeira página, ainda que em proporções e períodos distintos, a temas relacionados à obesidade, sendo maior na Folha

de S. Paulo (57,2%) em comparação ao O Globo (42,8%).

O predomínio mensal das capas foi distinto entre os jornais destacando-se março para a Folha e junho para O Globo sem que, contudo, possa ser atribuído à concentração de algum assunto em particular. A variação temporal e espacial de temas pode estar relacionada aos valores de notícia (*News Values*), provavelmente mais determinantes na seleção do que eventos e fatos.

Em relação às temáticas sobre obesidade, cada jornal mostrou um perfil distinto em suas capas: Imagem Corporal na Folha (GRÁFICO 12) e Dieta, Alimento e Saúde, no Globo (GRÁFICO 15). No entanto, a obesidade esteve mais presente entre as secções de Ciências e Saúde do jornal O Globo e no suplemento Equilíbrio na Folha.

Isso corrobora com as informações de perfil fornecidas pelos próprios jornais, conforme TABELA 1 e 2. Enquanto 65% dos leitores da Folha apresentam interesse por assuntos relacionados a comportamento, para O Globo 88% se interessam por assuntos sobre saúde, bem-estar e qualidade de vida e 63% por beleza.

Desta maneira, a obesidade, como um gênero nos dispositivos jornalísticos, transforma-se em várias possibilidades de temas e representações sociais. Este agrupamento das capas em temáticas, reflete as distintas representações atribuídas à obesidade por meio dos discursos. É classificada em vários universos, invadindo o corpo social, se desdobrando em várias problemáticas, que envolvem diferentes realidades, atores sociais, desafios, disputas institucionais, estratégias, dramas, comportamento e modos de viver.

O que de fato chama atenção é que o jornal Folha de S. Paulo apresenta um editorial que dá mais espaço a cientistas e universidades que outras fontes, funcionando como um espaço tradicional de divulgação da ciência, contribuindo assim na legitimação social de autoridades especializadas (pesquisadores e profissionais da saúde). Porém, isso não é observado quando se analisam as capas, que apresentaram um direcionamento maior ao suplemento Equilíbrio (dedicado à busca da saúde e da qualidade de vida), e aos cadernos Ilustrada (aborda cultura e entretenimento) e Cotidiano (informações do dia a dia). Conteúdos de capa com temática Científica (descobertas e pesquisas recentes) apresentaram um menor percentual.

Capas com manchetes sobre Imagem Corporal; Dieta, Alimento e Saúde são mais

atrativas para ocuparem a primeira página de um jornal, do que assuntos mais científicos sobre a questão da obesidade, o que reforça os conceitos sobre o contrato de leitura proposto por vários autores, em particular por Verón (2004) e Fausto Neto (2010).

## 5.5 AS EDITORIAS

Em um jornal impresso as matérias encontram-se dispostas em seções, denominadas editorias, de acordo com o seu foco principal. Os grandes jornais (entre eles a Folha e O Globo) separam os temas em cadernos, que acabam abrangendo mais de uma editoria. Esta estruturação e organização tem como objetivo facilitar a leitura, além de relacionar-se à lógica editorial definida pelo jornal. Assim, o processo de edição permite uma hierarquização da leitura, de maneira sequencial, clara e em ordem progressiva de interesse. Deve ser capaz de identificar pontos que sejam relevantes de maneira a torná-los com maior visibilidade e chamar a atenção do leitor.

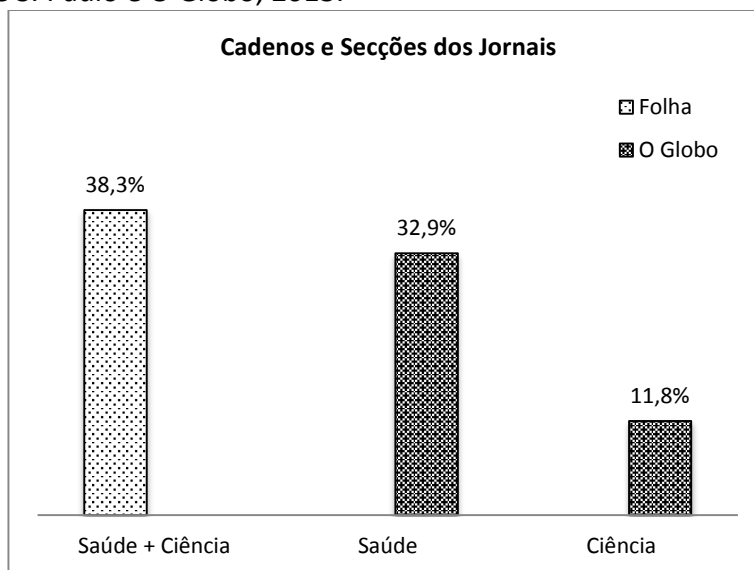
“Uma boa edição nasce da capacidade de estabelecer nexos coerentes e contextualizações firmes e compreensíveis para o leitor. Nasce também da capacidade de o editor, desde a pauta, em hipóteses, conceitos e fatos que ele ou membros de sua equipe tenham julgado os mais inéditos ou relevantes para serem reportados, investigados ou criticados” (FOLHA DE S.PAULO, 2013).

Esta maneira de organizar a cobertura dos temas está intrinsecamente ligada à necessidade de tornar o trabalho rotineiro, fazendo prevalecer os procedimentos que satisfazem mais as exigências contemporâneas - racionalização do trabalho, redução dos custos e redução do tempo (WOLF, 2008).

Dos 170 textos clipados, em ambos os jornais pesquisados, o caderno de Saúde + Ciência da Folha (38,3%) e as seções Saúde (32,9%) e Ciências (11,8%) de O Globo publicaram mais conteúdos sobre obesidade (GRÁFICO 16).



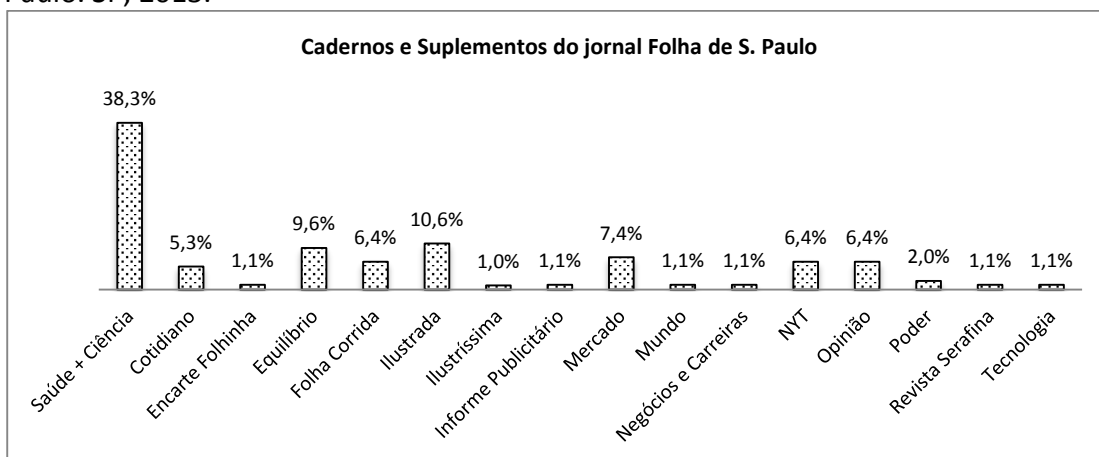
Gráfico 16: Cadernos e secções que mais publicaram conteúdos sobre obesidade nos jornais Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.



Fonte: Elaboração Própria.

Ao caderno com mais publicações pela Folha (Saúde + Ciência com 38,3%), seguiram-se o caderno Ilustrada (10,6%), o suplemento Equilíbrio (9,6%), o caderno Folha Corrida (6,4%) e o caderno Cotidiano (5,3%) (GRÁFICO 17).

Gráfico 17: Publicações sobre obesidade nos cadernos e suplementos do jornal Folha de S. Paulo, SP, 2013.



Fonte: Elaboração Própria.

Esses resultados contrapõem-se aos de Figueiredo (2009) que evidenciou, a partir da análise de 305 matérias publicadas no jornal Folha de S. Paulo, no período de 1998 a 2008, maior privilégio de publicações sobre obesidade no caderno Cotidiano (41%), seguido pelo caderno Ciência (16%).

Neste estudo, Cotidiano, posicionou-se em quinto lugar (5,3%).

O caderno Cotidiano oferece ao leitor informações úteis ao seu dia a dia nas áreas de segurança, educação e direito do consumidor. Divulga diariamente notícias das principais capitais do país. Na edição São Paulo, concentra sua cobertura na capital paulista. Procura prestar serviços ao leitor sobre temas como direito do consumidor, saúde, trânsito e meteorologia (FOLHA DE S.PAULO, 2012, 2014a, 2014b).

Atualmente Cotidiano tem 486.000 mil leitores, homens (56%), entre 35 a 44 anos (34%), dos quais 62% da classe B (FOLHA DE S.PAULO, 2012, 2014a, 2014b).

A mudança de proporção de publicação em relação aos resultados de Figueiredo (2009), pode ser atribuída ao período da clipagem das matérias. Até 2008 (período da presente pesquisa) inexistia um caderno específico sobre a temática saúde, a qual se encaixava, em sua maioria, em Cotidiano ou até mesmo em Ciência.

A partir de 2012 o caderno Ciência passou a ser intitulada como Saúde + Ciência, o que pode ter contribuído para a migração de conteúdos antes publicados em Cotidiano para um caderno mais específico. Contempla notícias sobre as últimas descobertas e pesquisas mais recentes e importantes nas áreas científica e médica no Brasil e no mundo, com especial atenção para o didatismo e para o uso de recursos visuais na explicação de assuntos complexos. Possui 228.000 mil leitores, principalmente do sexo masculino (59%), entre 35 e 54 anos (47%), sendo a classe B (67%) o público leitor mais recorrente deste caderno (FOLHA DE S.PAULO, 2012, 2014a, 2014b).

Assim tem-se matérias como: “Pesquisa chinesa descobre bactéria ligada à obesidade” (28/01); “EUA estabelecem regras para alimentos vendidos em escolas” (02/02); “Anvisa confirma que droga para emagrecer continua no mercado” (29/05) (FIGURA 8).

O segundo caderno com maior percentual de publicações foi a Ilustrada (10,6%). Pela Folha de S. Paulo (2014) é um caderno que traz a cobertura do que há de mais original e relevante nas áreas de cultura e entretenimento. Crítica e ousada, a Ilustrada fala sobre discos, gastronomia e muito mais. Seus colunistas garantem análise, humor e diversidade de pontos de vista. De acordo com os dados da Folha (2014) seu público leitor é 65% constituído pela classe B, feminino (51%), na faixa etária de 35 a 44 anos (33%).

Figura 8: Caderno Saúde + Ciência do jornal Folha de S. Paulo, SP. 2013.



Fonte: Jornal Folha de S. Paulo, 2013.

Entre os textos clipados neste caderno, a maioria abordava a questão da obesidade em um contexto de entretenimento, como por exemplo: “Novela das 21h falará de obesidade infantil e autismo” (11/02); “Efeito Sanfona: Deborah Secco conta que já recuperou 12kg que havia emagrecido para interpretar uma mulher portadora do vírus HIV no longa Boa Sorte” (14/03); ou por um colunista a exemplo de Dráuzio Varella em “Obesidade: mitos x fatos”(23/02) e “Baixe aqui” (21/01) de Mônica Bergamo (FIGURA 9).

Figura 9: Caderno Ilustrada do jornal Folha de S. Paulo, SP. 2013.

<p><b>Novela das 21h falará de obesidade infantil e autismo</b></p> <p>A sucessora de “Salve Jorge” (Globo), ainda sem título, contará com duas grandes linhas de merchandising social ligado à infância: obesidade e autismo.</p> <p>A próxima novela das 21h da emissora, assinada por Walcyr Carrasco, terá um hospital entre um de seus cenários principais.</p> <p>Por lá passarão dois personagens infantis importantes. Uma delas será uma jovem obesa, que, devido à má alimentação, acabará desenvolvendo diabetes.</p> <p>O outro personagem será um menino portador de autismo.</p> <p>Em ambas as histórias, o autor pretende abordar a difícil relação dos pais com essas questões delicadas e os preconceitos envolvidos.</p> <p>No caso da menina obesa, os pais descuidarão da alimentação da filha, apesar das recomendações médicas.</p> <p>Com relação ao portador de autismo, a novela mostrará como os pais precisarão modificar toda sua rotina e sacrificar projetos para cuidar de um filho com necessidades especiais.</p> <p>A trama, que será ambientada em São Paulo, deve começar a ser gravada no mês que vem.</p> <p>O elenco já está definido, mas o diretor Wolf Maya ainda está escolhendo locações na cidade. A estreia da nova trama está prevista para o início de junho.</p>	<p><b>EFEITO SANFONA</b></p> <p>E Deborah conta que já recuperou os 12 quilos que havia emagrecido para interpretar uma mulher portadora do vírus HIV no longa “Boa Sorte”, da cineasta Carolina Jabor.</p>
<p>Caderno Ilustrada (11/fev/2013)          Jornal Folha de S. Paulo</p>	<p>Caderno Ilustrada (14/março/2013)          Jornal Folha de S. Paulo</p>

Fonte: Jornal Folha de S. Paulo, 2013.

O terceiro em destaque na Folha de S. Paulo, sobre o tema obesidade, foi o suplemento Equilíbrio (9,6%). Uma publicação semanal, dedicado à busca da saúde e da qualidade de vida. Traz as últimas técnicas e terapias para quem quer viver mais e melhor, além de dicas precisas sobre cuidados com o corpo e a mente (FOLHA DE S.PAULO, 2012, 2014a, 2014b).

Apresentou matérias como: “Desintoxicação *à la carte*”(29/01); “Da mesa para a cama” (19/03); “Repórter testa SPA radical com dieta diária de 300 calorias (02/04) (FIGURA 10).

Figura 10: Suplemento Equilíbrio jornal Folha de S. Paulo, SP. 2013.



Fonte: Jornal Folha de S. Paulo, 2013.

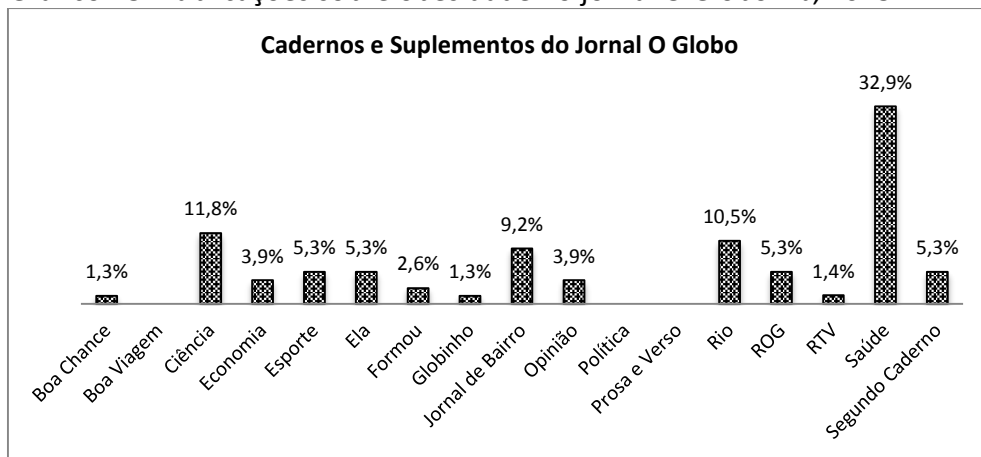
Este suplemento manteve-se na mesma posição (terceira) comparada ao estudo de Figueiredo (2009), o que pode demonstrar uma estabilidade ao longo dos anos na proporção de matérias publicadas. A autora ressalva em sua pesquisa que, desde outubro de 2008 a Folha passou a dedicar uma página diária ao tema saúde no caderno Cotidiano, sob os cuidados da editoria Equilíbrio.

Entre os textos clipados do jornal O Globo, a seção de Saúde se destacou em publicações sobre a obesidade (32,9%), seguido por Ciência (11,8%), Rio (10,5%) e o suplemento Jornal de Bairro (9,2%) (GRÁFICO 18).

As seções Saúde e Ciência apresentaram conteúdos voltados para as descobertas e pesquisas em saúde, as funções dos alimentos como promotores de saúde ou fatores de risco a doenças, temáticas que abordam questões sobre qualidade de vida e bem-estar, além do cuidado com o corpo e a mente. A exemplo de matérias como: “Droga na moda das academias” (seção Saúde 20/01); “O peso da obesidade na conta do SUS”

(secção Ciência 20/03); “Dormir bem é a fonte da juventude” (secção Saúde 21/04); “O poder do chá” (secção Ciência de 02/06) (FIGURA 11).

Gráfico 18: Publicações sobre obesidade no jornal O Globo. RJ, 2013.



Fonte: Elaboração Própria.

Figura 11: Secções Saúde e Ciência do Jornal O Globo, RJ. 2013.



Fonte: Jornal O Globo, 2013.

Outro aspecto relevante é que, dos conteúdos clipados na secção de Saúde, 8 (32%) foram publicados em formato de *box*, sendo as informações apresentadas na parte superior, de maneira curta e objetiva sobre resultados de estudos de relevância em relação à obesidade e suas consequências à saúde. Estes *boxes* precedem à matéria principal abordada na editoria. Exemplos: “Ômega 6 pode causar obesidade” (13/01); “Ovos no café da manhã para emagrecer” (31/03); “Cirurgia bariátrica afeta genes” (14/04) (FIGURA 12).

Figura 12: Box sobre obesidade apresentado na secção saúde do jornal O Globo, RJ. 2013.



Box da editoria Saúde (14/abr/2013)  
Jornal O Globo

Fonte: Jornal O Globo, 2013.

Na secção Rio são abordadas temáticas referentes à shows, gastronomia e lazer. Foram observados conteúdos sobre obesidade com uma abordagem semelhante ao caderno Ilustrada do jornal Folha de S. Paulo, ou seja, obesidade num contexto de entretenimento, percepção corporal por meio de uma personalidade, ou até mesmo sobre estigmas sociais. Nem sempre foram apresentadas matérias e sim, *Boxes* informativos com títulos atrativos a exemplo de: “O novo segredo de Ivete” (secção Rio em 12/03); “Saliência das magras” (secção Rio em 12/03); “Vaidade teu nome é homem” (secção Rio de 12/05) (FIGURA 13).

Uma secção que possui 580.000 leitores, composto principalmente por homens (52%) da classe B (57%), com mais de 60 anos de idade (25%).

Figura 13: Conteúdos publicados na secção Rio do Jornal O Globo, RJ. 2013.



Secção Rio (12/março/2013)  
Jornal O Globo

Secção Rio (12/maio/2013)  
Jornal O Globo

Fonte: Jornal Folha O Globo, 2013.

Os suplementos Jornais de Bairro foram o quarto a apresentar maior percentual de publicação. Reforça-se aqui a assertiva pela inclusão destes suplementos por apresentar uma expressiva quantidade de publicações abordando a obesidade sobre o ponto de vista de alimentos *versus* benefícios ou malefícios à saúde; imagem e percepção corporal; obesidade *versus* sedentarismo. Semelhante aos conteúdos publicados no suplemento Equilíbrio do jornal Folha de S. Paulo. A título de exemplo citam-se: “Pra quem não quer malhar na academia” (27/01); “Fonte de Saúde” (30/06); “Batata poderosa” (30/06) (FIGURA 14).

Figura 14: Matérias publicadas nos suplementos jornais de bairro do jornal O Globo, RJ. 2013.



Fonte: Jornal O Globo, 2013.



## 5.6 A FORMA QUE (IN)FORMA E OS GÊNEROS JORNALÍSTICOS

### 5.6.1 O *Lay Out*

O jornal é o somatório de várias partes, formatadas de distintas maneiras a cada dia, em função da necessidade de enfatizar um determinado tema. O *design* insere-se neste processo. Sua essência é fazer escolhas sobre como apresentar as notícias (notícias que são diferentes diariamente, mas com vocabulário gráfico único). A escolha dos títulos, da tipografia, das cores, ilustrações, infográficos, entre outros, determina a aparência de um jornal e, conseqüentemente seu funcionamento. O *design* é estratégico no sentido de orientar um possível percurso do olhar do leitor pela página, uma vez que conforme a disposição dos elementos, ele poderá descrever movimentos de leitura. Assim, o *design* é parte do contrato que se estabelece com o leitor (ZAPPATERRA, 2007; GRUSZYNSKI, 2010).

O Jornal Folha de S. Paulo e O Globo apresentam *design* em formato *standard*, uma diagramação modular com distribuição horizontal das matérias, divididos em cadernos, buscando um *lay out* de página dinâmico e atraente para o leitor. Apresentam uma estrutura editorial formada basicamente por: matérias jornalísticas (notícia, reportagem, entrevistas, notas); crítica cultural, que inclui, espaço para um articulista por edição, com texto em forma de artigo, ensaio ou crônica; coluna social; serviço e roteiro, com sinopse de filmes em cartaz, roteiros de museu, bares, atividades artísticas e culturais; programação e guia de TV e variedades (GADINI, 2006).

### 5.6.2 Os Gêneros Jornalísticos

Os gêneros jornalísticos se referem à maneira como é realizado um relato dos acontecimentos, seja: informativo (nota, *box*, notícia, reportagem) ou opinativo (artigo, editorial, opinião, entrevista, charge), e também, de acordo com o grau de aprofundamento.

Pode-se entender como notícia o registro puro dos fatos, isento de qualquer opinião. Há descrição dos fatos e seus efeitos e conseqüências (FIGUEIREDO, 2009;



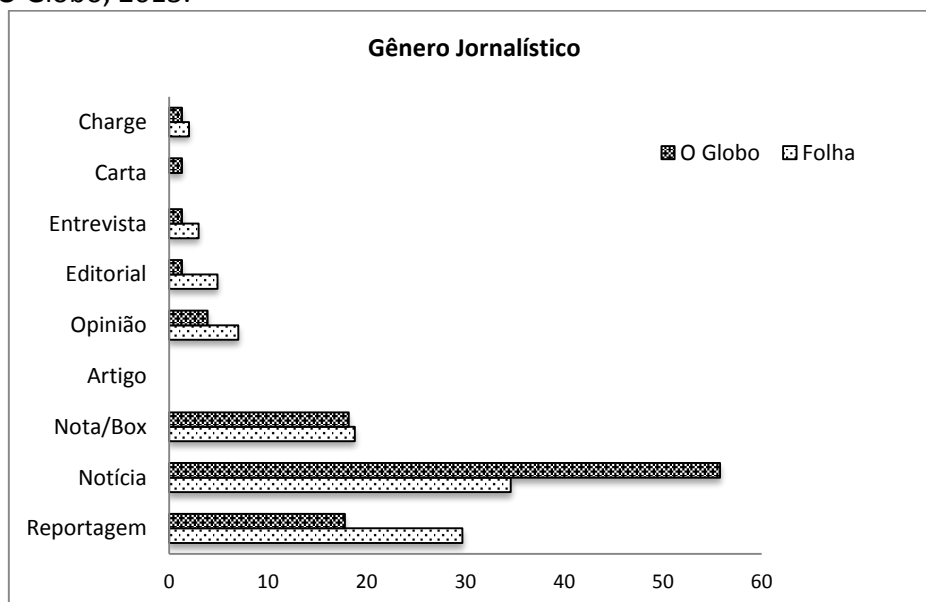
GRUSZYNSKI, 2010). No jornalismo, a notícia se baseia no *lead* respondendo à seis perguntas: que, quem, quando, onde, como e por que. Porém, decorrente de *dead lines* e *lay outs* ou até mesmo a capacidade de apuração jornalística, as informações podem ser mais restritas.

A nota e o *box* caracterizam-se como uma notícia curta, com menos apuração que a notícia. Já a reportagem, é a matéria que exige apuração, extensão e profundidade (FIGUEIREDO, 2009; GRUSZYNSKI, 2010). O autor ainda reforça que a reportagem pode desenvolver uma sequência investigativa que não cabe na notícia, apurando as origens do fato, as razões e efeitos. Em alguns casos há necessidade da produção de um texto mais extenso, com desdobramentos em outros menores, que discutem os diferentes aspectos relativos ao acontecimento.

Neste estudo é possível visualizar matérias que vão a este encontro.

O jornal Folha de S. Paulo apresentou em grande parte matérias como notícia (34,6%) abordando a questão da obesidade, seguido por reportagem (29,7%) e Nota/Box (18,8%) (GRÁFICO 19).

Gráfico 19: Gênero Jornalístico mais utilizado para publicação entre os jornais Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.



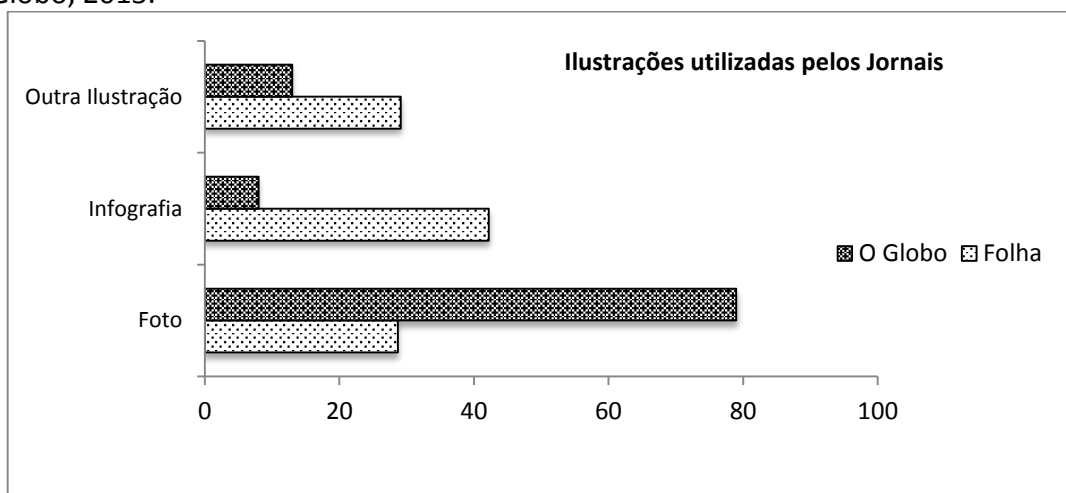
Fonte: Elaboração Própria.

Quando se avalia as ilustrações do jornal Folha de S. Paulo, em 76% das matérias publicadas, 42,4% correspondiam a infográficos e 28,7% a fotos e imagens.

O jornal O Globo apresentou, também, maior parte de suas matérias como notícia (55,8%), seguido por Box/Nota (18,8%) e reportagem (17,8%). Já as ilustrações estiveram presentes em 81,5% das matérias analisadas, sendo as fotos e imagens (79%) o recurso mais utilizado (GRÁFICO 19 e 20).

Estes resultados corroboram com os de Figueiredo (2009) que, ao analisar uma década (1998 a 2008) do jornal Folha de S. Paulo em relação à medicalização da obesidade obteve “notícia” (41%), entre os gêneros jornalísticos mais publicados no período.

Gráfico 20: Ilustrações mais utilizadas para publicação entre os jornais Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.



Fonte: Elaboração Própria.

A maior ocorrência do gênero jornalístico “notícia” em ambos os jornais reforça o pouco aprofundamento que dedicam às temáticas sobre obesidade.

Todavia, na Folha, comparativamente ao O Globo, a proporção de reportagens é superior, o que somado ao maior emprego do recurso da infografia, indica a tendência na produção de conteúdos mais aprofundados, com detalhes e contextualização e, com maior dinamismo e didática ao leitor.

A infografia tem a função de facilitar a comunicação, ampliar o potencial de compreensão pelos leitores, permitir uma visão geral dos acontecimentos e detalhar informações menos familiares ao público (VELHO, 2009).

### 5.6.3 A Polifonia das Vozes nos Jornais Folha de S. Paulo e O Globo

Ao se considerar a obesidade como uma doença de ordem social pode-se dizer que, ela é efeito de sentido das diferentes falas e de suas transações que se realizam no contexto do espaço público. Neste contexto vários lugares apresentam competência para discursar sobre a temática. Razão pela qual as falas são disputadas e, motivos pelos quais se movem em meio ao embate que organizações e/ou instituições realizam para produzir sentidos e/ou pontos de vista (FAUSTO NETO, 1999).

Várias falas se produzem em diferentes circuitos e em meio a diferentes protocolos discursivos: (i) a fala da medicina de caráter etiológico, procurando diagnosticar e reduzir os riscos; (ii) a fala da esfera farmacêutica, oferecendo medicamentos que auxiliem como medidas de prevenção secundária; (iii) a fala de outros profissionais da área da saúde (nutricionista, educador físico, psicólogos, outros), corroborando em ações paliativas e profiláticas com o intuito de reduzir os riscos e promover a saúde; (iv) a fala da administração pública, apontando para os protocolos de eficiência com que trata os cuidados sociais, políticos e econômicos sobre o assunto; (v) a fala acadêmica e científica que demonstra por meio de publicações as recentes descobertas sobre a temática propiciando assim o desenvolvimento de ações mais efetivas e eficazes na redução da prevalência e incidência; (vi) a fala dos pacientes seja de estigmatização, de preconceito, de subjulgamento, de exclusão; (vii) a fala da opinião pública que à sua maneira constrói seus próprios diagnósticos e prognósticos, sobre os seus desdobramentos. E também, (viii) a fala das mídias, que se faz em meio às transações que se realizam com outras situações e outros regimes de falas a partir de regras privadas ao próprio campo midiático.

Nesta pesquisa diversas vozes ecoaram no discurso da obesidade e foram classificadas de acordo com as bases metodológicas propostas neste estudo (item 4.2.1) em distintos grupos de credibilidade a saber: (i) Fonte (qual era a voz do jornal: usuário, Instituição pública ou privada de saúde, Instituição pública ou privada de ensino, Próprio jornal, Colunista, Fonte estrangeira, Profissional da saúde, Artista, outro); (ii) Expressão Profissional da Comunicação: Repórter/Jornalista, Colunista; (iii) Expressão Profissional da Saúde: diversos profissionais da área da saúde; (iv) Expressão Instituição Pública:

Ministério da Saúde, Ministro da Saúde, Secretaria de Saúde, Governo Brasileiro, Governo Internacional; (v) *Expressão Científica*: Universidade ou Faculdade Pública, Privada ou Internacional, Pesquisador Nacional ou Internacional, Especialista, Sociedade e Entidade/Organização Nacional ou Internacional de Saúde; (vi) *Expressão Órgão Regulador*: Anvisa, CONAR, Alana, outro; (vii) *Expressão Pessoas*: Personagem/Personalidade Pública, Paciente, Usuário, População em geral, Advogado, Juiz.

#### 5.6.3.1 Credibilidade da Fonte

Quando analisada a Fonte como credibilidade da construção do discurso observa-se que ambos os jornais (79,8% na Folha e 90,7% no O Globo) utilizam-se do repórter ou jornalista para elaboração do conteúdo.

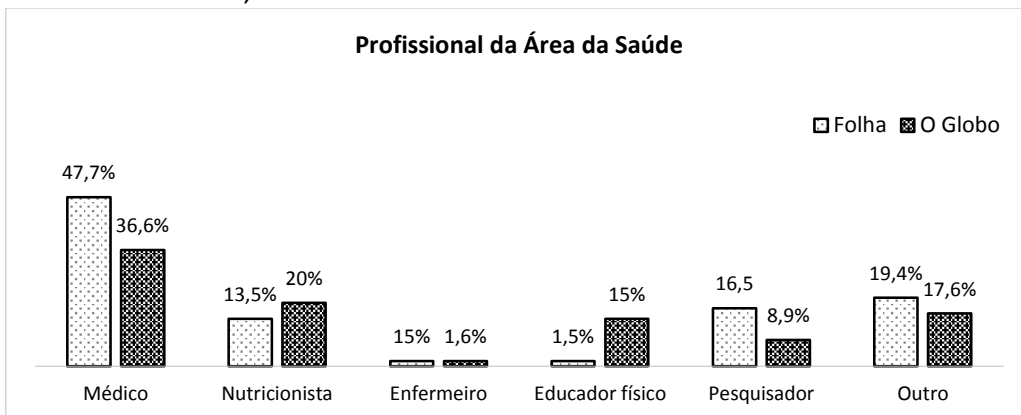
Ou seja, o jornal como dispositivo, articula, nessa estrutura, esse amplo processo de “conversação”, por meio de mecanismos textuais, oferecendo possibilidades para a emergência de falas, neste lugar que assim se estipula como a “própria praça pública”. O jornal é um efetivo protagonista desse processo de produção de sentidos sobre a obesidade.

#### 5.6.3.2 Credibilidade da Expressão Profissional da Saúde

Ao analisar a "A Fala do Profissional da Saúde" registrou-se 127 (74,7%) profissionais da área da saúde discursando sobre a obesidade, em ambos os jornais. Na Folha de S. Paulo dos 71,2%, profissionais identificados, a fala dos médicos (47,7%), foi a de maior recorrência para legitimar os discursos, seguido por pesquisador (16,5%) e nutricionista (13,5%). Enquanto no jornal O Globo 36,6% foi representado pelos médicos, seguido por nutricionista (20%) e educador físico (15%) (GRÁFICO 21).

Ao se analisar os discursos dos médicos como perito em saúde verifica-se que ambos os jornais fundamentaram em diversas especialidades para legitimar o conteúdo.

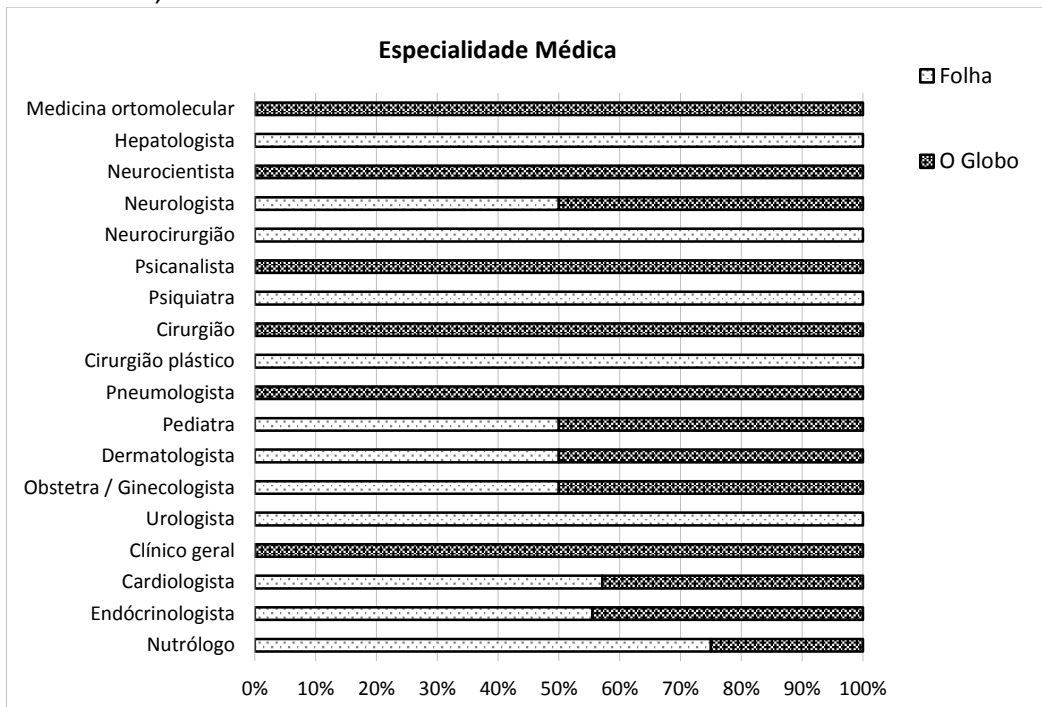
Gráfico 21: Profissionais da área saúde e o discurso sobre obesidade nos jornais Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.



Fonte: Elaboração Própria.

Entre as especialidades destacaram-se os endocrinologistas em ambos os jornais (68,7% na Folha de S. Paulo e 36,3% no O Globo), seguido por nutrólogo (18,7%) na Folha e Cardiologistas (13,6%) em O Globo (GRÁFICO 22).

Gráfico 22: Especialidade médica e o discurso sobre obesidade nos Jornais Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.



Fonte: Elaboração Própria.

Estes achados corroboram com o estudo de Figueiredo (2009) no qual a fonte médica foi a mais consultada para legitimar os discursos sobre a medicalização da obesidade durante 1998 a 2008 na Folha de S. Paulo.

Isto reforça os conceitos de Giddens (1991) ao afirmar que a mídia é um sistema perito no campo da saúde, pois fundamenta-se nos profissionais da saúde para legitimar e reforçar a construção da temática obesidade.

Fausto Neto (1999) ainda ressalva que as matérias jornalísticas funcionam como uma espécie de estratégias médicas, voltadas para a construção de diagnósticos e prescrições. Geram como efeito de sentido a situação na qual o jornal, ao se expor como um lugar que realiza a tarefa de explicar e didatizar sobre a obesidade (sua etiologia, consequências e agravos à saúde), anuncia que, de certa maneira, torna-se prescindível a presença do especialista (se transformando em um “lugar clínico”).

Chama atenção o fato de o jornal O Globo, basear-se em três especialistas: o endocrinologista, o nutricionista e o educador físico. De uma maneira geral profissionais da saúde estão entre os mais requisitados quando se trata de dieta restritiva. Isto reforça os dados obtidos nesta pesquisa em relação ao posicionamento e aos modos de dizer do Jornal O Globo. Um jornal cujas características se relacionam mais a estética e a imagem corporal, comparado à Folha.

#### 5.6.3.3 Credibilidade da Expressão Científica

Ao analisar a credibilidade científica na legitimação dos discursos seu emprego foi mais recorrente na Folha de S. Paulo (108 citações), em comparação a O Globo (63 citações) sendo em ambos estas, sobretudo, em profissionais que representam Sociedades, Organizações ou Entidades de Saúde Nacional (20,4% para a Folha e 27% para O Globo).

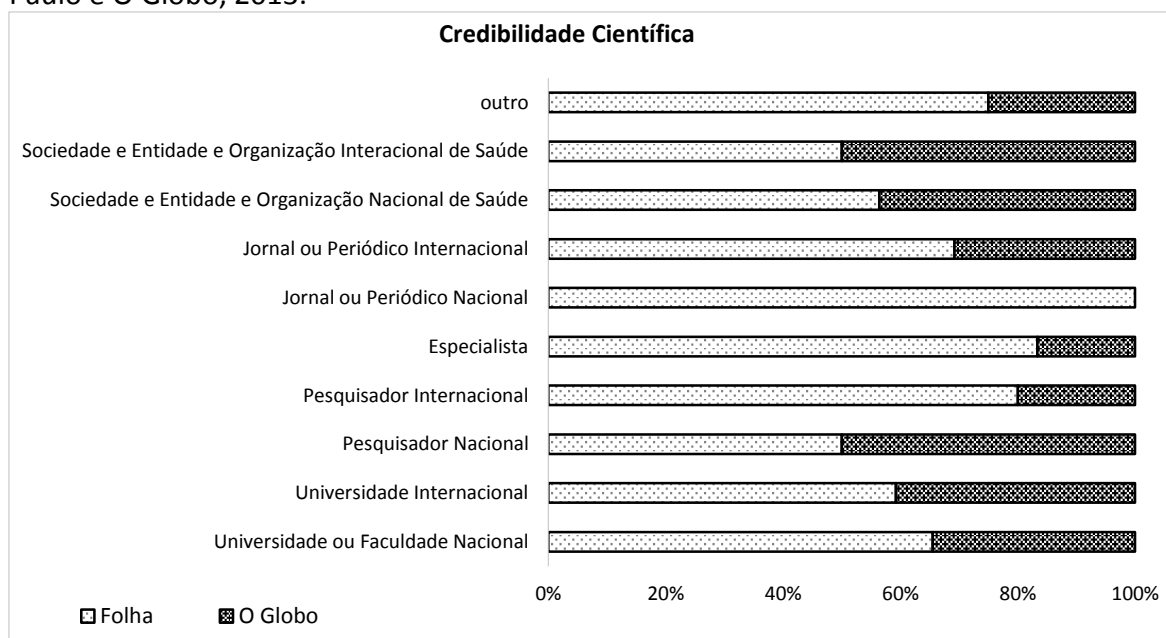
Estes resultados reforçam os obtidos por Figueiredo (2009), que evidenciou a recorrência de representantes das sociedades médicas nos discursos jornalísticos sobre a medicalização da obesidade.

A confiabilidade é um dos atributos que justifica o uso da fonte médica, representada por profissionais investidos de uma autoridade reconhecida pela classe. Os

próprios pares lhes outorgam o direito de falar em seu nome, e até mesmo em nome da especialidade. Outro fator é a facilidade de acesso a estes profissionais, garantida pela própria estrutura das associações da categoria que contam, com frequência com assessoria de imprensa e secretarias, que intermediam o contato com a imprensa (FIGUEIREDO, 2009).

Em complementação, outras fontes científicas são consultadas pela Folha como as universidades/faculdades nacionais (17,6%), periódicos internacionais (16,6%), universidades internacionais (14,8%), especialista (4,6%), periódicos nacionais (2,7%), pesquisador internacional (3,7%) e nacional (1,8%) (GRÁFICO 23). Também pelo jornal O Globo como: periódico internacional (15,8%), universidade internacional (17,4%), sociedade, organização/entidade internacional (15,8%), universidade nacional (15,8%), periódico internacional (12,7%), pesquisador nacional (3,2%), especialista e pesquisador nacional (1,2%). Não havendo nenhuma reportagem com utilização de periódicos nacionais como fonte (GRÁFICO 23).

Gráfico 23: Credibilidade científica utilizada como fonte em ambos os Jornais: Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.



Fonte: Elaboração Própria.

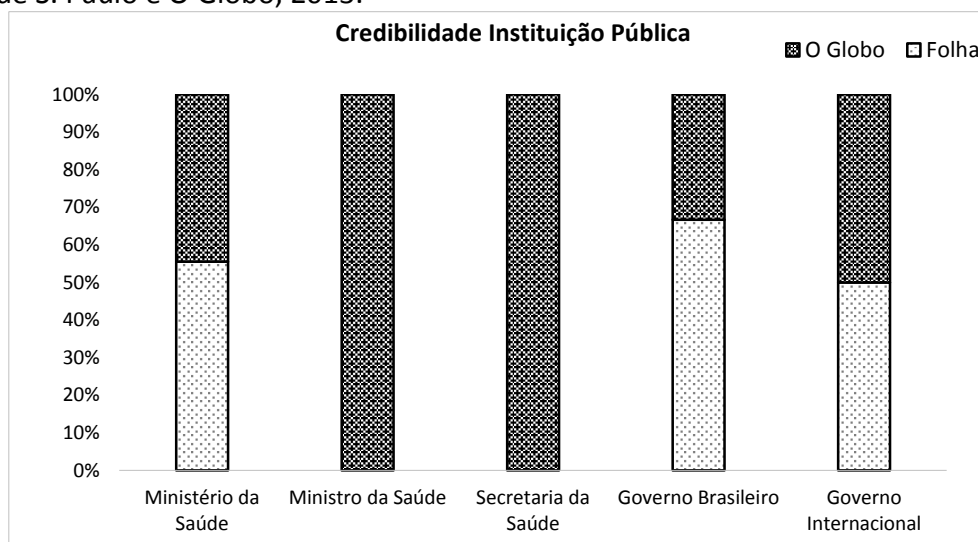
Nota-se que em ambos os jornais a consulta de periódicos internacionais prepondera sobre os nacionais, como fonte de legitimação de conteúdos sobre a

obesidade. Fato que pode ser atribuído ao lançamento de *press-releases* pelo sistema de alguns periódicos científicos. O lançamento de novos números desperta as redações para temas inovadores e de ponta publicados pela comunidade científica. Estratégia passível de ser considerada como eficaz para garantir a repercussão e a prevalência de publicações internacionais, em relação as nacionais (APÊNDICE 1).

#### 5.6.3.4 Credibilidade da Expressão da Instituição Pública

A Instituição Pública também se expressa nos discursos dos jornais, sendo o Ministério da Saúde (5 citações na Folha e 4 no O Globo) e o Governo de outros Países (4 citações em cada jornal) as mais ocorrentes (GRÁFICO 24).

Gráfico 24: Credibilidade da Instituição Pública utilizada como fonte em ambos os Jornais: Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.




Fonte: Elaboração Própria.

#### 5.6.3.5 Credibilidade da Expressão do Órgão Regulador

Esta fonte foi identificada em poucas matérias (13,8% na Folha e 11,8% no O Globo). Esteve presente, em particular, em matérias sobre a regulação de medicamentos (ANVISA com 38,5% na Folha e 66,6% no Globo) para o controle do peso (no caso da sibutramina) e de órgãos regulatórios sobre publicidade de alimentos infantil e aumento de obesidade (FIGURA 15).



Figura 15: Matérias com Credibilidade do Órgão Regulador nos jornais Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.

	<p><b>Sibutramina continuará à venda</b></p> <p>Anvisa decide manter remédio emagrecedor no mercado nacional</p> <p>Por dois votos a um, a diretoria colegiada da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) decidiu ontem manter a venda de medicamentos emagrecedores à base de sibutramina. Por outro lado, as restrições ao comércio desses remédios também foram mantidas.</p> <p>Em outubro de 2011, uma resolução da Anvisa permitiu a venda de medicamentos com sibutramina, mas também aumentou o controle sobre seu comércio. Na ocasião, três inibidores de apetite (fempoporex, mazindol e anépramona) foram tirados do mercado.</p> <p>Segundo a Anvisa, a decisão tomada foi fundamentada em monitoramento do mercado da sibutramina ao longo do ano passado. Em 2011, a agência estabeleceu a obrigatorie-</p> <p>dade dos profissionais de saúde, empresas detentoras de registro e farmácias e drogarias de notificarem, obrigatoriamente, o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária sobre casos de efeitos adversos relacionados ao uso de medicamentos que contêm sibutramina.</p> <p>Na época, a Anvisa também havia indicado a descontinuidade do uso da sibutramina em pacientes que não obtiveram resultados após quatro semanas de uso da substância. A agência tinha determinado ainda que, no momento da prescrição, médicos e pacientes deveriam assinar um termo de responsabilidade. Nesse termo, constam contraindicações e riscos aos pacientes.</p> <p>A discussão começou em 2010, quando o estudo Scout, com 10.744 obesos de 16 países com doença cardiovascular e diabetes ou ambas mostrou que a pílula elevou o risco de infarto e derrame. ●</p>
<p>Caderno Saúde + Ciência (28/março/2013) Jornal Folha de S. Paulo</p>	<p>Secção Ciência (27/maio/2013) Jornal O globo</p>

Fonte: Jornal Folha de S. Paulo, 2013.

#### 5.6.3.6 Credibilidade da Expressão Pessoas

Os jornais pesquisados apresentam uma polifonia de vozes para legitimar seus discursos sobre obesidade.

Ao avaliar a “A Fala do Cidadão” este recurso foi empregado pela Folha 40 vezes e, O Globo, 26.

Para a Folha, esta fonte de credibilidade, distribuiu-se entre a população (40%), pacientes (27,5%), personalidade pública (20%) e 12,5% outros.

Apesar de no jornal O Globo o cidadão se expressar menos, entre eles prevaleceu a fala da população - do público leitor - (61,4%), seguido por personalidade pública e advogados (ambos com 15,3% ambos), paciente e juiz (ambos com 4%).

Na Folha os discursos dos cidadãos sobressaíram no suplemento Equilíbrio (37%) e no caderno Saúde + Ciência (25%). Foram também registrados em Cotidiano e Mercado (ambos com 12,5%), Negócio e New York Times (ambos 6,5%), conforme APÊNDICE 2.

Por sua vez no jornal O Globo prevaleceu nas secções Rio e no caderno de Esporte (ambas com 18,6%), Saúde e nos suplementos Jornais do Bairro (12,5%), e 6,3% nas secções Ela, Economia, suplemento Formou, Revista O Globo, secção Ciência e Opinião (APÊNDICE 3).

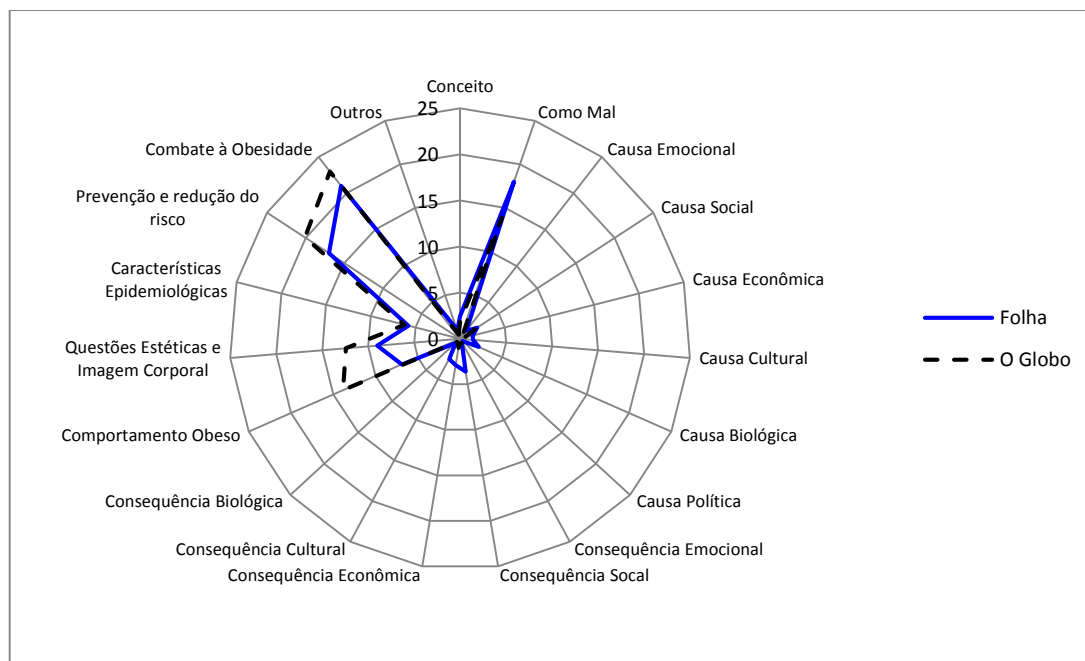
## 5.7 OS SENTIDOS DA OBESIDADE EXPRESSOS NOS JORNAIS

Nos jornais pesquisados a temática obesidade é abordada sobre diferentes prismas, com várias dimensões, resultante de distintas construções de sentido.

Com o intuito de entender os significados desta temática de peso, entre as 19 categorias de sentido consideradas na avaliação do tema (conceito; como um mal; causas e consequências emocional, social, econômica, cultural e biológica; causas política; comportamento do obeso - comportamental; questões estéticas e imagem corporal; características epidemiológicas; prevenção e redução de risco; combate à obesidade e outros) verifica-se que 22% dos conteúdos referiam-se à importância de se combater a obesidade, 18% sobre a necessidade de prevenção e redução de riscos e 16% retratavam a temática como um mal. Ou seja, 56% dos conteúdos dos jornais apresentavam matérias sobre a obesidade numa perspectiva de informar e orientar ao público leitor sobre maneiras/condutas de reduzir o risco ao desenvolvimento da doença, bem como as consequências e agravos à saúde que podem acometer o indivíduo quando se encontra obeso ou com excesso de peso. A obesidade foi retratada como fator de risco. Como doença a ser combatida. Os jornais forneceram ao leitor informações que os tornem capaz de mudar os hábitos ou práticas cotidianas, enfim, o seu estilo de vida (GRÁFICO 25).

Discursos jornalísticos recheados de sentidos ilusórios de poder, sobre o “cuidar da própria vida”, que carregam consigo a questão da responsabilização e culpabilização. Como se a obesidade, fosse uma doença de incidência e prevalência em indivíduos, que somente, não praticam exercício ou não possuem uma alimentação equilibrada. Excluindo condicionantes sociais, econômicos e culturais, por exemplo (QUADRO 3).

Gráfico 25: Sentidos sobre obesidade presentes nos Jornais Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.



Fonte: Elaboração Própria.

Quadro 3: Títulos e trechos das matérias dos jornais Folha de S. Paulo e O Globo sobre obesidade, 2013.

Jornal	Título	Trecho
01/jan/2013 Equilíbrio Folha de S. Paulo	Um Ano Novo Magro	“Você precisa comer a terceira rabanada ou vai ficar mais feliz se continuar cabendo na sua calça favorita?”
17/maio/2013 Ilustrada Folha de S. Paulo	Que isso Gordinha?	“Entre as mulheres 69% apresentaram risco de doenças pela obesidade e 93% têm níveis de gordura considerados acima do ideal, contra 37% e 79% dos homens respectivamente”.
28/fev/2013 Economia O Globo	Justiça Condena Vigilantes do Peso	“Empresa demitiu por justa causa empregada que engordou
02/jun/2013 Jornal do Bairro O Globo	Tem que Malhar, Zero Meia!	“Professor cria aula que, de tão intensa, é comparada pelos alunos ao treino do Bope”.

Isso corrobora com os conceitos de Vaz (2009) sobre fator de risco. O autor sugere que o risco se tornou relevante na cultura, tendo o papel de articular o presente e o futuro em várias áreas. Na saúde, passou-se a relacionar às práticas do cotidiano e as possíveis doenças futuras (a exemplo da obesidade), por meio de uma relação casual e probabilística. Ressalta ainda que os meios de comunicação sofreram uma “virada individualista”, para a qual a ideia de fator de risco se ajusta: trata-se de uma tendência

de sobrevalorização de notícias sobre doenças que estejam ao alcance da interferência do indivíduo, centrando em hábitos e genética, em detrimento, por exemplo a fatores ambientais. Há uma tendência à medicalização das notícias em ciências, que em sua maioria são informações relacionadas ao estilo de vida. A medicalização faz proliferar conteúdos sobre saúde.

Isso significa que a mídia não cobre o saber médico de maneira integral ou global, ao contrário, gera no indivíduo a sensação de empoderamento sobre saúde. Porém, este empoderamento é ilusório e paranoico, pois, o deixa em alerta e preocupação constante com a relação à saúde e à doença.

Questões sobre imagem corporal e estética (11%), comportamento do obeso (10%) e características epidemiológicas (6%) também encontram relevância entre os sentidos sobre a temática em ambos os jornais (GRÁFICO 25).

Nos tempos atuais há uma supervalorização e culto à magreza relacionando-os ao status de felicidade, contrapondo-se à obesidade, uma condição altamente estigmatizada e rejeitada. Esses estados nutricionais antagônicos e discrepantes têm levado as pessoas à busca frenética por um corpo ideal, não medindo esforços para alcançá-lo.

Isso reforça as questões relacionadas aos discursos de culto ao corpo. O corpo perfeito é o corpo saudável (jovem, ativo, bonito e impecável) e, a questão da saúde torna-se uma ideologia individualista e otimista. O discurso do corpo é baseado no consumismo em favor de diferentes interesses comerciais das indústrias de beleza, marcadas por normas de cuidado, controle e vigilância corporal; na obrigação de possuir um corpo de acordo com as tendências ditadas e impostas; de exibí-los publicamente, submetendo ao olhar do outro; bem como a competitividade para a aceitação social e insegurança pessoal às dificuldades de se obter um corpo perfeito (MAROS; TEIXEIRA, 2009).

Um dos pilares sobre os quais o discurso do corpo saudável é construído passa pela ideia de culpa. Cada indivíduo se torna responsável para que o próprio corpo corresponda à construção social do corpo ideal e, portanto, culpado por não tê-lo, sendo insano ao próprio ao olhar e de outrem (MAROS; TEIXEIRA, 2009).

Estes discursos de “peso” estão recheados pelos modos de se conseguir e atingir este tão invejado corpo. Entre o público, as mulheres são alvo constante por serem em

geral, mais vulneráveis à aceitação das pressões sociais, econômicas e culturais relacionadas aos padrões estéticos.

A rejeição da sociedade pelo indivíduo obeso se desdobra no aumento de mulheres que fazem dietas restritivas, que controlam freneticamente o peso corporal, e se exercitam de maneira exaustiva, fazendo uso de laxantes, diuréticos e drogas anorexígenas (FIATES; SALLES, 2001).

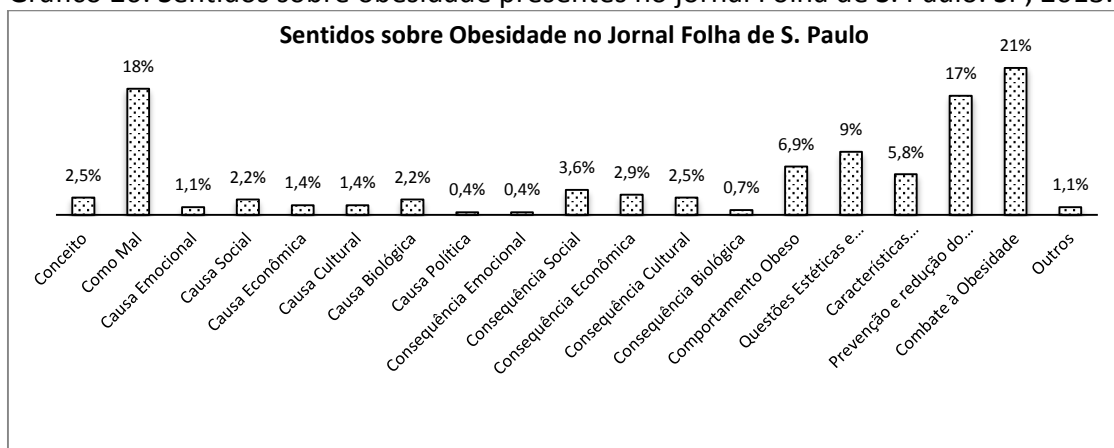
Desdobramentos estes evidenciados em ambos os jornais pesquisados, no quais os discursos estão carregados de práticas alimentares para emagrecimento, alimentos com funções rejuvenescedoras e que auxiliam na perda de peso, uso de produtos dietéticos e entre outros. Também de discursos que estejam em personalidades famosas com intuito de influenciar e se aproximar do leitor (QUADRO 4).

Quadro 4: Títulos e trechos das matérias dos jornais Folha de S. Paulo e O Globo sobre imagem, percepção corporal e estética, 2013.

Jornal	Título	Trecho
13/jan/13 Ilustrada Folha de S. Paulo	Garota Poderosa	“A intérprete do seriado Girls, Hannah Horvath – aspirante escritora gordinha, atrapalhada e de caráter duvidoso – é bonitinha, bem vestida, bem humorada e inteligente. E não é nada gorda. Seu corpo – que, nos dois primeiros episódios, aparece em close de frente e de costas em cenas de sexo e com outras andando pela casa de calcinha e fio dental – virou objeto de análises profundas por estar fora dos padrões de magreza de Hollywood. Também não chega perto dos padrões de gordura de qualquer outro canto dos EUA.
25/fev/13 New York Times Folha de S. Paulo	Tecido milagroso ou pura enganação?	“Uma nova linha de roupas de náilon e lycra supostamente combate celulite, favorece a circulação e promove a drenagem linfática”. ...”os tecidos teriam propriedades supostamente terapêuticas por terem ingredientes como cafeína, retinol, aloe e vera e cobre”.
24/ja/2013 Rio O Globo	As Rainhas Estreantes da Marquês de Sapucaí	“Juliana Alves, da Tijuca, Camila Silva, da Mocidade, Carla Prata, da Grande Rio e Lucilene Caetano, da Inocentes, se preparam para brilhar pela primeira vez como soberanas no Grupo Especial”.  “Preocupadas em fazer bonito na Sapucaí, as musas adotaram estratégias de preparação, que incluem dieta e aulas de pole dance. Tudo para sambar do início ao fim do desfile. Evito carboidrato à noite. Faço controle alimentar para estar saudável. Sambar na frente da bateria é um desafio, o tempo de desfile é maior – diz Juliana, que esbanja boa forma”.
12/mar/13 Rio O Globo	O Novo Segredo de Ivete	“Ivete Sangalo e o marido, o nutricionista Daniel Cady, exibem o segredo de tanta saúde e dos corpinhos em forma: um programa europeu que mistura nutrição e exercícios e que a cantora está trazendo para o Brasil”.

No Jornal Folha de S. Paulo o padrão de produção de sentido esteve focado em maior proporção ao entendimento da obesidade, como preveni-la e, quais as consequências à saúde (GRÁFICO 26, QUADRO 5).

Gráfico 26: Sentidos sobre obesidade presentes no jornal Folha de S. Paulo. SP, 2013.



Fonte: Elaboração Própria.

Quadro 5: Sentidos sobre obesidade no jornal Folha de S. Paulo. SP, 2013.

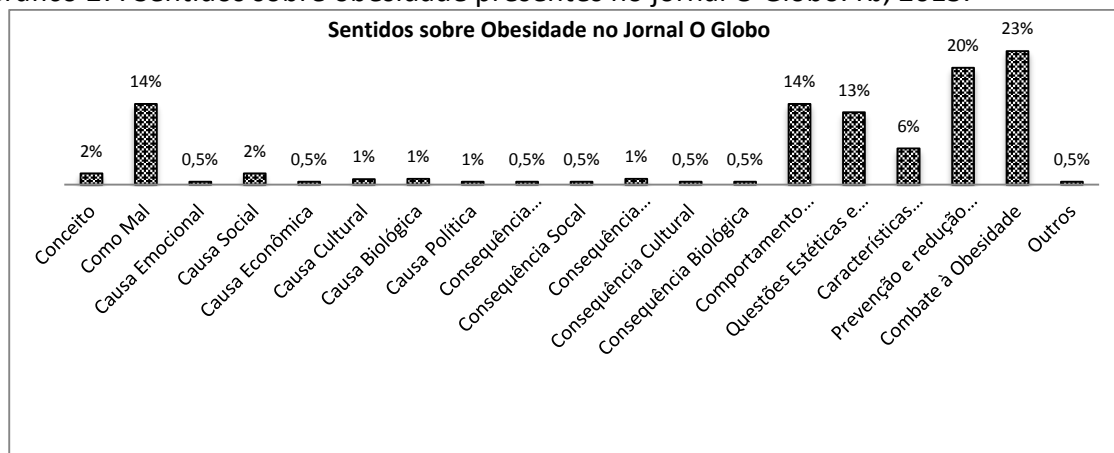
Conceito	Como Mal	Causa/Consequência Emocional
<p><i>Mitos da Obesidade</i> (02/fev/2013 - Saúde + Ciência)</p> <p>“Avaliação de estudos sobre obesidade mostra que conceitos amplamente divulgados, na verdade, não têm comprovação”.</p> <p>“Um artigo publicado no <i>New England Journal of Medicine</i> que elenca mitos e fatos sobre obesidade está causando controvérsia nos EUA”.</p>	<p><i>Parecer recomenda veto a ei contra publicidade infantil</i> (29/jan/2013 - Saúde + Ciência)</p> <p>“O que pode ter consequências negativas é a dieta desequilibrada, o consumo em excesso e o sedentarismo, três aspectos que não foram resolvidos por força da lei em lugar nenhum”.</p> <p>...“Ações como o projeto Meu Prato e Meu Pratinho, do próprio governo paulista, ou as normas que as empresas impuseram-se ao redor do mundo e no Brasil, que eliminaram a publicidade dirigida a crianças de produtos cujo consumo em excesso possa ser prejudicial”.</p>	<p><i>Solidão é fator de risco comparável à hipertensão</i> (03/jun/2013 - NYT)</p> <p>“Agora eu sei por que ganhei uns 15kg quando tinha 20 e poucos anos: eu estava solitária. Havia ido para o Meio-Oriente atrás de escola e emprego e não conhecia ninguém. Preenchia meus dias e noites de solidão com comida, especialmente balas, biscoitos e sorvete. Não conseguia controlar a minha alimentação”.</p> <p>“A revisão de uma pesquisa publicada em 1988 mostrou que o isolamento social é comparável à hipertensão, à obesidade, ao sedentarismo e ao tabagismo como um fator de risco para as doenças e para a morte prematura, escreveu o psicólogo.”</p>
Causa/Consequência Social	Causa/Consequência Econômica	Causa/Consequência Cultural
<p><i>Olho gordo</i> (28/maio/2013 - Equilíbrio)</p> <p>“As fotos são chocantes. Os olhares das pessoas mostram claramente que a obesidade ainda é um tabu.”</p>	<p><i>Vale o quanto pesa</i> (09/abr/2013 - Mercado)</p> <p>“O tratamento de uma paciente acima do peso com problemas cardiovasculares pode custar o dobro do valor gasto com uma pessoa normal, segundo a Orizon, que processa pedidos médicos para os planos de saúde</p>	<p><i>Documentário liga obesidade de negros americanos ao vício em ‘Soul Food’</i> (04/jan/2013 - Saúde + Ciência)</p> <p>“Para o cineasta Byron Hurt, o vício em ‘soul food’, a culinária gordurosa típica dos sul dos EUA, está matando os negros americanos”.</p> <p>...“O filme mostra como a identidade cultural dos negros está ligada aos alimentos calóricos, como frango frito e churrasco de costela.</p>

OBESIDADE		
Causa/Consequência Biológica	Causa/Consequência Política	Comportamento do Obeso
<p><i>Cientistas identificam espécie de bactéria ligada à obesidade</i> (28/jan/2013 - Saúde + Ciência)</p> <p>“Um estudo chinês apresentou a confirmação de que uma espécie de bactéria está ligada à obesidade.”</p> <p>...”O resultado vem a corroborar estudos recentes, conduzidos inclusive no Brasil, que já indicavam que a composição da flora intestinal é determinante no desenvolvimento da obesidade.</p>	<p><i>Carisma alcança a ‘candidatura’ de Michelle</i> (17/mar/2013 - Mundo)</p> <p>“A campanha que escolheu para chamar de sua, e que serve de mote para a maioria de suas aparições televisivas é de combate à obesidade infantil, promovendo a alimentação saudável e exercícios.</p>	<p><i>Mortos de fome</i> (02/abr/2013 - Equilíbrio)</p> <p>“Mais tarde, descobri que tinha engordado cem gramas. Quem me contou foi uma companheira de spa que viu um exame meu por engano. Era o que faltava para que eu entrasse em histeria coletiva. Por que engordei? Cada um tinha uma teoria. Para uns eu estava bebendo pouca água; para outros, faltava tomar mais chá de gengibre ou trocar a dieta para dar um ‘choque’ no organismo.”</p>
Questões Estéticas e Imagem	Características Epidemiológicas	Prevenção e Redução do Risco Combate à Obesidade
<p><i>Toda nudez será perdoada</i> (27/maio/2013 - Cotidiano)</p> <p>“Sem nenhum tipo de edição ou retoque nas imagens, projetos de ‘nu verdadeiro’ atraem cada vez mais mulheres em busca da afirmação da beleza natural.”</p> <p>...”Foi justamente aí que me identifiquei com o The Nu Project. Aquelas mulheres não eram o padrão de beleza ‘comercial de cerveja’. Eram como mulheres normais como eu, com cicatrizes, tatuagens, esquisitas, mas lindas ... mulheres de verdade.</p>	<p><i>Livro desnuda armas da indústria de alimento</i> (08/abr/2013 - Folha Corrida)</p> <p>“O mundo está engordando. Mais da metade dos norte-americanos adultos pesa mais que deveria. Na China, pela primeira vez há mais gente acima do peso do que abaixo. A França vê seu índice de obesidade passar de 8,5% em 1997 para 14,5%. No México, a taxa triplicou três décadas, relata o jornalista Michael Moss.”</p>	<p><i>Jovens ingerem 15% das calorias em suco de caixinha e ‘refri’</i> (19/mar/2013 - Saúde + Ciência)</p> <p>...”alguns estudos mostram correlação entre a ingestão de bebidas com açúcar e risco de obesidade. No ano passado, três artigos foram publicados no ‘New England Journal of Medicine’ sobre este tema. Um deles mostrou que o consumo mais frequente de bebidas açucaradas foi associado a uma predisposição genética maior a um de massa corporal mais alto e ao risco de obesidade”.</p>



No jornal O Globo o foco predominou no Combate a obesidade (23%); Prevenção e redução do risco (20%); Como um mal e Comportamento do obeso (14%); Questões estéticas e Imagem corporal (13%) e Características epidemiológicas (6%) (GRÁFICO 27 e QUADRO 6).

Gráfico 27: Sentidos sobre obesidade presentes no jornal O Globo. RJ, 2013.



Fonte: Elaboração Própria.

Quadro 6: Sentidos sobre obesidade no jornal O Globo. RJ, 2013.

<b>Conceito</b>	<b>Como Mal</b>	<b>Causa/Consequência Social</b>
<p><i>A obesidade é uma doença</i> (20/jun/2013 - Ciência)</p> <p>“A obesidade foi classificada oficialmente como uma doença pela Associação Americana de Medicina. A definição divulgada esta semana, pode ajudar os pacientes a obter remédios específicos e cobertura do plano de saúde durante o tratamento. No Brasil o governo federal considera a obesidade um ‘fator de risco para a saúde’.”</p>	<p>Bizarrices que custam uma vaga (14/abr/2013 - Boa Chance)</p> <p>...”Em outras funções, como no concurso de 2011 para o professor da rede estadual de São Paulo, em que candidatos foram eliminados por estarem obesos, não vejo razão, já que a robustez física nada tem a ver com a docência.</p>	<p><i>Apesar do atraso um maracanã acessível</i> (02/jun/2013 - Esporte)</p> <p>“Além de rampas nos acessos, há assentos para obesos, torcedores com alguma deficiência visual e lugares para cadeirantes.”</p>
<b>Causa/Consequência Econômica</b>	<b>Causa/Consequência Política</b>	<b>Comportamento do Obeso</b>
<p><i>O peso mórbido da obesidade</i> (20/mar/2013 - Ciência)</p> <p>“A obesidade e outras 26 doenças relacionadas ao excesso de peso custaram R\$488 milhões ao SUS em 2011. O levantamento da Universidade de Brasília, divulgado pelo Ministério da Saúde, foi feito a partir do custo de internação e atendimento destes pacientes.</p>	<p><i>Com olhos no futuro</i> (26/jan/2013 - Opinião)</p> <p>“O senado do Chile tem uma comissão permanente para pensar nos Desafios do Futuro. ...os desafios da alimentação, tanto para eliminar a fome, como para evitar a obesidade e o envenenamento por comidas prejudiciais à saúde ...”</p>	<p><i>Box Saúde</i> (24/fev/2013 - Saúde)</p> <p>“Pesquisa: conversas sobre magreza e idade são indicador de insatisfação corporal para mulheres, condição associada à compulsão alimentar e depressão.”</p> <p><i>Saliência das magras</i> (12/mar/2013 - Rio)</p> <p>“Das 344 mulheres que passaram pelo programa de cirurgia bariátrica do Estado do Rio desde 2010, 85% afirmaram que recuperaram além da autoestima, a vida sexual. Após a cirurgia de peso, elas disseram que arrumaram um namorado ou reataram um antigo relacionamento. Danadinhas!”</p>

OBESIDADE		
Questões Estéticas e Imagem	Características Epidemiológicas	Prevenção e Redução do risco Combate à Obesidade
<p><i>Em boa forma</i> (04/maio/2013 - Segundo Caderno)</p> <p>“Hoje magra, Nanda Costa já foi cheinha. ‘Quando era adolescente cheguei a usar manequim 42. Foi nessa época que caiu a ficha e comecei a ficar mais atenta à alimentação e à minha saúde’, contou a atriz à revista Corpo a Corpo. Ela também posou para um ensaio.”</p> <p><i>Vergonha boba por causa do corpo? Não.</i> (22/jun/2013)</p> <p>“Transar de luz acesa e ir à praia de biquíni não são problemas para a Nádia. Ela sabe que está muito mais para uma mulher normal do que para uma beleza inalcançável. Sabe que quebrar paradigmas não é fácil mas segue em frente.”</p>	<p><i>Excesso de peso é a segunda causa evitável de morte</i> (20/jun/2013 - Ciência)</p> <p>“A obesidade ocupa o segundo posto entre as causas evitáveis de morte, segundo a OMS, sendo superada apenas pelo fumo.”</p> <p><i>Um spa sob medida para a garotada</i> (03/fev/2013 - Rio)</p> <p>“Em 2009, uma em cada três crianças de 5 a 9 anos estava acima do peso recomendado pela OMS segundo dados do Ministério da Saúde. A previsão é que, em 2015, o mundo tenha 700 milhões de obesos e 2,7 bilhões de pessoas (adultos e crianças) com sobrepeso, segundo a OMS.”</p>	<p><i>Ponto para bons hábitos</i> (27/jun/2013 - Jornal de Bairro)</p> <p>“Vigilantes do peso se mantêm como uma referência em emagrecimento de forma saudável”</p> <p>“ ... para quem tem sobrepeso ou obesidade, emagrecer não é tão fácil. Ela alega que comida é um recurso barato e de fácil acesso. Somam-se a isto o pouco tempo disponível para as pessoas praticarem atividade física e a associação da comida à vida social.”</p>

## 5.8 OBESIDADE INFANTIL NOS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO

### 5.8.1 Obesidade Infantil nos Jornais Folha de S. Paulo e O Globo: Uma Visão Geral

Do ponto de vista da nutrição os hábitos alimentares e a prática regular de exercícios são adquiridos e consolidados na infância e são fatores importantes para reduzir o risco ao desenvolvimento da obesidade e de outras doenças crônicas não transmissíveis.

É consenso que a obesidade infantil vem aumentando de maneira expressiva e sua prevalência e incidência, nesta fase da vida, acarreta várias complicações na infância e vida adulta.

De acordo com os dados da Pesquisa de Orçamento Familiar (POF, 2010b) a prevalência de excesso de peso e de obesidade em crianças de 5 a 9 anos foi, respectivamente, de 33,5% e 14,3%. Este panorama tem se revelado como um novo desafio para a saúde pública frente ao crescimento alarmante, que se tem observado mundialmente, incluindo o Brasil, de casos de obesidade na infância.

Esta mudança do perfil nutricional que se desenha no Brasil indica a importância e a necessidade de um modelo de saúde que incorpore ações de promoção de saúde e prevenção, seja por meio de políticas públicas, legislações sobre propaganda e publicidade de alimentos, bem como divulgue e informe os pais e responsáveis e também, as crianças sobre os conceitos, o diagnóstico, as formas de reduzir o risco, as causas e consequências, o estado de saúde atual e a projeção futura de uma criança obesa, sensibilizando, mobilizando e conscientizando sobre a importância do tema.

A mídia (com enfoque nos jornais impressos) exerce papel importante na formação de opinião, adoção de hábitos e atitudes, ao disponibilizar informações sobre a temática (obesidade infantil) e ao público alvo (crianças e pais ou responsáveis).

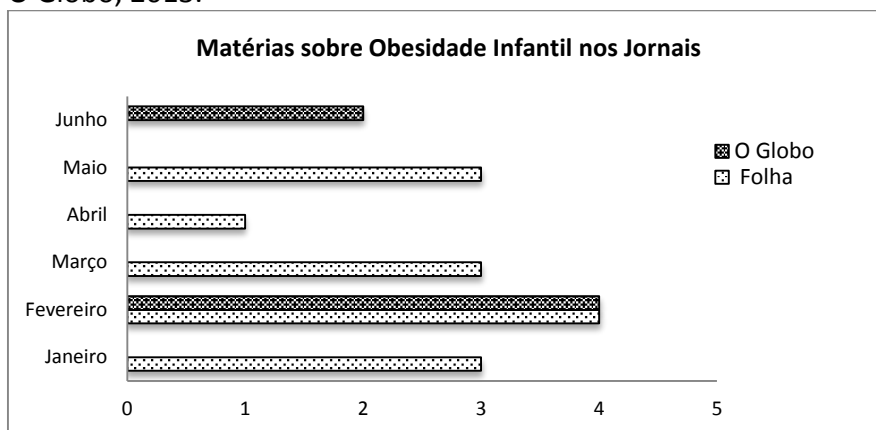
No conjunto das matérias clipadas nos jornais, somente na Folha, a temática obesidade infantil foi considerada e direcionada a este público específico. Todavia, foi pouco explorado entre as manchetes das capas, a exceção das chamadas nas capas: caderno Cotidiano e suplemento Folhinha.

Evidencia-se, portanto, a pouca importância dada à temática quer para orientar os

pais ou responsáveis pela criança, quer em conteúdos direcionados a esta faixa etária.

Entre os conteúdos clipados foram produzidas 20 (11,7%) matérias no total entre os dois jornais, durante o período de estudo (GRÁFICO 28).

Gráfico 28: Matérias sobre obesidade infantil produzidas pelos jornais Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.



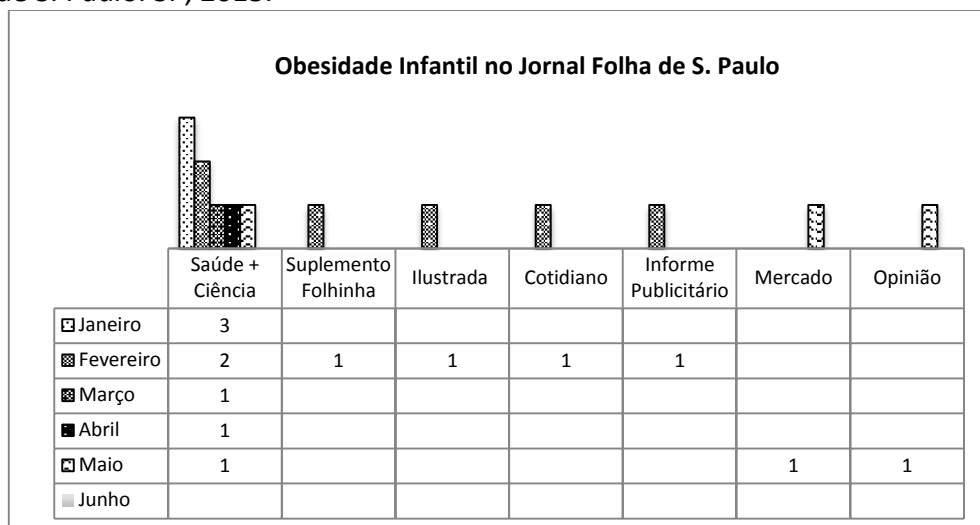
Fonte: Elaboração Própria.

A Folha de S. Paulo cobriu 14 (14,8%) matérias assim distribuídas: cadernos Saúde + Ciência (8 conteúdos – 58%), Mercado, Opinião, Ilustrada, Cotidiano, Informe Publicitário e suplemento Folhinha (1 conteúdo – 7% cada) (GRÁFICO 29; APÊNDICE 4).

Os resultados encontrados distam dos obtidos por Silveira e Pessoni (2005) cujo mapeamento de matérias sobre obesidade infantil nos jornais de maior circulação em São Paulo (Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo) e seus respectivos suplementos infantis (Folhinha e Estadinho), evidenciou o predomínio de publicações no caderno cotidiano e nenhuma no suplemento folhinha da Folha de São Paulo, durante um ano de investigação.

O deslocamento de publicações para outras editorias, em detrimento dos suplementos infantis, pode ser atribuído à elaboração de novos cadernos, fato apontado no presente estudo quanto à criação do caderno Saúde + Ciência, que até 2008 inexistia (item 5.7).

Gráfico 29: Matérias sobre obesidade infantil por mês e cadernos/suplementos no jornal Folha de S. Paulo. SP, 2013.



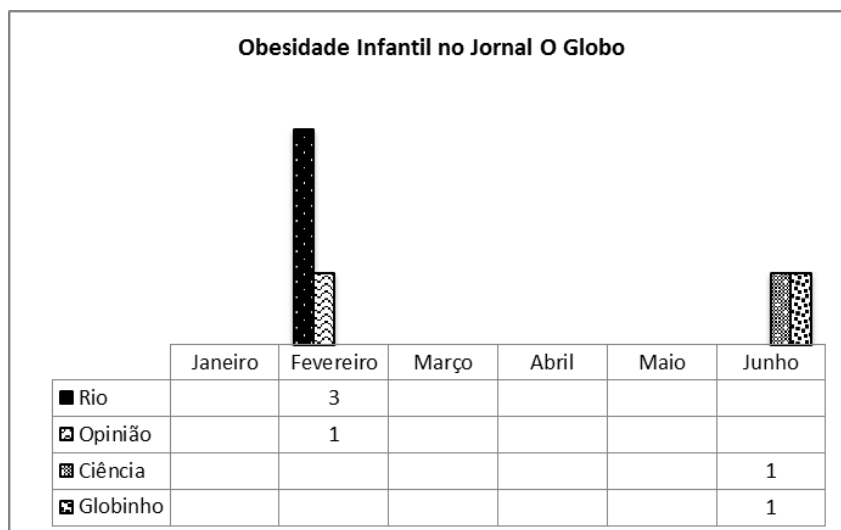
Fonte: Elaboração Própria.

Por sua vez o jornal O Globo produziu 6 (7,8%) matérias divididas entre as secções Rio (3 conteúdos – 50%), Opinião, Ciência e Globinho (todos com 1 conteúdo – 16,7% cada) (GRÁFICO 30; APÊNDICE 5).

A distribuição temporal de matérias sobre obesidade infantil acompanhou a tendência de publicações sobre o tema obesidade, entre os jornais (item 6.1).

A Folha com maior equilíbrio entre os dias da semana e os meses concentrou as publicações às segundas-feiras e quartas-feiras (ambas com 28,5%), seguido pelo sábado e domingo (ambos com 14,2%), a terça-feira e a quinta-feira (ambas com 7,3%), entre os meses de janeiro e fevereiro (GRÁFICO 28, GRÁFICO 29 e GRÁFICO 31). Enquanto o jornal O Globo concentrou-as entre quinta-feira a domingo (33,3% cada), entre os meses de fevereiro e junho (GRÁFICO 28, GRÁFICO 30 e GRÁFICO 31).

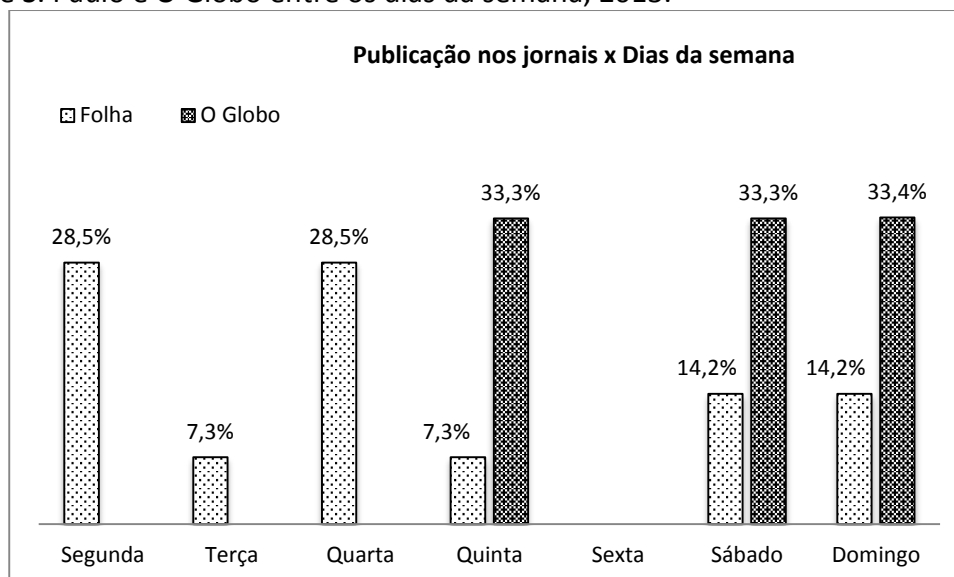
Gráfico 30: Matérias sobre obesidade infantil por mês e seções no jornal O Globo. RJ, 2013.



Fonte: Elaboração Própria.

Em ambos os jornais, o predomínio de publicações ocorreu em janeiro e fevereiro. Em janeiro, foram três matérias (21,4%) para a Folha. Em fevereiro quatro, equivalentes a 28,5% para Folha e a 66,6% para O Globo (GRÁFICO 28, GRÁFICO 29 e GRÁFICO 30 ).

Gráfico 31: Comparativo de matérias sobre obesidade infantil publicadas pelos jornais Folha de S. Paulo e O Globo entre os dias da semana, 2013.



Fonte: Elaboração Própria.

Estes achados corroboram com os de Silveira e Pessoni (2005) que constataram janeiro e fevereiro como os meses de maior publicação sobre obesidade infantil nos jornais estudados (Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo).

Como período que coincide com as férias escolares, janeiro e fevereiro são meses potencialmente favoráveis à mudança de rotinas, entre as quais a rotina alimentar. Em geral, as crianças acordam mais tarde, pulam refeições, entre elas o café da manhã. Como o tempo ocioso se amplia, tendem a consumir em maior quantidade, alimentos menos saudáveis.

Nestes meses, a Folha e O Globo elaboraram, conteúdos sobre a publicidade de alimentos, consumo de alimentos e exercício, perda de peso e benefícios à saúde (APÊNDICE 4 e 5). Conteúdos condizentes à promoção da saúde e prevenção à doenças.

A publicidade de alimentos foi tema bastante abordado em ambos os jornais. Entre os meses de janeiro e fevereiro a Folha publicou quatro matérias e O Globo elaborou duas no mês de fevereiro.

Um tema de grande relevância, que contribui com o aumento da incidência e prevalência de obesidade infantil e vem sendo discutido por órgãos de defesa regulador, governo, organizações de saúde, entre outros.

É consenso entre as principais organizações e pesquisadores em saúde pública que a regulação da publicidade de alimentos é uma das estratégias necessárias no combate da obesidade infantil. As campanhas de marketing não apenas influenciam nas escolhas alimentares das crianças. Buscam também fidelizar consumidores desde a mais tenra idade. Esta publicidade está recheada de atrativos na sedução do consumidor infantil, persuadindo-os pela intermediação de brinquedos, personagens infantis e com marcas específicas.

Ter a criança como foco de publicidade é conveniente para o mercado empresarial e publicitário, pois tem caráter tríplice: (i) atinge fácil e diretamente as crianças; (ii) atinge indiretamente os pais, seus responsáveis e familiares e (iii) influência nas possíveis escolhas ao se tornarem adultos, cativando crianças a se tornarem consumidores fiéis.

Trindade (2012) realizou um estudo exploratório sobre o consumo e a midiáticação das marcas de alimentos na vida de três famílias, de diferentes classes socioeconômicas, da cidade de São Paulo. O objetivo foi verificar aspectos da produção de sentido midiaticada sobre os consumos de marcas de alimentos nas práticas culturais de consumo cotidiano. Os vínculos de sentido foram apreendidos a partir de imagens fotográficas realizadas nos ambientes observados e pelos membros das famílias,



abrangendo as seguintes dimensões: (i) alimentos e marcas identificados; (ii) alimentos armazenados em casa; (iii) rituais alimentares; (iv) influências midiáticas na alimentação; (v) rituais de compras alimentares e (vi) marcas preferidas.

A classe de renda alta busca o consumo idealizado (representação) no valor das marcas, cuja promessa de alimentação saudável e de bem-estar está agregada, bem como pela experimentação do prazer gastronômico dos novos sabores com produtos importados, tendência de consumo da sensorialidade e prazer.

A classe de renda média se mostra a mais engajada na lógica do sistema. Não há questionamentos sobre a vida alimentar. As aspirações de representação não se revelam, no caso deste estudo, pelo consumo de alimentos. A dinâmica alimentar segue a lógica do custo-benefício sem questionamentos, vida alimentar condicionada pela confiabilidade e praticidade, além de reforçar o papel da mulher na representação da cultura alimentar no âmbito doméstico. Já a classe de baixa renda mostra-se crítica à publicidade de alimentos, porém cede a esta por razões econômicas em função da economia na ação de compra.

É percebido ainda, na dimensão representacional da família de baixa renda, uma aspiração à classe de renda alta, manifestadas pelo desejo ou preferência no consumo de marcas de alimentos tidas como caras para o seu universo socioeconômico, obrigando-os ao consumo de marcas concorrentes mais baratas como alternativa. Reproduz-se ideologicamente uma aspiração do consumo da classe de alta renda.

Diante dos resultados apresentados o autor conclui que a regulação dos discursos das marcas de alimentos interfere na regulação das práticas discursivas e sociais dos consumidores com vistas ao padrão de consumo, seja na ordem do desejável ou não. Se não houver ações reguladoras, voltadas ao bem social/coletivo, os discursos das marcas de alimentos povoarão como promessas o imaginário dos seus consumidores, cujos sentidos se esvaziarão nas ações de práticas sociais que perpetuam a lógica produção/consumo e que mantém o sistema econômico vivo.

Esta reflexão sobre a atividade alimentar mediatizada pelas marcas e pelo consumo sugere que sejam repensadas as práticas discursivas e sociais na perspectiva da mudança social transformadora dos modelos de consumo instaurados. A publicidade e as marcas de alimentos possuem grande responsabilidade na construção de sentidos neste

aspecto da vida material.

Diante deste papel fundamental que a publicidade de alimentos tem nas escolhas alimentares a OMS, em 2012, recomendou a redução da participação de crianças em propaganda de alimentos, sobretudo os com alta concentração de açúcar, sal e gordura.

Em 2012, a Organização Pan-Americana da Saúde aprofundou-se no tema e também apresentou recomendações de ações concretas por parte dos governos para reduzir a exposição das crianças à publicidade de alimentos.

Em recente publicação sobre obesidade, Lancet (2015) indica que, até o momento, as iniciativas de regulação da propaganda foram insuficientes. Desde os avanços conquistados na proteção da amamentação, com a eliminação de anúncios que apresentam substitutos do leite materno, poucas ações efetivas foram implementadas para frear o massivo marketing da indústria de alimentos para crianças em todo o mundo.

No Brasil, apesar da proibição da publicidade abusiva (direcionada à criança) prevista no Código de Defesa do Consumidor (CDC) desde 1990, a falta de regulamentação específica para alimentos prejudica a efetivação da lei. Em 2010, a movimentação internacional em torno do tema motivou a elaboração da primeira regulação sobre publicidade de alimentos em geral, por parte da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). A regulação, no entanto, foi suspensa logo após sua publicação, devido à pressão de diversas associações da indústria de alimentos

Ao mesmo tempo, observam-se alguns avanços, como a Resolução 163/2014 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda), que regulamentou a propaganda abusiva, descrevendo todos os casos em que o Código do Consumidor deve ser aplicado. Porém, os órgãos de fiscalização ainda não possuem força suficiente para colocá-la em prática, também por conta da grande pressão das associações da indústria e de publicidade.

Há também o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec) que, juntamente com organizações de defesa do consumidor de todo o mundo, está em campanha para pressionar a OMS para a elaboração de um tratado global sobre alimentação saudável. O objetivo é incentivar os países a aprovar leis que efetivamente eliminem a propaganda de alimentos ao público infantil.

O novo Guia Alimentar para a População Brasileira, publicado pelo Ministério da

Saúde em 2014 também tem sua contribuição nessa luta. Reconhece a influência e coloca a publicidade de alimentos como um dos obstáculos para a alimentação saudável. O guia destaca que a regulação é necessária, pois a publicidade estimula o consumo de alimentos ultraprocessados, induzindo a população a considerá-los mais saudáveis, com qualidade superior aos demais, e frequentemente associá-los à imagem de bem-estar, felicidade e sucesso (BRASIL, 2014).

Independente do tipo de alimento, a propaganda direcionada às crianças se aproveita da vulnerabilidade de indivíduos em fase de desenvolvimento para incentivar o consumo.

Há um longo caminho pela frente para alcançar a garantia dos direitos à alimentação adequada e saudável. Contudo, a auto regulamentação por si só é insuficiente para assegurar a proteção da infância. Somadas a estas políticas de regulação, iniciativas no campo da educação para o uso crítico das mídias é outro caminho. A escola é espaço de aprendizado que contribui para estimular o senso crítico e promover o questionamento do discurso mercantil que associa felicidade ao consumo. Seja por meio de oficinas, projetos e atividades interdisciplinares ou por meio de interações socioculturais inserindo-se no projeto político pedagógico da escola.

### **5.8.2. O Gênero Jornalístico**

Na publicação das matérias sobre obesidade infantil a notícia foi o gênero jornalístico mais utilizado por ambos os jornais.

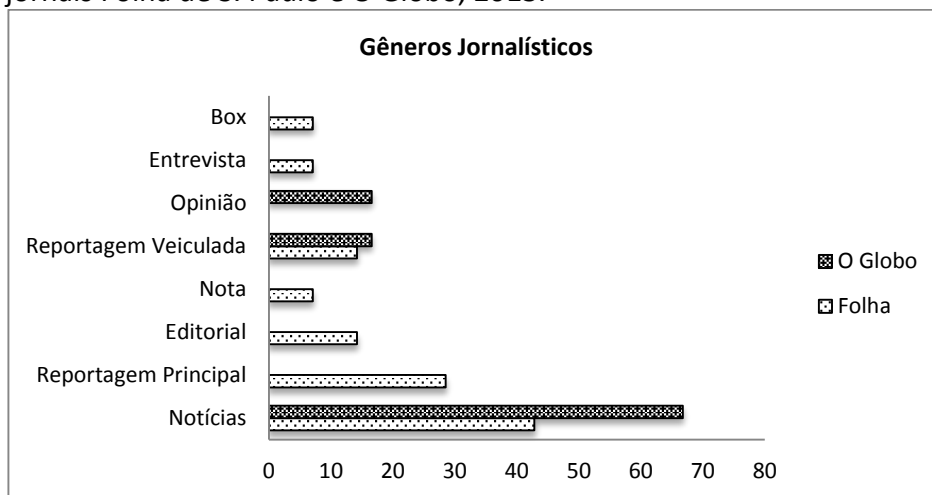
Na Folha a notícia correspondeu a 42,8%, seguido por reportagem principal (28,5%), editorial e reportagem veiculada (ambos com 14,2%), nota, entrevista e box (todos com 7,1%) (GRÁFICO 32).

No jornal O Globo a notícia representou 66,8% das matérias, seguido por opinião e reportagem veiculada (ambas com 16,6%) (GRÁFICO 32).

Quanto as ilustrações, em 85,7% das matérias publicadas na Folha de S. Paulo 50% corresponderam a fotos e 33,3% a infográficos, evidenciando-se uma inversão no tipo de ilustração do jornal aos conteúdos sobre obesidade infantil. Há mais fotos que infográficos.

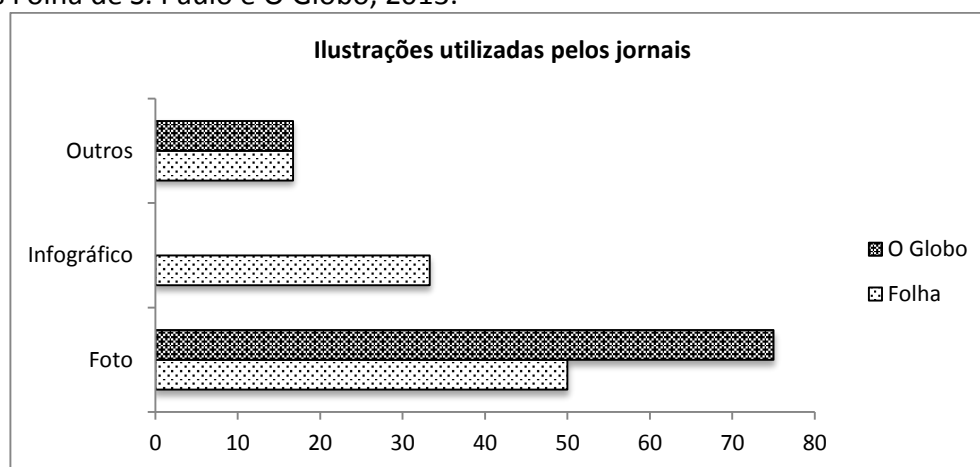
No jornal O Globo, em 66,7% das matérias ilustradas os recursos mais utilizados foram as fotos e imagens (75%) (GRÁFICO 33).

Gráfico 32: Gênero Jornalístico mais utilizado para publicação sobre obesidade infantil entre os jornais Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.



Fonte: Elaboração Própria.

Gráfico 33: Ilustrações mais utilizadas para publicação sobre obesidade infantil entre os jornais Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.



Fonte: Elaboração Própria.

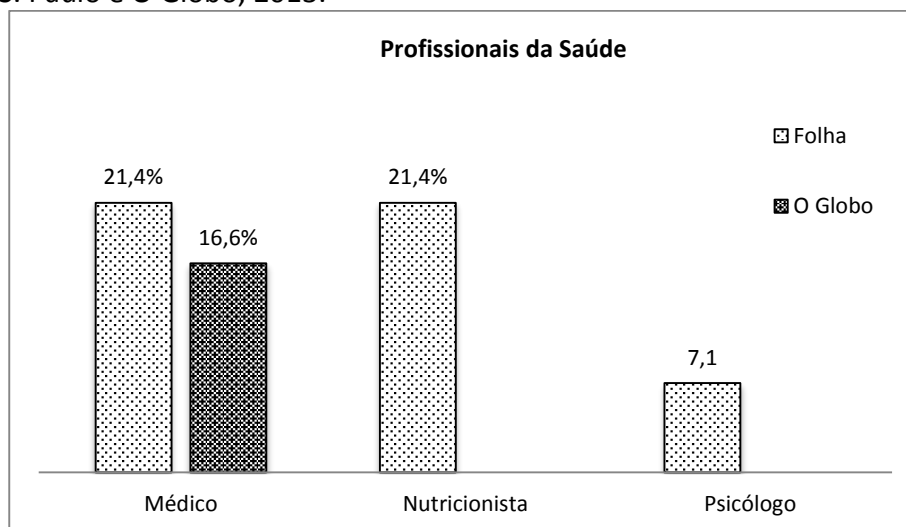
### 5.8.3 Credibilidade da Expressão Profissional da Saúde

Em ambos os jornais, "A Fala do Profissional da Saúde" discursando sobre obesidade infantil esteve representada por oito (40%) profissionais.

Na Folha de S. Paulo, para legitimar os discursos, prevaleceu a fala dos médicos e a dos nutricionistas (21,4% cada), seguida por psicólogo (7,1%). Em O Globo os discursos ficaram restritos aos médicos (33,3%) (GRÁFICO 34).

Nos discursos dos médicos, ambos os jornais fundamentaram em diversas especialidades para legitimar o conteúdo.

Gráfico 34: Profissionais da área saúde e o discurso sobre obesidade infantil nos jornais Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.

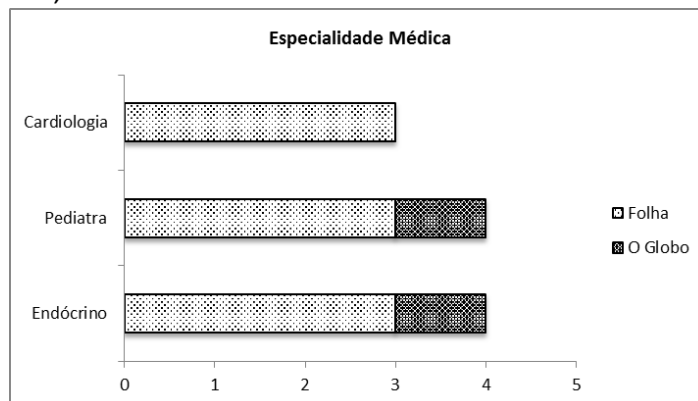


Fonte: Elaboração Própria.

Entre as especialidades destacaram-se para a Folha os endocrinologistas, pediatras e cardiologistas (três profissionais em cada especialidade) e, para O Globo os endocrinologistas e pediatras (um profissional em cada especialidade) (GRÁFICO 35).

Entre as falas a do *Chef* de cozinha também se fez presente nas matérias sobre obesidade infantil, em ambos os jornais (7,1% na Folha e 16,6% em O Globo). Uma profissão atualmente em moda e que também apresenta um duplo eixo de sentidos e tensões: o consumo de prazeres e do ato de cuidar de si.

Gráfico 35: Especialidade médica e o discurso sobre obesidade infantil nos jornais Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.



Fonte: Elaboração Própria.

#### 5.8.4 Credibilidade da Expressão Científica

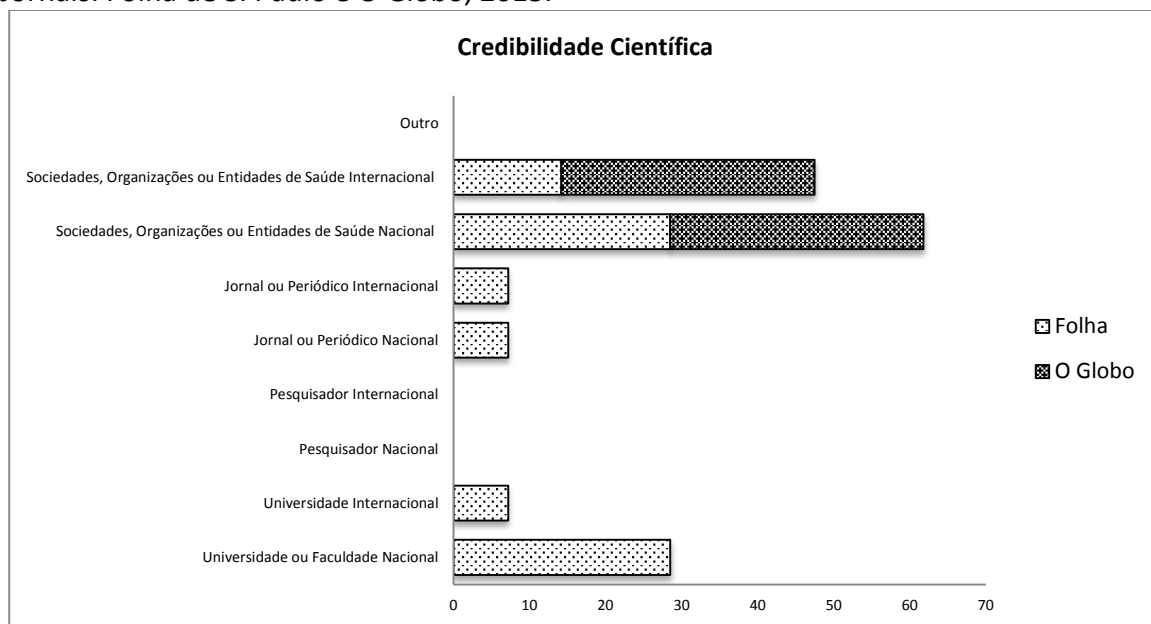
O emprego da credibilidade científica na legitimação dos discursos sobre obesidade infantil, foi mais recorrente na Folha de S. Paulo (13 citações), em comparação a O Globo (quatro citações).

A Folha se esteou, principalmente, nas universidades nacionais e nas Sociedades, Organizações ou Entidades de Saúde Nacional (28,5% em cada). O jornal O Globo não recorreu a Academia, os legitimou com Sociedades, Organizações ou Entidades de Saúde Nacional e Internacional (ambas com 33,3% cada) (GRÁFICO 36).

A Folha legitimou seus discursos científicos com o Instituto Alana, Idec (Instituto de Defesa do Consumidor), Instituto da Criança, Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (CNSAN), IBGE, OMS, OPAS, Universidade Jiao Tong e Unicamp.

O Jornal O Globo reforçou seus discursos com a OMS, ONU, IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística) e do IEDE (Instituto Estadual de Diabetes e Endocrinologia).

Gráfico 36: Credibilidade científica utilizada como fonte (obesidade infantil) em ambos os Jornais: Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.



Fonte: Elaboração Própria.

A Folha ancorou-se em diversas fontes científicas. Diferente de Silveira e Pessoni (2005) que constataram em todas as matérias analisadas sobre obesidade infantil a presença de dados, apenas, do site da Unifesp, havendo assim, um vício da fonte e assimilação de pautas de assessoria de imprensa, ou seja, ausência da busca de novas informações, podendo indicar um possível comodismo e/ou falta de interesse por parte dos jornalistas.

### 5.8.5 Matérias sobre Obesidade Infantil Direcionada ao Público Alvo

Apenas um conteúdo foi direcionado diretamente às crianças, publicado no Suplemento Folhinha (GRÁFICO 29) (conteúdo que também foi chamada no dia, na capa do jornal Folha). As demais matérias versavam sobre o tema, mas eram direcionadas aos leitores adultos do jornal.

Esses resultados, infelizmente, (aqui vale o velho ditado: “É de pequeno que se torce o pepino”) vai ao encontro do estudo de Silveira e Pessoni (2005) que buscaram mapear nos jornais Folha de S. Paulo e Estado de S. Paulo (e seus respectivos suplementos infantis), as informações divulgadas sobre a obesidade infantil, e quais eram

os enfoques dado. Houve uma total ausência sobre o tema em 48 edições de cada um dos suplementos dos dois jornais. A justificativa da editora do Estadinho (suplemento infantil do *Estado de S. Paulo*) para tal negligência com um assunto, de vital importância, foi que as matérias sobre obesidade infantil têm sido direcionadas para os pais das crianças no jornal e não no suplemento infantil. Complementou, ainda, a informação dizendo que o tema saúde é privilegiado na mídia, mas não no suplemento infantil, por não ser interessante para as crianças e tampouco para o Estadinho. No período de um ano (2004 a 2005) foram publicadas 17 matérias no *Estado de S. Paulo* sobre obesidade infantil, a maioria delas no caderno Vida &.

É subestimar, por demais, o interesse e a capacidade de compreensão do leitor infante-juvenil. Muito mais que não o estimular na prática de leituras que contribuam para ampliar conhecimentos e fortalecer hábitos de bem viver. A sociedade que desejamos no futuro esteia-se no que plantamos e cultivamos no presente.

O Suplemento Folhinha circula aos sábados e é voltado à formação de um público específico, crianças entre 6 e 12 anos de idade, estimulando o discernimento crítico desse jovem leitor. Pioneira no jornalismo infantil brasileiro, a Folhinha produz conteúdo impresso e *on-line* de interesse das crianças, incentivando-as a ampliar seu repertório e facilitando a compreensão do mundo onde vivem. Traz reportagens sobre ambiente, bichos, ciências, cultura, tecnologia e sobre o dia a dia delas em casa e na escola. Cobre de forma crítica os fenômenos de massa, como brinquedos, seriados de TV e ídolos da música, retrata crianças protagonistas e produções infantis de destaque nas mídias sociais. O público infantil tem ainda na seção brincadeiras, histórias em quadrinhos e o inédito Mapa do Brincar (FOLHA DE S.PAULO, 2012).

A única matéria dirigida ao público infantil foi abordada como temática especial pelo suplemento. Contemplou diversos conteúdos sobre obesidade: (i) conscientização sobre a importância de bons hábitos como fator preventivo para a redução da incidência da obesidade; (ii) lancheira saudável e bons hábitos alimentares; (iii) influência do marketing na alimentação infantil, no qual redes de *fast food* incentivam o consumo de *junk food* por meio dos brinquedos colecionáveis; (iv) estudo realizado pela Universidade Cornell dos EUA provam que crianças comem melhor se pesam em heróis (FIGURA 16).

Para legitimar os discursos sobre a questão da obesidade infantil, a Folhinha



abordou a temática sob o ponto de vista da psicologia (Instituto Alana), da nutrição (Pratinho Saudável) e da endocrinologia (Instituto da Criança).

O jornal O Globo mostrou menor proporção de matérias sobre obesidade infantil em relação à Folha, sem apresentar qualquer matéria com chamada em capas.

Com o título da matéria “Comida no Palco”, o Caderno Globinho publicou um conteúdo referente a uma peça de teatro intitulada “A peça do gordinho”. Conta a história de um garoto acima do peso que quer caber em um ‘mundo P’ com seu tamanho. Mostra que mais que se encaixar em qualquer tipo de padrão é necessário ter uma alimentação saudável sem deixar de ser quem você é. O espetáculo ainda conta com músicas de Leo Jaime e do Grupo *Lettuce*, além de 20 receitas exclusivas elaboradas por um *chef* de cozinha (FIGURA 17).

Apesar desta pesquisa clipar matérias até junho de 2013, vale ressaltar que, a partir de julho deste mesmo ano, o Caderno Globinho deixou de ser publicado, após 30 anos de existência no jornal.

O caderno se tornou apenas um *blog* destinado às crianças, com novidades literárias, dicas e programação cultural.

Não houve justificativa pública do jornal para o fim do caderno. Porém, um texto da Agência O Globo publicado na inauguração do *blog* sugere uma mudança de plataforma.

...”Muito mais conteúdo e interatividade. Essas serão as marcas da nova fase do Globinho, que, a partir deste sábado, deixa de ser publicado na versão impressa para divertir e informar o público infantil na internet. Toda segunda-feira, o espaço publicará dicas de livros infantis escritas pela colunista Simone Intrator. Na terça, será o dia do Mural, com uma porção de desenhos enviados pelos leitores. Em seguida, na quarta-feira, será a vez da #dicadasemana, que pode ser um site interessante, um programa de TV, o resumo de uma notícia ou um novo game”.

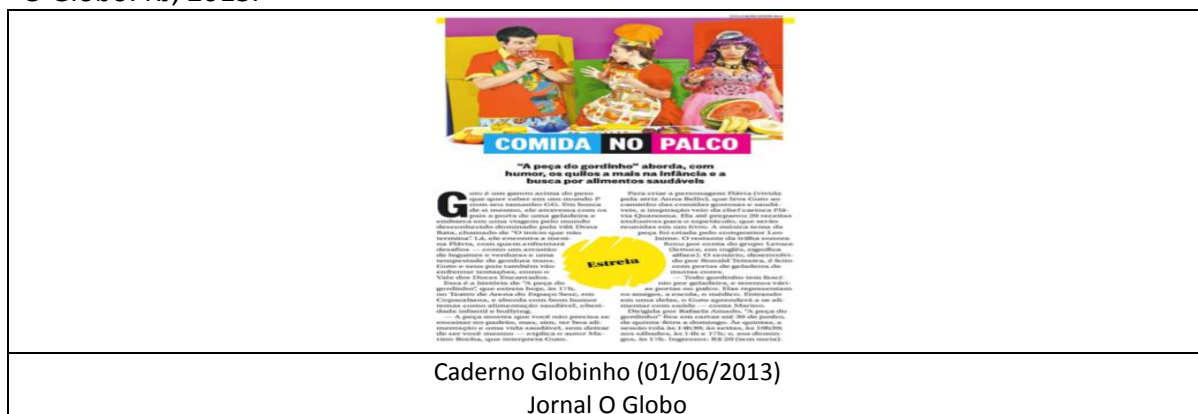
[..] “E a semana termina com uma reportagem especial, como se fosse a capa do caderno, mas em versão on-line” (O GLOBO, 2013a)

Figura 16: Suplemento especial Folhinha dedicado à obesidade infantil, no jornal Folha de S. Paulo. SP, 2013.



Fonte: Jornal Folha de S. Paulo, 2013.

Figura 17: Reportagem sobre Obesidade Infantil publicada no Caderno Globinho do Jornal O Globo. RJ, 2013.



Fonte: Jornal O Globo, 2013.

Mesmo realizando a validação virtual, o possível motivo que possa justificar uma baixa produção de conteúdo destinados à criança é esta mudança de plataforma. Sabe-se, também, que o jornalismo *online* no Brasil, não é uma cópia do jornalismo impresso. São modos distintos. Portanto, esta nova versão virtual apresenta características inerentes ao seu meio de comunicar.

Esta mudança no perfil de publicações destinados às crianças vem se consolidando também, em outros jornais impressos. É o caso, do Estadinho, Suplemento do jornal O Estado de S. Paulo, que existiu por 25 anos. A partir de abril de 2013 encerrou

suas atividades em formato impresso. À época o jornal disse que teria edições especiais, que não apareceram no ano 2013. Nem mesmo no Dia das Crianças houve um projeto especial. Nem o seu *blog* (versão virtual) sobreviveu, deixando de ser atualizado em julho de 2013.

Isso só demonstra o quanto os jornais impressos cada vez mais, se dedicam menos, aos conteúdos destinados a este público e que, a tendência é a virtualização de seus informes via *blog* em seus próprios jornais. Talvez por ser um tipo de plataforma inerente à nova geração.

Todavia, cabem questionamentos, para maiores reflexões, que transcendem ao objeto da presente pesquisa, mas que se traduzem em implicações sobre a informação e comunicação em saúde, na qual a obesidade se insere:

Versões *on line* são suficientes para atender o público leitor de nosso país tão múltiplo e diferenciado em infraestrutura que possibilite, somente, o acesso via tecnologia digital?

Até que haja um acesso equânime, não é desejável a coexistência de publicação em meio impresso e virtual? Ou o meio físico é considerado um veículo “fóssil” de comunicação?

A inclusão digital para todos os cidadãos brasileiros é a meta. Mas, quando ela será, de fato, concretizada para todos?

Cabe cautela pela exclusão de quaisquer veículos de comunicação.

Cabe no presente, intervir neste processo evolutivo, identificando, apontando e direcionando, da melhor forma possível, o futuro desejável para informar e comunicar os avanços do conhecimento, em prol de todos. Prática da cidadania. O futuro nos dará as respostas.

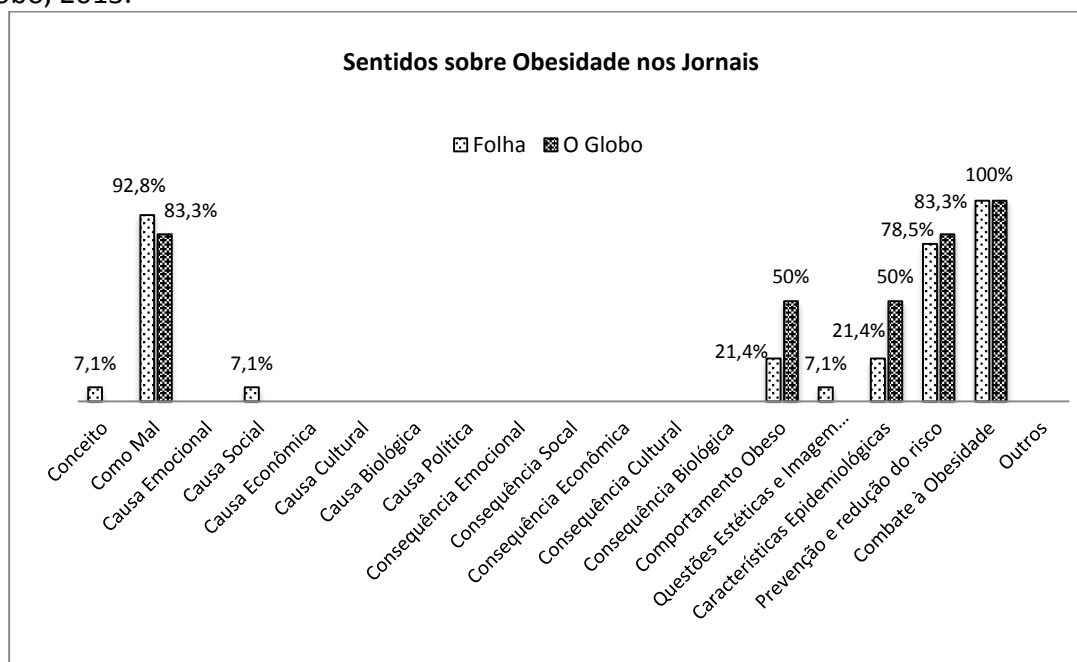
#### **5.8.6 Os Sentidos da Obesidade Infantil Expressos nos Jornais**

Os sentidos sobre obesidade infantil expressos em ambos jornais mostraram tendência semelhante. Deram ênfase a questão do combate a enfermidade (100% em ambos), seguido por obesidade como um mal (92,8% na Folha e 83,3% em O Globo), prevenção e redução do risco (78,5% na Folha e 83,3% em O Globo) (GRÁFICO 37 e 38).

O percentual elevado dos sentidos expressos demonstram que ambos os jornais buscam informar toda a família sobre a importância da prevenção e promoção da saúde. Além de questões sobre a capacidade dos pais em perceber o peso corporal dos filhos, ampliando a consciência sobre o excesso de peso e as consequências à saúde da criança.

Tenorio e Cobayashi (2011) revisaram pesquisas atuais (entre 2000 a 2010) sobre a percepção dos pais em constatar o peso corporal dos filhos. Verificaram que esta percepção é baixa. Muitos pais com excesso de peso não reconhecem ou não consideram que seu filho esteja com algum problema de saúde. Entre alguns fatores destacaram a idade da criança (quanto menor, menos se percebe o excesso de peso); o sexo (o peso das meninas é percebido corretamente); a baixa escolaridade e o não entendimento da curva de crescimento.

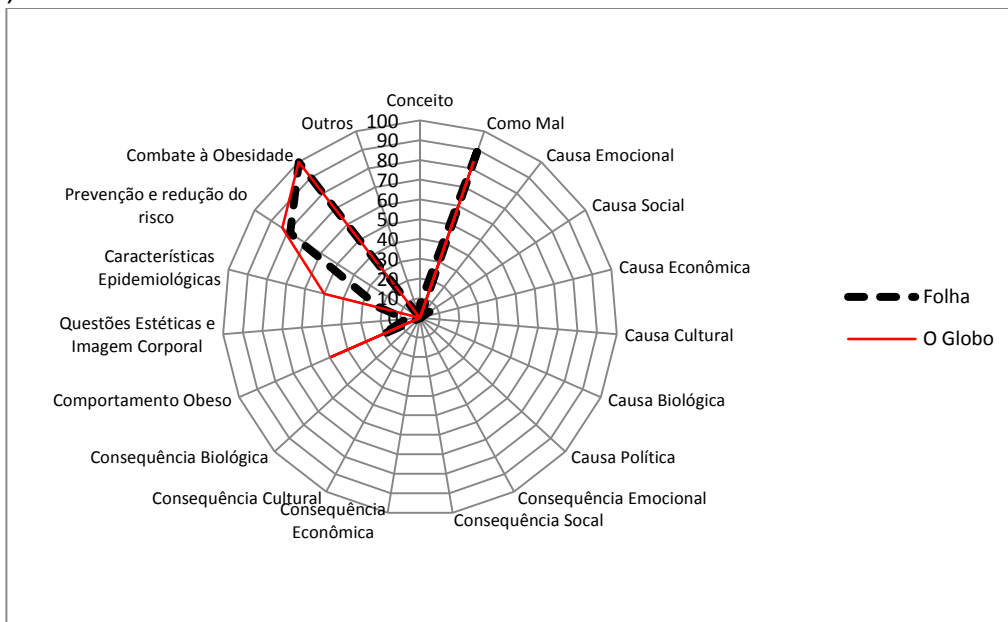
Gráfico 37: Sentidos sobre obesidade infantil presentes nos jornais Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.



Fonte: Elaboração Própria.

Concluíram que a falta de percepção dos pais em relação ao estado nutricional dos filhos é um dos fatores que pode dificultar o sucesso na prevenção e promoção da saúde, diminuindo assim, sua incidência e prevalência.

Gráfico 38: Sentidos sobre obesidade infantil presentes nos jornais Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.



Fonte: Elaboração Própria.

## 6. ANÁLISE DA NARRATIVA

Em um texto narrativo há sempre fragmentos discursivos portadores de informações sobre personagem, objetos, tempo e espaço que configuram o cenário diegético. Nesses fragmentos, as descrições são facilmente destacáveis do conjunto textual: tendencialmente estatísticos, proporcionam momentos de suspensão temporal, pausas na progressão linear dos eventos narrativos.

As análises das narrativas, sob a perspectiva da análise do discurso que se seguem visam explorar essa dinâmica, com base nos pares de matérias selecionadas dos jornais Folha de S. Paulo e O Globo, conforme detalhado no item 4.3 da metodologia.

Três pares de matérias similares dos jornais Folha de S. Paulo e O Globo, serviram de base para as análises da narrativa, sob a perspectiva da análise do discurso, considerando momentos distintos dos jornais:

- Par 1: matérias sobre a obesidade do artigo *“Myths, Presumptions, and Facts about Obesity”* (CASAZZA et al., 2013), publicado em 31 de janeiro de 2013, no *The New England Journal of Medicine* (FIGURA 18 e 19; QUADRO 8), abordada no item 6.1;
- Par 2: matérias de capa com conteúdos relacionados a Dietas, Alimento e Saúde (FIGURA 20, 21 e 22; QUADRO 9), abordada no item 6.2;
- Par 3: matérias sobre obesidade infantil (FIGURA 23 e QUADRO 10), abordada no item 6.3. Para a Folha optou-se por uma reportagem publicada no caderno Saúde + Ciência intitulada *“Patrulha Mirim”*. Para O Globo duas matérias da seção Rio (*“Um SPA sob medida para a garotada”* e *“Esforço para emagrecer requer apoio da família”*) que veiculam o mesmo assunto de maneira continuada. Uma matéria complementa a informação da outra.

## 6.1 A NOTÍCIA AGENDADA: UM DISCURSO DE MÚLTIPLOS OLHARES

A Folha, por apresentar um posicionamento de liderança (item 4.1) e credibilidade, pode agendar as pautas das notícias em algumas matérias, quando comparada a outros jornais, entre eles o jornal O Globo.

A teoria do agendamento baseia-se na hipótese de que a cobertura de notícias é agendada pelos meios de comunicação, tornando seus assuntos mais destacados e de importância ao público. Ou seja, possui um efeito social midiático no qual compreende a seleção, disposição e incidência de notícias sobre os temas que publicará, falará e discutirá, agendando as conversas.

Além do agendamento, há que considerar o processo de produção de notícias, que integra a redação e, desta maneira, elege critérios de noticiabilidade que atravessam diferentes interesses.

Entende-se por noticiabilidade o conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os aparatos de informação enfrentam a tarefa de escolher cotidianamente, de um número imprevisível e indefinido de acontecimentos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias (WOLF, 2008).

“ O que se busca é a notícia: o fato comprovado, relevante e novo. Quanto mais um fato puder gerar consequências para o mundo, para a sociedade ou para a maioria dos leitores, mais relevante ele é. Quanto mais inesperado, mais noticioso” (FOLHA DE S.PAULO, 2013).

Durante os seis meses de pesquisa, observou-se que, oito (4,7%) das matérias clipadas apresentaram a mesma temática de conteúdos sobre obesidade, porém em momentos distintos. Em seis (75%) delas a reportagem foi publicada em primeira mão no jornal Folha de S. Paulo (QUADRO 7).

A obesidade foi tema de notícias em ambos os jornais, cabendo enfatizar, em especial, a capacidade de pautar, bem como distinguir, certos comportamentos que devem ser seguidos pelo público leitor, e até mesmo da Folha em agendar, de certa maneira, as pautas de outros jornais sobre a temática em questão.

Quadro 7: Agendamento das matérias entre o jornal Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.

Jornal Folha de S. Paulo	Matéria	Jornal O Globo	Matéria
29/jan/2013 Saúde + Ciência	<i>Parecer recomenda veto a lei contra a publicidade</i> “Alckmin tem até hoje para avaliar projeto que restringe anúncios de <i>junk food</i> .”	07/fev/2013 Rio	<i>O limite da propaganda</i> Aborda as questões referentes à publicidade infantil e o marketing e sua relação com o aumento de peso na infância.
30/jan/2013 Saúde + Ciência	<i>Governo mantém publicidade de junk food</i> “Alckmin veta projeto de lei que proibia anúncios de alimentos não saudáveis entre as 06j e as 21h no rádio e na TV.”	16/fev/2013 Opinião	<i>Liberdade, Liberdade</i> Membro do Ministério Público Federal de SP (Marcelo Moscoliato) aborda questões referentes à matéria sobre publicidade infantil e suas proibições. Questiona a proibição como forma de controlar a obesidade infantil.
02/fev/2013 Saúde + Ciência	<i>Mitos da Obesidade</i> “Avaliação de estudos sobre obesidade mostra que conceitos amplamente divulgados, na verdade, não têm comprovação científica; análise causou controvérsia nos Estados Unidos.”	03/mar/2013 Saúde	<i>Obesidade sem nenhum disfarce</i> “Artigo científico causa polêmica ao derrubar mitos relacionados ao emagrecimento.”
01/fev/2013 Saúde + Ciência	<i>França suspende venda de pílula Diane 35</i> “Medida passa a valer daqui a três meses, mas médicos já não devem receitar o remédio, indicado contra acne.”	03/fev/2013 Saúde	<i>A dosagem do risco</i> “Proibição de Diane 35 na França após mortes por trombose gera polêmica sobre o uso de contraceptivos.”
20/mar/2013 Saúde + Ciência	<i>‘Refris’ são ligados a 180mil mortes por ano</i> “Estudo relaciona consumo de bebidas adoçadas a mortes por doenças crônicas no mundo.”	31/mar/2013 Saúde	<i>Água e açúcar sem valor nutricional</i> “Especialistas listam mitos e verdades sobre refrigerantes, mais consumidos que carne.”
27/mar/2013 Saúde + Ciência	<i>Sibutramina deve continuar no mercado, indica ANVISA</i> “Permanência do remédio emagrecedor à venda no país estava sob análise.”	28/mar/2013 Ciência	<i>Anvisa defende a venda da sibutramina</i> “Agência reavaliou o uso do inibidor de apetite que teria risco cardiovascular”.
03/abr/2013 Mercado	<i>Passageiro vai pagar pelo próprio peso na Oceania</i> “Companhia aérea de ilha no Pacífico passa a cobrar passagem por quilo.”	03/abr/2013 Economia	<i>Tarifa de ‘peso’ para gordinhos em Samoa</i> “Medidas dos passageiros serão conferidas no aeroporto.”
28/05/2013 Saúde + Ciência	<i>Anvisa confirma que droga para emagrecer continua no mercado</i> “Diretoria aprovou relatório da área técnica que sugeriria a manutenção da sibutramina.”	28/05/2013 Ciência	<i>Sibutramina continuará à venda</i> “Anvisa decide manter remédio emagrecedor no mercado nacional.”



O QUADRO 8 e FIGURA 18 apresentam o par de matéria divulgada pela Folha e O Globo, respaldada no artigo científico “*Myths, Presumptions, and Facts about Obesity*”, publicado em 31 de janeiro de 2013, pela revista *The New England Journal of Medicine* (CASAZZA et al., 2013).

Quadro 8: Múltiplos olhares sobre o discurso da obesidade nos jornais Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.

Jornal	Folha de São Paulo	O Globo
Data	02/02/2013	03/03/2013
Caderno/Secção	Saúde + Ciência	Saúde
Título	Mitos da obesidade	Obesidade sem nenhum disfarce
Chamada na Capa	<i>Devorando mitos</i> Estudo mostra que ‘verdades’ sobre obesidade não têm comprovação	-----
Linha Fina	Avaliação de <b>estudos</b> sobre obesidade mostra que conceitos amplamente divulgados, na verdade, não têm <b>comprovação científica</b> ; análise causou controvérsia nos Estados Unidos	Artigo causa polêmica ao derrubar mitos relacionados ao emagrecimento
Olho	-----	“Quem come de tudo e não engorda, de fato come de tudo, em quantidades muito pequenas”

Fonte: Elaboração Própria.

Figura 18: Múltiplos olhares sobre o discurso da obesidade nos jornais Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.



Fonte: Jornal Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.

As matérias de ambos os jornais propõem-se a debater sete mitos sobre obesidade, apontados no artigo científico referenciado (FIGURA 19).

Ressalta que muitas crenças persistem pela falta de comprovação científica e que, a promulgação destes mitos pode produzir decisões pouco fundamentadas para ações efetivas ao combate da obesidade. De acordo com os autores, estes itens são considerados mitos, pois não apresentam suporte científico que sustentem tais afirmações (FIGURA 19).

Figura 19: Sete mitos sobre obesidade publicados no *The New England Journal of Medicine* em 2013.

Table 1. Seven Myths about Obesity.*	
Myth	Basis of Conjecture
Small sustained changes in energy intake or expenditure will produce large, long-term weight changes	National health guidelines and reputable websites advertise that large changes in weight accumulate indefinitely after small sustained daily lifestyle modifications (e.g., walking for 20 minutes or eating two additional potato chips)
Setting realistic goals in obesity treatment is important because otherwise patients will become frustrated and lose less weight	According to goal-setting theory, unattainable goals impair performance and discourage goal-attaining behavior; in obesity treatment, incongruence between desired and actual weight loss is thought to undermine the patient's perceived ability to attain goals, which may lead to the discontinuation of behaviors necessary for weight loss
Large, rapid weight loss is associated with poorer long-term weight outcomes than is slow, gradual weight loss	This notion probably emerged in reaction to the adverse effects of nutritionally insufficient very-low-calorie diets (<800 kcal per day) in the 1960s; the belief has persisted, has been repeated in textbooks and recommendations from health authorities, and has been offered as a rule by dietitians
Assessing the stage of change or diet readiness is important in helping patients who seek weight-loss treatment	Many believe that patients who feel ready to lose weight are more likely to make the required lifestyle changes
Physical-education classes in their current format play an important role in preventing or reducing childhood obesity	The health benefits of physical activity of sufficient duration, frequency, and intensity are well established and include reductions in adiposity
Breast-feeding is protective against obesity	The belief that breast-fed children are less likely to become obese has persisted for more than a century and is passionately defended
A bout of sexual activity burns 100 to 300 kcal for each person involved	Many sources state that substantial energy is expended in typical sexual activity between two adults

\* We define myths as beliefs held true despite substantial evidence refuting them. A list of articles in which these myths are espoused is provided in the Supplementary Appendix.

Fonte: CASAZZA et al.(2013)

Para fundamentar e derrubar cada mito, a metodologia proposta pelo artigo baseou-se em estudos randomizados sobre cada mito.

Os mitos discutidos foram: (i) pequenas alterações na ingestão calórica diária produzem efeito na perda de peso em longo prazo; (ii) necessidade de realizar metas reais de perda de peso são importantes para evitar frustrações; (iii) sobre o efeito sanfona: emagrecimento rápido e acentuado associa-se a resultados negativos em longo prazo; (iv)

sobre a importância do acompanhamento do profissional de saúde durante o programa de emagrecimento; (v) a prática regular de exercícios por crianças nas aulas de educação física reduzem o risco de obesidade infantil; (vi) aleitamento materno é fator protetor contra obesidade; (vii) atividade sexual tem gasto calórico (CASAZZA et al., 2013).

Trata-se de um artigo bem polêmico, que utiliza pouca fundamentação científica para discutir tais mitos. Mesmo utilizando de uma metodologia que procede, há que se considerar o tamanho da amostra utilizada (ou seja, quantos estudos sobre a temática foram pesquisados), para torná-la robusta, representativa e que possa ser extrapolada como afirmativa capaz de desmiticar as questões sobre a obesidade.

Roy (2014) reforça esta questão ao dizer que a comunicação sobre saúde deve possuir mais cautela se comparado a outras temáticas, pois a maioria dos conteúdos neste campo são baseados em dados estatísticos. O autor diz que por trás de cada mensagem de saúde há, ou deve existir, números. A presença de dados em informação em saúde é esmagadora, e desta maneira, é de suma importância ter um bom conhecimento sobre como interpretar dados estatísticos. Não é suficiente para dizer que um estudo afirma ou nega, ou suporta uma hipótese. É necessário ter mais dados do estudo, com o intuito de verificar se ele é ou não confiável, sendo o profissional da informação capaz de discernir um estudo bom do mau e, se a fonte é ou não confiável.

Mas, o grande problema deste artigo está ao final, em letras miúdas, nos agradecimentos. Os autores foram patrocinados por empresas da indústria de alimentos (Kraft Foods, Coca Cola, PepsiCo, Mc Donald's) e farmacêutica (AstraZeneca).

Sanchez (2013) discute justamente esta questão presente nas editoriais sobre saúde dos jornais espanhóis, conhecido como '*medicamentazo*' (sem tradução para o português). Os laboratórios mudam as estratégias de publicidade de seus produtos entre os médicos, tornando-os anunciáveis diretamente ao público leitor. A indústria farmacêutica opta então por, patrocinar estudos e médicos, que publicam os achados científicos, em revistas renomadas, no qual são abordados os benefícios destes fármacos. Essa visibilidade acadêmica serve de engate para que o estudo chegue (seja por meio de *press releases* ou agências de notícias) aos jornais como pauta de reportagem e conseqüentemente ao leitor.

Isso se relaciona a discussões sobre conflitos de interesse. Definido como um conjunto de condições que fazem com que o julgamento profissional relativo a um interesse primário (como o bem-estar de um paciente ou a validade de uma pesquisa) tenda a ser afetado impropriamente por um interesse secundário (como um ganho financeiro) (THOMPSON, 1993).

A revista *Nature*, em 2005, publicou um estudo sobre o comportamento de cientistas em relação às condutas que comprometem a integridade da ciência. Entre 3247 entrevistados, 33% dos respondentes informaram ter tido ao menos um dos dez comportamentos (propostos pelo estudo para avaliar a conduta) inapropriados. O estudo descreve de maneira genérica, uma manifestação dos conflitos de interesses no campo da pesquisa científica (MARTINSON; ANDERSON; DE VRIES, 2005).

Ao se avaliar o artigo, sob a óptica da nutrição, alguns destes mitos são considerados premissas básicas de orientação nutricional (respaldadas cientificamente, difundidas nos próprios cursos de nutrição em diferentes disciplinas: Nutrição e Dietética, Nutrição Materno Infantil, Nutrição Esportiva e Dietoterapia, por exemplo) utilizadas como ferramentas para a promoção, manutenção e recuperação da saúde e prevenção de doenças (entre elas a obesidade).

A exemplo do aleitamento materno e seus inúmeros benefícios comprovados cientificamente e amplamente difundidos pela OMS e Ministério da Saúde.

O artigo científico foi publicado em fins de janeiro de 2013. Dois dias após (fevereiro), O Jornal Folha de S. Paulo publicou uma matéria sobre este conteúdo, enquanto o jornal O Globo tratou do assunto em março, transcorrido um mês.

Entre as possíveis justificativas dessa discrepância temporal entre os jornais, pode-se apontar: as rotinas de produção, o agendamento, o conceito de noticiabilidade, os espaços disponíveis para publicação e a matéria ser considerada uma notícia fria (ou seja, atemporal), entre outros fatores.

Ambas as reportagens foram publicadas em caderno/secção sobre Saúde nos respectivos jornais. Porém, na Folha (Saúde + Ciência), a matéria foi chamada de capa, ganhando maior visibilidade.

Nos títulos e linhas finas das reportagens, as palavras utilizadas para caracterizar as matérias foram distintas: Mitos (Folha) e Disfarce (O Globo).

Na linguagem corrente, a palavra ‘mito’, desprovida de qualquer complexidade, designa uma ideia falsa ou, então, a imagem simplificada e ilusória de uma realidade. Seu campo semântico é o da ‘mentira’. Pode ser definido como ideias comumente recebidas, que desaparecem ao serem examinadas (ALFRED, 1971).

A palavra ‘disfarce’ se relaciona com o que pode ser disfarçado, que esconde a verdadeira aparência. No sentido figurado, demonstra ou age de maneira dissimulada, possui fingimento ou dissimulação.

Ambos os jornais utilizaram de palavras que buscam traduzir a proposta do artigo.

No jornal Folha a palavra obesidade foi destacada em tamanho maior e em negrito e, na linha fina em negrito destacaram as palavras: estudos, comprovação e científica.

#### Mitos da **OBESIDADE**

Avaliação de **estudos** sobre obesidade mostra que conceitos amplamente divulgados, na verdade, não têm **comprovação científica**; análise causou controvérsia nos Estados Unidos.

Ao utilizar da palavra ‘mito’ na manchete e, grifar as palavras, a Folha conota uma conduta de controversa aos resultados da pesquisa, sem que haja a intenção de induzir o leitor a considerar as sete premissas como mitos

No jornal O Globo, a manchete foi escrita em caixa alta e em negrito. Porém ao ler a manchete e a linha fina da reportagem, o jornal conota uma tendência a concordar com a publicação, pois a utilização das palavras ‘derrubar’ e ‘disfarce’ podem induzir o leitor a entender que o artigo é uma premissa verdadeira.

#### **OBESIDADE SEM NENHUM DISFARCE**

Artigo causa polêmica ao derrubar mitos relacionados ao emagrecimento

Quando se avalia as imagens, os jornais utilizam caminhos distintos (FIGURA 18). A Folha se utiliza da figura de um homem pensante, que questiona, que é crítico ao exposto. Ao seu redor, do lado esquerdo, encontram-se três dos sete ‘mitos’ propostos pelo artigo e, ao lado direito, ‘a verdade’ que os rebate.

Este posicionamento, à esquerda ‘mitos’ e, à direita ‘verdade’ de maneira análoga, pode ser comparada às funções cerebrais de percepção e cognição, no qual o hemisfério norte interpreta literalmente as frases, com aspecto lógico e racional. Enquanto o hemisfério direito percebe a intenção oculta de quem fala, com visão mais holística.

Já o jornal O Globo utiliza-se da imagem de uma mulher, obesa, com vestimentas transparentes (que podem querer evidenciar suas medidas e proporções). Os sete mitos são apresentados ao lado direito da reportagem.

Quanto as vozes dos discursos das reportagens jornalísticas, a Folha contou com um pesquisador da Universidade de Rockefeller e uma professora renomada (Marion Nestle) da Universidade de Nova York.

O Globo contou com três endocrinologistas de diferentes Instituições (Professor da PUC-RJ; Presidente da Sociedade Brasileira de Endocrinologia e Metabologia; médico e professor da Universidade Federal do Paraná) para legitimar e debater os mitos propostos pelo artigo.

Ao se avaliar o conteúdo da reportagem o resultado final se traduz em uma listagem de fatos confrontados por especialista em saúde.

Ambas as reportagens, expressam sensacionalismo e pouco aprofundamento na leitura do artigo. O máximo, utilizados por ambos, foram as vozes de especialistas para rebater a questão.

O pouco aprofundamento pode ser justificado pela limitação de espaço para aprofundar o conteúdo; pela carência de profissionais bem preparados para a cobertura especializada em ciência (com conhecimento sobre o processo científico e, até mesmo inferências estatísticas, realizando apenas uma tradução do artigo, mostrando os resultados de relevância, que são noticiosos) e pela carência de investimento dos jornais em formar e aprimorar equipes mais especializadas em jornalismo científico e em saúde.

Para Garcia (2011) há a necessidade de jornalistas especializados em saúde com o objetivo de transmitir de maneira eficaz e que, assegure a precisão da informação socio sanitária que recebe o público leitor. Mas, para que haja divulgação de conteúdos sobre saúde é necessário tempo, espaço e especialização (o que se traduz em aumento de custos).

Estudo conduzido por Santos (2012) avaliou o perfil de jornalistas na cobertura especializada em ciência da cidade de São Paulo. Foram entrevistados jornalistas responsáveis pela cobertura de ciência de jornais, revistas e sites de internet. Entre os resultados encontrados a autora ressalta que os próprios jornalistas entrevistados consideram a cobertura jornalística em ciência como 'regular', com críticas severas à falta

de aprofundamento, ao tipo de abordagem, à falta de habilidade em transformar pautas de ciências em notícias atraentes. Há, também, uma clareza entre os jornalistas entrevistados, da necessidade de que este profissional seja capaz de ler um artigo científico, com o objetivo de produzir e disseminar a informação, de maneira acessível ao leitor.

Estes achados corroboram com os de Terrón (2015) ao dizer que existe relação direta entre a qualidade de publicações sobre saúde nos jornais espanhóis e a especialização do jornalista. Chega à conclusão de haver na Espanha, uma baixa especialização dos jornalistas sobre conteúdos biomédicos.

Para exemplificar Terrón (2013) conduziu um estudo, em um jornal espanhol, referente ao tratamento que a mídia impressa realiza sobre a Aids. Os resultados mostraram que 44,1% das reportagens analisadas continham erros científicos de conteúdos questionáveis desde o ponto de vista ético.

Casino (2015) ainda ressalta sobre a quantidade de reportagens publicadas nos jornais sobre informações epidemiológicas. Estudos têm demonstrado que a cobertura da mídia por estudos médicos apresentam muitos erros e imprecisões. Muitas vezes decorrente da má interpretação dos dados estáticos em saúde. Reforça que a responsabilidade dos erros não é exclusiva dos informantes em saúde, já que alguns destes erros já vêm induzidos pelas próprias agências de notícias e *press releases*, ou até mesmo pelo próprio artigo científico, que favorece a estas impressões incertas.

Diante de tudo isso Roy (2014) questiona justamente se todas as informações sobre saúde publicadas são realmente noticiáveis. Schwitzer (2013) é enfático ao responder que não. Após analisar 1500 notícias publicadas sobre saúde a partir de metodologia composta por 10 critérios, constatou que 70% destas informações apresentam uma visão desequilibrada, exagerando os benefícios e minimizando os riscos.

## 6.2 DIETA, ALIMENTO E SAÚDE: NUTRIENTES QUE “ALIMENTAM A PERDA DE PESO”

O universo para a temática saúde é amplo, principalmente, quando se considera a definição proposta e adotada pela OMS e no Brasil, pelo MS. Saúde define-se como um conjunto de elementos que favorece a qualidade de vida, ou em outros termos,

condições de uma vida com qualidade. Desta maneira, várias temáticas se enquadram dentro desta premissa conceitual entre elas, a nutrição (ARAÚJO; ARAÚJO, 2013).

Do ponto desta ciência, entende-se como dieta o conjunto de alimentos que o indivíduo consome diariamente com substâncias nutritivas denominadas nutrientes” (FISBERG; SLATER, 2005). Ou seja, todo ser humano “faz dieta”, pois ingere alimentos (de origem animal e/ou vegetal), dotados de certas qualidades sensoriais (consistência, sabor, aroma), com certo apelo emocional que estimulam o nosso apetite e encerram uma variedade de nutrientes, segundo sua composição química”.

O que se observa, é o emprego recorrente da palavra dieta de maneira indiscriminada e com uma conotação de restrição.

É comum encontrar em diferentes meios de comunicação reportagens sobre dietas milagrosas, conhecidas como dietas da moda. Estas dietas ditam e definem padrões de comportamento alimentar não usuais. De acordo com Longo e Navarro (2002), as modas dietéticas podem ser chamadas desta maneira pois são práticas alimentares populares e temporárias, que promovem resultados rápidos e atraentes, mas carecem de um fundamento científico.

Muitas delas podem até apresentar alguns aspectos positivos, mas em grande maioria são inadequadas e desaconselhadas. Uma dieta adequada tem como característica essencial a individualidade em termos biológicos, sociais, econômicos, culturais e nutricionais.

Estudo realizado por Souza (2006) analisou alguns parâmetros nutricionais de dietas de emagrecimento veiculadas em revistas não científicas e classificou a maioria como hipoglicídica, hiperprotéica e hiperlipídicas. O valor calórico máximo e mínimo observado foi de, respectivamente, 1812,41 calorias/dia e 685,23 calorias/dia. Também observou em algumas dietas, uma oferta deficiente dos micronutrientes, destacando-se o cálcio, o ferro e a vitamina A.

Pacheco *et al* (2009) de forma análoga avaliaram dietas propostas em revistas não científicas. Do total de 30 revistas observaram que 46,7% das dietas apresentavam valores calóricos inferiores a 1200 calorias/dia, sendo 93,3% hiperprotéicas.

A correta utilização da palavra ‘dieta’ deveria estar associada ao objetivo pretendido. Por exemplo, se a meta é a perda de peso, o correto é realizar uma dieta



hipocalórica, dieta restritiva ou dieta para perda de peso. Ou até mesmo a denominação planejamento alimentar.

O conceito de dieta ainda pode estar associado a contextos culturais. A dieta mediterrânea é um exemplo, pois apresenta um conjunto de tradições e hábitos alimentares que definem um padrão alimentar específico de uma determinada região.

Face ao exposto pretende-se analisar as matérias do Jornal O Globo (Dieta do Mediterrâneo) e da Folha (Dieta *Detox*), conforme QUADRO 9 e FIGURA 20.

Figura 20: Matéria sobre Dieta, Alimento e Saúde nos jornais Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.



suplemento Equilíbrio (29/01/2013)  
Jornal Folha de S. Paulo

Secção Saúde (23/06/2013)  
Jornal O Globo

Fonte: Jornal Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.

Quadro 9: Matéria sobre dieta, alimento e saúde nos jornais Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.

Jornal	Folha de São Paulo	O Globo
Data	29/01/2013	23/06/2013
Secção/Suplemento	Equilíbrio	Saúde
Título	Faxina interna	Táticas de guerra contra o peso
Chamada na Capa	Dietas e produtos desintoxicantes viram moda entre celebridades	A dieta ideal nos encontros O Globo: especialistas discutem opções de vida saudável na Casa do Saber O Globo.
Linha Fina	Moda entre celebridades, dietas e produtos com função de desintoxicar o organismo têm procura crescente no Brasil; arsenal de limpeza inclui vegetais, comprimidos e até 'marmitas <i>detox</i> '	Dieta do mediterrâneo é consenso de qualidade; a da proteína causa perda de peso

Fonte: Elaboração Própria.

Ambos os jornais abordam questões relacionadas a 'dietas'.

O jornal Folha de S. Paulo apresenta uma matéria sobre um tipo de 'dieta' que se encontra em moda, a *dieta desintoxicante*, ou *dieta detox*.

Trata-se de uma dieta composta basicamente por hortaliças, frutas, grãos integrais, leguminosas, oleaginosas e sementes. O objetivo proposto por esta dieta é o de eliminar as toxinas acumuladas no organismo. Ainda auxilia no bom funcionamento do intestino e 'limpeza do fígado'.

A reportagem aborda o conceito e o objetivo da *dieta detox*, bem como produtos que são vendidos no mercado (kits alimentação, sucos desintoxicantes, cápsulas) e que muitas celebridades têm aderido à dietas da moda.

...“Recentemente a atriz americana Anne Hathaway perdeu 11kg com uma desintoxicação à base de rabanete e pasta de grão de bico que fez para viver a prostituta Fantine no filme *Os Miseráveis*”.

O conteúdo foca bastante nas opções de produtos *detox* disponíveis no mercado (marcas, lojas e preços). Deixa o leitor por dentro deste novo 'mundo desintoxicante'.

A segunda parte da matéria “*Cada um com seu detox*” informa sobre as várias possibilidades que este tipo de dieta pode oferecer.

...“Para a indústria, desintoxicação é sinônimo de sucesso de vendas; para terapias holísticas, uma forma de tratar doenças e, para quem comeu demais, uma esperança de eliminar as consequências dos excessos ingeridos”.

Em seguida discute o conceito de *detox*, associando-o erroneamente à perda de peso, uma vez que esta dieta tem como proposta a eliminação de toxinas, legitimando o conteúdo pela fala de uma nutricionista. No transcorrer da matéria passa a questionar sobre a ‘purificação’, a ‘eliminação de toxinas, apoia-se na fala de um hepatologista da Universidade Federal da Bahia e por um professor de bioquímica nutricional da *University College London*.

*“Não acumulamos toxinas no corpo, a não ser em caso de contaminação por substâncias como chumbo ou arsênico”.*

Finaliza a matéria com a expressão ‘*Mal não faz*’, apontando que este tipo de ‘dieta’ é fonte de nutrientes saudáveis para o organismo. Exemplifica com um casal que adotou esta dieta como um rito de passagem, já que pode ajudar na mudança de hábitos alimentares (FIGURA 21).

Figura 21: Casal *detox*. Folha de S. Paulo. SP, 2013.



Fonte: Folha de S. Paulo, 2013.

Termina a matéria com a fala de uma endócrino e nutróloga.

*...” cortar alimentos industrializados e ingerir antioxidantes melhora a função do fígado e do intestino.”*

A matéria se mostra isenta de qualquer opinião. Indica os prós e contras, por meio de discursos de especialistas no assunto. Além de oferecer opções ao leitor de como aderir a esta dieta.

O título “Faxina Interna”, associada à imagem de um balde de limpeza misturado aos alimentos ‘purificadores’ é bem sugestivo, apresentando uma imagem metafórica.

Outro ponto marcante é o infográfico apresentado. Intitulado como “Arsenal de limpeza”.

A palavra limpeza se define pelo ato de retirar impurezas de um corpo, de um material ou de um local. Associa-se, também, ao ato físico de retirar impurezas. Comumente utiliza-se vassoura, sabão, balde, água e outros utensílios para a realizar a limpeza.

No sentido figurado ‘arsenal’ pode ser a grande quantidade de objetos ou meios específicos destinados a uma mesma finalidade. E assim retrata a imagem. Uma listagem de alimentos com funções *detox* que devem estar presentes na dieta do leitor. Ao final, na fonte, em letras minúsculas, observa-se que este ‘arsenal’ foi elaborado com a ajuda do nutricionista e do endócrino entrevistados na matéria.

A utilização de exemplos de personalidades que aderiram à dieta *detox* também merece destaque. Busca aproximar o leitor ao estilo de vida seguido por celebridades.

Esse modismo em dieta *detox* fez o Conselho Federal de Nutricionistas publicar em novembro de 2015, uma nota técnica: *“Dieta Detox - Para Praticar e Promover a Alimentação Saudável e Adequada, Conte com o Nutricionista”*.

Apesar de disseminada pela mídia (como exposto na reportagem da Folha, por exemplo) como sinônimo de emagrecimento, saúde e estratégia de limpeza das toxinas do corpo, faltam evidências científicas que amparam a utilização de dietas *detox* ou desintoxicantes. Ademais, sua utilização não condiz com os princípios da alimentação adequada e saudável, que, de acordo com o Guia Alimentar para a População Brasileira deve ser uma prática adequada aos aspectos biológicos e sociais do indivíduo, além de estar em acordo com as necessidades alimentares especiais; ser referenciada pela cultural alimentar e pelas dimensões de gênero, raça e etnia; acessível do ponto de vista físico e financeiro; harmônica em quantidade e qualidade alimentar, atendendo aos princípios da variedade, equilíbrio, moderação e prazer; e baseada em práticas produtivas adequadas e sustentáveis, o que favorecerá o bom funcionamento do organismo (BRASIL, 2014; CNF, 2015).

O discurso midiático ‘nutre’, cada vez mais, a necessidade de adoção de um estilo de vida saudável. A nutrição equilibrada se converte na principal preocupação e se traduz no consumo suggestionado de dietas e alimentos bioativos (com funções específicas ao organismo e conseqüentemente à saúde). Amparando-se em profissionais de saúde, pesquisas científicas, por meio de imagens atraentes e textos informativos, a mídia rege

normas do bem viver.

Isso corrobora com o estudo de Ferraz (2011) ao analisar 14 capas de revistas de circulação nacional (Veja e Época), cuja temática em saúde foi assunto principal. Estilo de vida e alimentação esteve presente em sete capas (50%). A nutrição foi abordada em termos do consumo obrigatório e ‘consciente’ de alimentos como ovos, peixes, vinho, frutas, legumes e sal. Ressalta que, embora a mídia dê destaque constante nos seus discursos à padronização de rotinas saudáveis, abre espaço, em determinados momentos, para questionamentos sobre a preocupação excessiva com a dieta alimentar. Representa a dupla face de uma mesma moeda que vende necessidades de primeira linha para a sociedade se manter saudável a todo custo, evitando doenças no futuro, para depois (ou paralelamente) alertar sobre os riscos de abusar na dose das recomendações obrigatórias.

Nesta mesma perspectiva sobre dieta e estilo de vida analisou-se, também, a matéria de capa publicada no jornal O Globo (QUADRO 9, FIGURA 20).

Trata-se de um conteúdo relacionado aos Encontros O Globo Saúde e Bem-Estar.

Esta análise foi composta de duas notícias. A primeira referente à matéria “Táticas de guerra contra o peso” e, a segunda, que servirá de gancho para a primeira, que versa sobre a “A busca da dieta ideal”, na qual o jornal elabora uma reportagem a respeito dos debates sobre dieta que aconteceram na Casa do Saber (FIGURA 20).

A primeira notícia aborda a relação entre alguns tipos de dieta (Da Proteína, Vegetariana, Dos Pontos e Mediterrânea) e seus benefícios à saúde. Seu foco e temática principal direcionam-se aos benefícios da dieta mediterrânea e, toda a narrativa da matéria ancora-se em um artigo publicado na revista *New England Journal of Medicine* (dita pelo jornal O Globo como revista de referência para a comunidade científica em estudos sobre obesidade), sobre estudo realizado com estes três tipos de dieta.

O jornal O Globo, a partir deste recorte, discorre sobre as vantagens e desvantagens que os resultados experimentais evidenciaram na perda de peso quanto a dieta da proteína e a dieta mediterrânea.

Para legitimar as vantagens da dieta proteica utiliza a fala de um especialista endocrinologista e de uma pesquisadora do Grupo de Obesidade e Transtornos Alimentares do Instituto Estadual de Diabetes e Endocrinologia do Rio de Janeiro. Às

vantagens contrapõe as desvantagens com a fala de uma nutricionista.

Em seguida, aborda a dieta mediterrânea e seus benefícios embasando o discurso por meio de outro estudo publicado no mesmo ano, na mesma revista.

..."Pesquisa publicada este ano, na mesma revista *'New England'* deu prova de que, mesmo sem restrição de calorias, a dieta reduz em 30% os ataques cardíacos, derrames e, mortes por problemas do coração.

Finaliza com a dieta dos pontos, muito popular no Brasil, por ser a fórmula utilizada pelo Vigilantes do Peso mostrando os prós e contras pela fala da endocrinologista presidente da Sociedade Brasileira de Endocrinologia e Metabologia.

Observa-se que O Globo, além de legitimar os discursos por especialistas, os endossa com a formação e titulação do profissional e, ainda evidencia a revista âncora, na matéria jornalística em análise, a *New England*, como referência. Ou seja, há a necessidade da afirmação, da autenticidade, da credibilidade e da seriedade imposta neste discurso.

No título da matéria "Táticas da guerra contra o peso" nota-se o jogo de palavras e a intenção de se vivenciar a perda de peso como uma batalha, uma luta, um confronto.

Para tornar o texto mais didático utiliza a imagem de um prato contendo quatro quadros. Em cada um há explicações gerais sobre os tipos de dieta, discutidos na matéria (FIGURA 20).

Na segunda matéria observa-se pelo título e linha fina o quanto as terminologias Dieta e Regime são utilizadas como sinônimo.

A Busca Da Dieta Ideal  
O melhor regime requer prescrição individual, especializada, com menos sal e açúcar, e mais exercícios

Para justificar que, a dieta mediterrânea é um padrão alimentar considerado saudável, o jornal conta com um grupo de elite em saúde, dando-lhe destaque na matéria.

..."No auditório da Casa do Saber O Globo, na lagoa, o coordenador dos Encontros, cardiologista Cláudio Domênico, recebeu a nutricionista clínica Virgínia Nascimento, vice-presidente da Associação Brasileira de Nutrição, e Walmir Coutinho, presidente eleito da Associação Internacional de Estudos da Obesidade. O evento, mediado pela editora de Ciência e Saúde do Globo, Ana Lúcia Azevedo, teve também a participação da endocrinologista Isabela Bussade, professora de pós-graduação da Puc-Rio e pesquisadora sobre obesidade e Transtornos Alimentares.

A narrativa continua com ênfase na dieta mediterrânea, indo ao encontro de Ferraz (2012). São citados alimentos saudáveis com comprovação científica e benéficas à saúde cardiovascular: peixes, legumes, azeite extra virgem, castanhas e vinho.

A matéria apresenta poucas imagens, mas está recheada de “olhos” (recurso jornalístico colocado no meio da massa de um texto, para ressaltar trechos) bem sugestivos. Com frases atraentes ditas pelos profissionais da saúde integrantes no debate (FIGURA 22).

Figura 22: Os discursos de especialistas presentes na matéria do jornal O Globo. RJ, 2013.



Fonte: Jornal O Globo, 2013.

Em ambas as matérias dos jornais O Globo e a Folha, há ênfase na adoção de hábitos alimentares saudáveis. Uma sugestão na mudança do comportamento e até mesmo padrão alimentar do leitor. Os jornais apresentam textos informativos que demonstram preocupação com a saúde da população, apontando aspectos positivos, mas também, aspectos preocupantes. Pois, por meio das narrativas jornalísticas, em certa maneira, os jornais constroem um modo de viver, impondo ao leitor a consciência constante de estar atento e em dia com a saúde, com os novos produtos e dietas no mercado e, com os alimentos e composto bioativos preventivos, que o manterão “afastados” da possibilidade de doenças.

### 6.3 A OBESIDADE INFANTIL

O QUADRO 10 e FIGURA 23 reúnem as características do par de matérias sobre obesidade infantil selecionado para análise.

Quadro 10: Matéria sobre obesidade infantil nos jornais Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.

Jornal	Folha de São Paulo	O Globo
Data	14/04/2013	03/02/2013
Caderno/Secção	Saúde + Ciência	Rio
Título	Patrulha Mirim	Um SPA sob medida para a garotada Esforço para emagrecer requer apoio da família
Linha fina	-----	Ambulatório de Endocrinologia Pediátrica do lede ajuda a controlar o peso
Olho	Estudo mostra que orientações sobre estilo de vida <b>saudável</b> transmitidas às crianças provocam <b>mudanças nos hábitos</b> dos pais	-----

Fonte: Elaboração Própria.

Para a Folha optou-se por uma reportagem publicada no caderno Saúde + Ciência intitulada “Patrulha Mirim”. Para O Globo, foram avaliadas matérias da secção Rio que veiculam o mesmo assunto de maneira continuada. Uma matéria complementa a informação da outra (“Um SPA sob medida para a garotada” e “Esforço para emagrecer requer apoio da família”)

As reportagens selecionadas abordam conteúdos similares, mas com olhares distintos sobre obesidade infantil.

A Folha apresenta o olhar da criança que necessita mudar os hábitos, “patrulhando” também a vida dos pais, que acabam mudando o estilo de vida juntos, enquanto O Globo foca na importância do apoio familiar na perda de peso da criança.

O título da matéria da Folha “Patrulha Mirim” é bem didático. Patrulha associa-se à vigilância, controle. E isto é realizado pelos filhos.

Apresenta ainda no olho da matéria as palavras ‘saudável’ e ‘mudança no hábito’ em negrito. Enfatizando, desta forma, que essa possível fiscalização traz efeitos positivos à família.



Figura 23: Obesidade infantil nos jornais Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.



Fonte: Jornal Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.

A matéria se baseia em um artigo publicado por um pesquisador brasileiro do Instituto do Coração (Incor) na revista *European Journal of Preventive Cardiology*. Um estudo sem muita repercussão no Brasil (como cita o pesquisador na reportagem), ao contrário do ocorrido em outros países. O artigo deriva de um projeto educacional que avaliou o poder de persuasão dos alunos na mudança de hábitos dos pais e na adoção de estilo de vida saudável, cuja conclusão foi que as mudanças ocorrem.

Ao longo do texto se evidenciam comprovações familiares de tais mudanças.

..." na época do programa, caminhávamos todos os dias, éramos estimulados. Agora falta tempo, diz Sueli Razzé, 46, mãe da aluna Natalie, 13. Sem atividade física, o marido engordou três quilos e a filha um. 'Sem incentivo permanente é difícil manter'".

A foto da matéria retrata uma família, reunida à mesa com semblante de felicidade ao consumir alimentos saudáveis.

Este semblante traduz os possíveis benefícios das refeições compartilhadas em família, para a redução da obesidade em crianças e adolescentes. O comer em família é um hábito saudável que parece beneficiar todos que a compartilham. Historicamente, as

refeições são momentos de convívio social e relaxamento, onde os alimentos tem a função de nutrir e de proporcionar bem-estar.

Todavia, as refeições em família têm se tornado cada vez menos frequente, considerando o estilo de vida atual que prepondera, com as pessoas, comendo mais fora de casa e com mais pressa.

Os dados da (POF, 2010a) demonstram que os gastos da família brasileira com o comer fora de casa representam 31,1% dos gastos com alimentação, um terço do orçamento.

A falta do convívio familiar à mesa deixa de exercer uma importante função educativa, colaborando com a incidência da obesidade infantil. Fitzpatrick *et al* (2007) em um estudo longitudinal com 8500 crianças pré-escolares (4 anos de idade) e suas rotinas domiciliares evidenciaram a redução em 40% da prevalência à obesidade quando: havia consumo regular de jantar/lanche da tarde em família (> 5x/semana); dormir adequadamente ( $\geq$  a 10,5h/dia) e limitar as horas de TV, computador e vídeo game (< 2h/dia).

Diferente da Folha, a notícia de O Globo mostra-se menos relevante no jornal, sendo apresentada em tamanho e conteúdo menor que a publicidade da página do jornal (FIGURA 23). Retrata o apoio dos familiares no processo, sem, contudo, dar evidência ao convívio familiar à mesa, como dinâmica agregadora e incentivadora, na educação e mudanças de comportamento alimentar da criança.

O texto de O Globo se divide em dois momentos. No primeiro com a matéria “Um SPA sob medida para a garotada” cujo conteúdo aborda a possibilidade de crianças e adolescentes “aproveitarem as férias” em um ambulatório de Endocrinologia Pediátrica do Instituto Estadual de Diabetes e Endocrinologia Luiz Capriglione (Iede). Uma espécie de *Spa*, pois ficam “internados” durante 15 dias junto a uma equipe multidisciplinar, com regras sobre alimentação e exercícios. E para que todo este processo não seja em vão, no segundo momento a matéria se intitula “Esforço para emagrecer requer apoio da família”. O texto narra a importância das mães em acompanhar os filhos durante o tratamento, o que as levam, também, à perda de peso. O texto é composto de fragmentos de relatos familiares do esforço em conjunto para a perda de peso e mudança de hábitos alimentares e estilo de vida.

Com olhares distintos e objetivo análogo, ambos os jornais retratam a importância do núcleo familiar como fator positivo nas mudanças alimentares e de estilo de vida. A visão da Folha é a de um 'tratamento ativo', no dia a dia, com o convívio da família à mesa. O Globo, de um 'tratamento passivo' no qual o especialista em saúde é o protagonista que orienta a conduta dos filhos e pais.

Nos dois textos de O Globo não houve discursos de especialistas em saúde. Mas sim, a divulgação de projetos de Instituições ou Pesquisas que apoiam crianças e familiares na perda de peso. São matérias de cunho mais emocional, de aproximação do leitor com a possível realidade que podem encontrar em suas casas, por meio de discursos das próprias crianças e dos pais.

A família exerce papel importante neste processo e, os conteúdos abordados em ambos os jornais corroboram com estudos científicos sobre obesidade infantil. Familiares, em especial pais ou cuidadores, tem maior influência ambiental nos hábitos e comportamento alimentar da criança. Influência que se manifesta na aquisição de alimentos para o consumo de toda família, nas questões culturais e econômicas, no próprio comportamento alimentar e conhecimento dos pais que os transmitem às crianças.

Além da família, a escola exerce papel preponderante na prevenção e tratamento da obesidade infantil, fator que é abordado pela Folha, sem, contudo, o ser no jornal O Globo. A escola é um espaço privilegiado para o desenvolvimento de ações e melhoria das condições de saúde e do estado nutricional das crianças, sendo estratégica para a concretização de iniciativas de promoção de saúde.

Apesar de ambos os jornais tratarem da temática obesidade infantil, são ainda escassos os conteúdos direcionados ao público alvo (as crianças), quer na versão impressa (no caso da Folhinha) ou na versão virtual (no caso do Globinho). Ambos os jornais precisam informar mais, ampliando e aprofundando os conteúdos publicados ou reservando mais espaço nos cadernos, ou no suplemento semanal dedicado a esta faixa etária. Divulgar mais é uma das possibilidades para orientar sobre as questões afetas à obesidade infantil e promoção da saúde.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa procurou descrever os sentidos midiáticos sobre obesidade em dois jornais de grande circulação nacional que integram os materiais de estudo do Observatório de Saúde na Mídia do Laboratório de Comunicação e Saúde (Laces/Icict/Fiocruz).

O jornal impresso como meio de comunicação desempenha um importante papel na produção e profusão do conhecimento e interpretações da ciência (nesta pesquisa com enfoque na nutrição). Sendo também um espaço para a sua discussão pública e legitimação.

Os textos jornalísticos apresentam características inerentes ao seu dispositivo. Seus discursos são construídos de acordo com as normas que o regem em tempo e espaço (considerando a estética da pré-produção, produção e recepção jornalística), perpassando diversas vozes na construção de suas narrativas, com produção de mediações tanto na direção dos leitores, quanto na direção das fontes (profissionais da área da saúde, cientistas, fontes de interesse do público), criando assim, um contrato com o público (um suposto interesse de suas audiências que assim podem inscrever - e então inscrevem - suas marcas no - como - dispositivo, definindo o seu alcance e o limite de suas mensagens).

Ademais, a sociedade contemporânea está permeada pela mídia de tal maneira que ela não pode mais ser considerada como algo separado das instituições culturais e sociais. Os múltiplos entrecruzamentos entre mídia e sociedade têm produzido transformações importantes no modo de presença dos atores sociais individuais e coletivos, nas práticas diárias, nas relações e na cultura, fenômeno este que alguns estudiosos chamam de midiatização.

Segundo Fausto Neto (2007) a base das interações sociais não mais se tecem e se estabelecem por meio de laços sociais, mas de ligações sociotécnicas.

Neste sentido o processo de midiatização traz a questão da centralidade dos campos sociais, políticos e ideológicos para a centralidade dos meios, estetizando a ciência e os vários outros campos sociais. A exemplo da nutrição e de outras ciências da saúde. Observa-se, entre outras coisas, o deslocamento de poder deste campo do

conhecimento e de seus respectivos profissionais para o campo jornalístico, alterando assim as mensagens originais.

No que concerne a esta pesquisa, ao ater-se à instância da produção, obtiveram-se achados importantes que propiciaram uma melhor compreensão do processo de mediação do campo jornalístico no campo da nutrição, no contexto da midiatização. Os resultados encontrados sugerem a possibilidade e a necessidade de desdobramentos e aprofundamentos e de investigações mais robustas sobre os sentidos da obesidade na mídia impressa.

O jornalismo é um processo de produção de significados e de sentidos (semiose) infinitos; não se esgotam e podem ser emoldurados. Isto nos leva a considerar que os sentidos de uma mensagem não se encerram na codificação feita por um jornal, mas adquire novos sentidos no campo da recepção que podem ser alterados pelo tempo, pelo espaço e pelo seu contexto de circulação. Assim uma mensagem emitida não é recebida mecanicamente no pólo receptor sem que este a reinterprete dentro das condições de recepção em que se encontra.

Dito de outra maneira, o processo de produção de sentidos depende dos sujeitos envolvidos nas práticas discursivas e, simultaneamente, inseridos em contextos com distintas dimensões geográficas, estruturais, políticas, culturais e sociais como sugere Araújo e Cardoso (2007).

Como um caleidoscópio de inúmeras possibilidades, esta pesquisa reflete um entre os muitos pontos de vista para analisar os sentidos (no processo de produção) sobre obesidade impressos nos jornais.

Estudos de recepção seriam complementares e de grande importância para ampliar a compreensão de outros sentidos sobre a obesidade. Também entrevistas com jornalistas e/ou editores, complementando o processo de comunicação e produção de sentidos. E assim, entender o ciclo de comunicação da mensagem como um todo.

Este alargamento da compreensão da atividade do receptor (processo de recepção) para além da dimensão das leituras e interpretação produz, em certo sentido, um espaço de diálogo entre o processo comunicativo e o fenômeno de midiatização. No entanto, o jornal é um dispositivo de produção e reprodução de mensagens associado a determinadas condições de produção e a certas modalidades (práticas) de recepção

dessas mensagens, cujos contextos se tornam imprescindíveis.

Estas reflexões só reforçam a importância de estudos de recepção, ao assinalar a passagem de uma sociedade dos meios, responsáveis pela veiculação de mensagens para as massas, para uma sociedade midiaticizada, em que os meios não apenas constroem e fazem circular sentidos, mas configuram uma ambiência e redefinem as experiências.

Posto que as análises das narrativas jornalísticas impressas nos jornais não esgotam os sentidos das suas mensagens, seja pelas características eminentes do próprio dispositivo, seja pelos processos de rotina de produção de conteúdos e pelo grau de especialização do jornalista sobre a temática. Os resultados obtidos retratam uma das possíveis perspectivas de interpretação sobre os sentidos e o agir dos jornais sobre a temática da obesidade. Ou seja, é um recorte temporal que deve ser ponderado, pois apresentam questões que fogem ao escopo empírico das análises realizadas.

A exemplo das questões metodológicas de tempo e espaço. Trata-se de uma pesquisa transversal, com recorte e delimitação de um período de seis meses, de um único ano, de dois jornais de grande circulação nacional.

Desta maneira, reforça-se aqui, a necessidade de estudos futuros que ampliem e aprofundem a compreensão dos sentidos impressos sobre obesidade neste dispositivo jornalístico, ou seja, estudos que aumentem o período de clipagem, bem como debruçem suas análises em mais jornais (diferentes) de grande circulação no Brasil.

Apesar destas limitações analíticas consideramos que os achados da pesquisa evidenciam um crescente número de notícias sobre a obesidade nos jornais brasileiros investigados. Crescimento este que coincide com o interesse dos dispositivos de comunicação e de suas audiências por temas relacionados à saúde. Sem embargo, este aumento quantitativo de informações não se relaciona necessariamente e proporcionalmente a um aumento na qualidade do que é produzido.

O processo de elaboração de uma notícia no jornalismo impresso segue técnicas e rotinas de produção. Dá-se enfoque na notícia, ao que pode ser de interesse do leitor, em combinação, com o seu teor científico, plasmando didaticamente este conteúdo para que possa ser compreendido pelo público do jornal.

Pensa-se o jornalismo como uma prática social mediadora entre os eventos que ocorrem no dia a dia, no mundo e, o público, que faz então sua “leitura”, um

entendimento, a partir dos fatos divulgados pelo dispositivo comunicativo, como um contrato de leitura específico, que se ampara na credibilidade dos jornais, jornalistas e fontes (VERON, 2004).

É esse caráter específico de mediação jornalística entre os diversos campos e o leitor que o particulariza como profissão e prática; um campo cujo capital essencial é a credibilidade, em torno de um tipo particular de informação e de técnicas que orientam a elaboração das notícias.

Alguns dos resultados desta pesquisa demonstram que muitas notícias produzidas sobre obesidade são oriundas de estudos científicos (em sua maioria por meio de *press release* da Instituição ou do periódico em que a pesquisa está sendo divulgada, sem qualquer mudança ou questionamento) (a exemplo da análise da narrativa apresentada no item 6.1). Significa, portanto, que o contrato de leitura não se esgota totalmente em um veículo de comunicação, mas nas diversas ramificações que constituem o dispositivo de enunciação jornalística. Nos leva a entender também a respeito do papel ativo exercido pela fonte na produção dos sentidos das mensagens jornalísticas, questões estas nem sempre presentes nas análises narrativas do jornalismo enquanto integrante da sociedade dos meios.

Ademais, o campo científico (neste caso enfoque na ciência da nutrição) e o campo jornalístico apresentam-se ainda como uma zona em conflito, se desdobrando em alguns entraves como: (i) a relação entre pesquisador e jornalistas; (ii) o teor da procedência das matérias sobre ciências e saúde; (iii) a falta de tempo para se trabalhar a matéria; (iv) o sensacionalismo da imprensa; (v) o (des) preparo dos jornalistas em interpretar artigos científicos e dados estatísticos em saúde; ou até mesmo (vi) a contaminação das mensagens sobre saúde (nesta pesquisa enfoque na temática obesidade) elaboradas pelos editores invisíveis conhecidos como *news promoters* (laboratórios, interesses comerciais e financeiros, entre outros), a exemplo da narrativa sobre os mitos da obesidade apresentada no item 6.1 e que exercem um papel ativo na produção das mensagens jornalísticas.

Cada vez menos os veículos de comunicação têm editorias de saúde (TEIXEIRA, 2012). Ainda é reduzido o número de jornalistas científicos especializados, e a classe reconhece que é pouco treinada para divulgar os dados científicos sem risco de perder a

credibilidade da informação.

O rigor metodológico e da apresentação dos resultados, tão metódicos ao campo científico da saúde, se confrontam com a limitação de espaço e tempo no jornalismo impresso, o que de certa maneira pode contribuir para a elaboração de notícias mais superficiais e sensacionalistas, ou até mesmo, contendo erros de análises de dados estatísticos e de pouca compreensão em estudos epidemiológicos.

Assim, são necessários, também, estudos que incidam especificamente na qualidade dos conteúdos por meio de critérios pré-estabelecidos. A elaboração de protocolo(s), como instrumento(s) de referência, com orientações específicas para avaliar a qualidade da informação em saúde nos textos produzidos pelos meios de comunicação.

Outro ponto relevante é a necessidade de se clipar as versões digitalizadas dos jornais. Na atualidade, estas plataformas não só disponibilizam conteúdos informativos sobre saúde (nesta pesquisa sobre a temática obesidade), como também ampliam o número de leitores e a circulação das mensagens jornalísticas.

Nesta pesquisa observou-se um incremento de 26,5% de clipagens virtuais para a Folha e 36,8% para O Globo, um percentual de 31% no montante total de matérias clipadas sobre obesidade.

Ainda que a clipagem manual dos jornais mantenha-se como método adotado pelo Observatório de Saúde na Mídia do Laboratório de Comunicação e Saúde (Laces/Icict/Fiocruz), há também que se adequar à nova realidade tecnológica. Ademais, há que reforçar as diferenças existentes entre versão online e versão digitalizada. A versão digitalizada é a cópia exata e fidedigna da versão impressa. Na versão online, o conteúdo é distinto do jornal impresso atual. O leitor pode acessar notícias antigas e novas simultaneamente, o design é diferente do original impresso.

Ambos os jornais pesquisados, Folha de S. Paulo e O Globo, estão disponíveis em versão digital.

A clipagem por meio de palavras chaves em seus buscadores racionaliza tempo, economia e mão de obra, além de diminuir o espaço físico para acondicionar o material. Também possibilita verificar quais palavras de busca em específico são mais utilizadas pelos jornais para elaborar conteúdos e produzir sentidos (a exemplo do Item 5.3).

No que concerne ao percurso desta pesquisa, cabe reiterar aspectos conclusivos



que dão visibilidade à temática obesidade, na produção de sentido dos jornais impressos Folha de S. Paulo e O Globo.

De uma maneira geral as matérias, em ambos os jornais, baseiam-se em assuntos práticos, que interferem no cotidiano do leitor, e em informações curiosas, interessantes, que atraem a audiência, com potencial de influenciar comportamentos, mesmo quando a informação se apresenta em formato de entretenimento. Influência que não se restringe à população leiga como fonte primária de informação em saúde, mas também, aos próprios profissionais da área de saúde e aos cientistas.

Em algumas matérias, em ambos os jornais, os sentidos sobre a obesidade derivados do campo da nutrição apresentavam-se alteradas, incompletas e/ou enviesadas (a exemplo dos box informativos divulgados no jornal O Globo). Todavia, o jornalismo como dispositivo midiático manteve a população informada sobre o tema e suas consequências para o cotidiano social.

O jornal impresso, como dispositivo, apresenta especificidades que o tornam diferente do campo da nutrição enquanto parte da ciência. São modelos diferentes de geração de produção e circulação de mensagens, porque cumprem finalidades diferentes, com discursos próprios e inerentes a cada um (discurso esotérico x exotérico), conforme assinala Rodrigues (1997).

O jornalismo como um signo indicial, operativo, é capaz de captar, codificar e narrar fatos e acontecimentos apontando para algo que existe, mas sem dissecá-lo conceitualmente, mantém uma relação dinâmica com o seu referente e os sentidos da memória da pessoa. Estabelece um laço existencial de contiguidade entre o significante e a referência. Esta natureza indicial do signo se relaciona com o tempo e o espaço de maneira que prevaleça o aqui e o agora, nos quais os fatos e os acontecimentos são codificados de maneira a anunciar e enunciar o caráter entrópico dos acontecimentos. Assim, quando anuncia e enuncia este caráter entrópico, o jornalismo constrói no entorno um tipo de fabulação que se assemelha a uma espécie de mapa indicativo da realidade. Como fabulação, é uma interpretação e, como mapa, uma indicação discursiva.

Isso não significa que a natureza indicial se apresente igualmente em cada suporte midiático jornalístico. Ela varia e se apresenta de acordo com as características expressivas do medium como uma espécie de fabulação sobre os fatos e os

acontecimentos marcada pela verossimilhança. Na mídia impressa prevalece o texto escrito cuja narrativa segue os cânones da metodologia jornalística (objetividade, lide, citações de fontes, linguagem referencial, narração em terceira pessoa). Concorrendo com outras ambiências, a retórica antiga opera na lógica da verossimilhança, enquanto, a retórica midiaticizada trabalha sob o imperativo da demonstração - de uma realidade apresentativa. Não torna invisível a verdade, mas faz visível um tipo de verdade. Uma “força-índice” do verossímil, ou seja, uma força de representação que não indica uma verdade, porque se coloca como sendo a própria verdade.

Apesar de serem jornais de grande circulação nacional e de referência em seus distintos Estados, não se pode generalizar os resultados encontrados, pois cada um tem peculiaridades de produção e de divulgação de conteúdos sobre obesidade. Apresentam aspectos de regionalidade com características específicas destinadas ao seu público leitor.

Neste contexto, evidenciou-se que a Folha produz mais matérias de cunho educativo e científico sobre obesidade, enquanto O Globo mais popular direciona seus conteúdos à imagem corporal e estética.

Estas evidências se esteiam em resultados como: (i) o caderno Saúde + Ciência na Folha apresentou uma maior quantidade de temas relacionados a estudos científicos sobre obesidade, e em grande parte apresentando um infográfico (Gráfico 20, por exemplo) para auxiliar o leitor no entendimento do conteúdo; (ii) a Folha consulta fontes científicas com mais regularidade e proporção que O Globo (Gráfico 23 e Apêndice 1, em exemplo); (iii) a Folha apresentou um percentual maior de reportagens (Gráfico 19, um possível exemplo), um gênero jornalístico mais interpretativo, que implica no possível aprofundamento das informações sobre obesidade, indicativo de uma maior “alfabetização em saúde” por parte de seus leitores. Diferentemente de O Globo, cujo maior percentual de informações foi em formato de box/nota; (iv) um número expressivo de matérias nos suplementos jornais de bairro do jornal O Globo, que em sua maioria abordavam a temática da obesidade por meio de matérias sobre alimentos, dietas, exercício e perda de peso; (v) a própria característica do leitor de O Globo que tem grande interesse por conteúdos qualidade de vida, bem-estar (88%) e beleza (68%) (conforme Tabela 2).

Outro ponto de relevância é que, em ambos os jornais, as seções/cadernos

Ciência e Saúde são as que mais produzem reportagens sobre obesidade. Porém, observa-se que a questão perpassa por outros cadernos e sentidos de produção, sem se restringirem a doença. Um percentual relevante de notícias em ambos os jornais foi dedicado ao tema “estilo de vida e comportamento”. Há também, divulgação de notícias com teor sensacionalista, com maior apelo comercial. Como exemplo, as que se referem às análises das narrativas sobre dietas (Item 6.2).

Estes achados corroboram na construção de sentidos sobre a obesidade. Além de ser uma questão de saúde pública, de caráter epidêmico e multifatorial, constitui-se uma problemática cultural e discursiva. Por meio das narrativas, os jornais constroem conceitos e referências, que em última análise vão se tornando o nosso cotidiano. Apresentam-se como uma instância de mediação do processo de visibilidade da produção de sentidos sobre obesidade.

Assim, a obesidade ganha notoriedade, não somente, como uma enfermidade com consequências e agravos à saúde, mas se caracteriza como um fenômeno midiático. Resulta das distintas falas que foram e são produzidas por diferentes organizações e instituições, sendo então anunciadas em meio às estratégias discursivas, mobilizando a partir de determinados lugares e competências. Ou seja, os discursos jornalísticos fazem o leitor saber sobre obesidade por meio de competências discursivas (palavras, vozes, imagens) provenientes de outros campos.

As narrativas jornalísticas desta pesquisa demonstram sentidos diversos sobre obesidade. De maneira geral, ambos os jornais abordam a questão do risco. Porém, para a Folha este conteúdo é de maior relevância se comparado ao O Globo, que por sua vez enfoca bastante em suas narrativas à representação do corpo e da beleza e à nutrição (alimentos e ‘dietas’ e seus benefícios ou malefícios à saúde). Isso se reforça pela presença do nutricionista e do educador físico nos discursos, além do médico.

As questões sobre obesidade abordadas nos jornais ganham o status de credibilidade e/ou de verdade, quando os discursos se esteiam em um profissional da área da saúde. Nestes a figura do médico, ainda, é determinante e mantém-se como o profissional da saúde mais requisitado para legitimar as narrativas jornalísticas.

Entre as especialidades médicas autorizadas para falar sobre obesidade nos jornais investigados destacam-se os endocrinologistas, os nutrólogos e os cardiologistas.

Aqui, faço uma reflexão (consciente e enviesada) como profissional com formação em nutrição. Os jornais pesquisados só reforçam o papel coadjuvante do nutricionista como possível comunicador em saúde. Os médicos, dentre as suas diversas especialidades, ainda se apresentam como protagonistas em comunicar em saúde. Uma espécie de hierarquização que os jornais, os jornalistas e o próprio campo da ciência fazem explicitando um tipo de poder e de credibilidade diferenciada entre eles.

Ao mesmo tempo é a própria ciência da nutrição que, por meio de suas descobertas e benefícios de alimentos à saúde, possibilitam que estes achados científicos se tornem notícias nos meios de comunicação.

A profissão de nutricionista assume papel de destaque na área da saúde e expande para os campos de interface da alimentação e nutrição com as demais ciências. É um profissional que atende aos princípios básicos da nutrição, contribuindo para a saúde dos indivíduos e coletividade.

A nutrição é a base sobre a qual se desenvolvem todos os processos fisiológicos e patológicos. Nenhum fenômeno orgânico (seja normal ou anormal) ocorre sem que haja um componente nutricional envolvido. Ademais a nutrição tem papel primordial na promoção, manutenção, recuperação e prevenção de riscos à saúde.

Trata-se de um profissional qualificado e preparado para orientar e comunicar sobre alimentação e saúde (aqui com enfoque na obesidade). Médicos em diversas especialidades (como as abordadas nesta pesquisa: nutrologistas, endocrinologistas, cardiologistas, pediatras) e outros profissionais da área da saúde podem fornecer orientações gerais sobre alimentação. Porém o nutricionista é o profissional com formação específica e competência para prescrever planos alimentares e fornecer assistência dietoterápica.

Então porque não nutrir a população com conhecimento de peso respaldando em ciência?

Agora respondo a esta pergunta como profissional de dupla formação (jornalista e nutricionista).

A saúde também é multifacetada. Os meios de comunicação em geral devem quebrar este paradigma de que a voz do médico é a mais indicada ou bem vista pela sociedade para legitimar sua fala; que a voz do nutricionista só é bem acolhida para

respaldar conteúdos sobre dietas, alimentos e perda de peso. Há que valorizar as especificidades.

A nutrição como ciência e com respaldo científico tem relevância de peso e deve ser protagonista no processo de mensagens postas em circulação na sociedade pelo campo midiático. O nutricionista pode e deve ser uma fonte mais relevante em saúde. Deve-se assim, abrir este canal de comunicação entre os dois profissionais (nutricionistas e jornalistas). O Conselho Federal e os Conselhos Regionais de Nutrição deveriam promover encontros periódicos entre nutricionistas e os editores e/ou jornalistas responsáveis pelos cadernos de saúde e temas afins. Nestes encontros poderiam ser realizados debates com temas específicos, com a possibilidade de sanar dúvidas por parte dos jornalistas, ou até mesmo dos próprios nutricionistas sugerirem pautas sobre assuntos polêmicos ou mais relevantes do momento.

Esta mesma dinâmica poderia ser aplicada, também, aos pesquisadores nutricionistas de universidades ou instituições de ensino. Por meio de encontros com os jornalistas, os pesquisadores poderiam divulgar novos estudos ou achados em nutrição, explicando e sanando dúvidas a respeito da metodologia aplicada e dos resultados encontrados nas pesquisas realizadas.

Estes são alguns dos possíveis caminhos para manter um canal de comunicação ativo entre estes dois profissionais. Uma via de mão dupla nutrindo a população com informações ainda mais “saudáveis” e educativas. Pois, além de ampliar o leque de fontes especializadas em temas cuja nutrição se insere como conteúdo informativo, o jornal, como dispositivo, irá produzir conteúdos com mais respaldo científico e, assim, a nutrição passa a ser mais reconhecida não só pelo campo jornalístico, mas também, pelo público leitor, como uma ciência com credibilidade em comunicar em saúde.

Outro achado importante da pesquisa refere-se ao trato da obesidade infantil.

O impacto da mídia sobre o desenvolvimento infantil é um tema que merece destaque, em particular quanto à obesidade, ainda que os meios de comunicação não o privilegiem.

Ao tempo em que crescem vertiginosamente o volume e a velocidade de informações em circulação, se multiplicam os canais de acesso a esses conteúdos. Neste contexto, crianças e adolescentes são quase que constantemente, instigados a olhar e

perceber o mundo a partir do olhar midiático.

Essa presença “onipresente” da mídia na vida social e cultural é uma característica preeminente vigente nas crianças e adolescentes da geração google/web 2.0.

Em tal medida, não pode ser relegada em segundo plano no âmbito das políticas públicas, seja no estímulo à produção de conteúdos de qualidade, seja na adoção de medidas que visam proteger crianças e adolescentes dos impactos nocivos do material veiculado, seja direcionando conteúdos educativos próprios para a idade.

O que se observou nesta pesquisa foi a reduzida produção ou importância dada à temática obesidade infantil, ainda que, a Folha tenha dedicado um conteúdo específico (Suplemento Folhinha) a este público.

Embora entendível que a maior produção de conteúdo tenha ocorrido em período de férias (Gráfico 29, 30 e 31), mais que aumentar a quantidade de informações sobre obesidade nestes meses é importante direcioná-las ao seu público alvo. É de pequeno que se nutre bons hábitos (sejam eles alimentares ou de leitura). Uma das possíveis maneiras de tornar este processo de leitura educativa mais lúdica e didática seria, por exemplo, aumentar a quantidade de infográficos nas notícias e reportagens elaboradas. Esta pesquisa demonstrou uma relação inversa (Gráfico 33). Há mais infográficos em conteúdos direcionados aos adultos do que para crianças.

Um ponto positivo e de relevância é que, em ambos os jornais (em maior quantidade na Folha) houve a divulgação de conteúdos referentes à publicidade de alimentos. Os jornais produziram conteúdos que possibilitam despertar a consciência crítica dos pais e/ou responsáveis, no entendimento das práticas de consumo de produtos (nesta pesquisa aos relacionados a alimentação) e aspectos negativos causados pelos investimentos maciços na mercantilização da infância e da juventude, em evidência nesta pesquisa, para a obesidade infantil.

A importância da mídia para a saúde da população não deve ser subestimada, por ser uma das principais fontes de informação sobre saúde. O conteúdo divulgado influencia comportamentos, efeito que se potencializa frente a uma sociedade que cada vez mais lida com a saúde como se fosse um produto de consumo.

Mais que quantidade de conteúdos sobre obesidade é imprescindível a produção de matérias que contribuam na proposição de estratégias para a uma melhor

comunicação em saúde e, conseqüente promoção da saúde no país.

Espera-se que esta pesquisa contribua para ampliar horizontes de novas investigações em comunicação em saúde, principalmente para a ciência da nutrição, horizontes ainda pouco explorados em termos transdisciplinar.

## 8 REFERÊNCIAS

ABEGUNDE, D. O.; MATHERS, C. D.; ADAM, T.; ORTEGON, M.; STRONG, K. The burden and costs of chronic diseases in low-income and middle-income countries. **Lancet**, v. 370, n. 9603, p. 1929–38, 8 dez. 2007. Disponível em: <<http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=2652750&tool=pmcentrez&rendertype=abstract>>. Acesso em: 21 jan. 2014.

ABRANTES, M. M.; LAMOUNIER, J. A.; COLOSIMO, E. A. Prevalência de sobrepeso e obesidade nas regiões Nordeste e Sudeste do Brasil. **Revista da Associação Médica Brasileira**, v. 49, n. 2, p. 162–166, jun. 2003. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-42302003000200034&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-42302003000200034&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt)>. Acesso em: 18 fev. 2014.

ADES, L.; KERBAUY, R. R. Obesidade: realidades e indagações. **Psicologia USP**, v. 13, n. 1, p. 197–216, 2002. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-65642002000100010&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65642002000100010&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt)>. Acesso em: 18 fev. 2014.

ALFRED, S. *Mythologies de notre temps*. Paris, Payot, 1971.

ALLI, F.; BOZZETTO, L. P.; ISAIA, L. S.; VALLEJOS, M.; FAUSTO NETO, A.; ROCHA, S. (Re) visitando os conceitos de contrato de leitura uma proposta de entendimento dos pontos de vínculo entre emissor/receptor da sociedade dos meios para a sociedade midiaticizada. **Disc. Scientia**, v. 10, n. 1, p. 15–25, 2009.

ALMEIDA, G. A. N. de; SANTOS, J. E. dos; PASIAN, S. R.; LOUREIRO, S. R. Percepção de tamanho e forma corporal de mulheres: estudo exploratório. **Psicologia em Estudo**, v. 10, n. 1, p. 27–35, abr. 2005. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-73722005000100005&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-73722005000100005&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt)>.

ALMEIDA, S. de S.; NASCIMENTO, P. C. B.; QUAIOTI, T. C. B. Quantidade e qualidade de produtos alimentícios anunciados na televisão brasileira. **Revista de Saúde Pública**, v. 36, n. 3, p. 353–355, jun. 2002. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-89102002000300016&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-89102002000300016&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt)>. Acesso em: 18 fev. 2014.



ANDRADE, A.; BOSI, M. L. M. Mídia e subjetividade: impacto no comportamento alimentar feminino. **Revista de Nutrição**, v. 16, n. 1, p. 117–125, jan. 2003. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-52732003000100012&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-52732003000100012&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt)>. Acesso em: 17 fev. 2014.

ANJ. **Associação Nacional de Jornais**. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/>>. Acesso em: 18 out. 2015.

ARAÚJO, I. S. Materiais educativos e produção dos sentidos na intervenção social. In: MONTEIRO, S.; VARGAS, E. (Ed.). **Educação, Comunicação e Tecnologia Educacional: interfaces com o campo da saúde**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2006. p. 49–69.

ARAÚJO, I. S. Contextos, mediações e produção de sentidos: uma abordagem conceitual e metodológica em comunicação e saúde. **RECIIS**, v. 3, n. 3, 10 jul. 2009. Disponível em: <<http://www.reciis.cict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/280/324>>. Acesso em: 18 fev. 2014.

ARAÚJO, I. S.; CARDOSO, J. M. **Comunicação e saúde**. 1. ed. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2007.

ARAÚJO, I. S.; OLIVEIRA, V. C. Comunicação e Mediações em Saúde: Um olhar a partir do Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde (ICICT/Fiocruz). **RECIIS**, v. 6, n. 3, 29 set. 2012. Disponível em: <<http://www.reciis.cict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/584/1234>>. Acesso em: 18 fev. 2014.

ARAÚJO, N. M. S.; ARAÚJO, I. S. de. Apropriação e compartilhamento – estudo das redes de sentido da saúde a partir do programa Globo Repórter – DOI: 10.3395/reciis.v6i4.Sup1.733pt. **RECIIS**, v. 6, n. 4, 28 fev. 2013. Disponível em: <<http://www.reciis.cict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/733/1396>>. Acesso em: 20 fev. 2014.

BARATA, G. F. **A primeira década da aids no brasil: o fantástico apresenta a doença ao público (1983 a 1992)**. 2006. Universidade de São Paulo, 2006. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8138/tde-07072006-124258/pt-br.php>>.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BECH, U. **O que é globalização? equívocos do globalismo: respostas à globalização**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

BOERO, N. All the News that's Fat to Print: The American "Obesity Epidemic" and the Media. **Qualitative Sociology**, v. 30, n. 1, p. 41–60, 7 set. 2006. Disponível em: <<http://www.springerlink.com/index/10.1007/s11133-006-9010-4>>. Acesso em: 1 abr. 2013.

BOOG, M. C. F. Atuação do nutricionista em saúde pública na promoção da alimentação saudável. **Ciência & Saúde**, v. 1, n. 1, p. 33–42, 2008.

BORGES, C. R.; KÖHLER, M. L. K.; LEITE, M. de L.; SILVA, A. B. F. e; CAMARGO, A. T. de; KANUNFRE, C. C. Influência da televisão na prevalência de obesidade infantil em Ponta Grossa, Paraná. **Ciência, Cuidado & Saúde**, v. 6, n. 3, 2007.

BOSI, M. L. M.; LUIZ, R. R.; MORGADO, C. M. da C.; COSTA, M. L. dos S.; CARVALHO, R. J. de. Autopercepção da imagem corporal entre estudantes de nutrição: um estudo no município do Rio de Janeiro. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, v. 55, n. 2, 2006. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0047-20852006000200003&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0047-20852006000200003&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt)>.

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão - seguido de a influência do jornalismo e os jogos olímpicos (tradução de maria lúcia machado)**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. 16. ed. Rio de Janeiro: Bertand Brasil, 2012.

BRASIL. **Guia alimentar para a população brasileira**. 2. ed. Brasília: Editora MS, 2014.

BRUNO, F. Dietética: a Saúde a Mídia. In: **ECO-Publicação da Pós-Graduação em Comunicação e Cultura**. 5. ed. Rio de Janeiro: Imago, 1992. p. 69–82.

CAPELLA, A. **O processo de agenda-setting na reforma da administração pública (1995-2002)**. 2004. Universidade de São Carlos, 2004.

CARNEIRO, V. **A influência da mídia na obesidade de crianças e adolescentes**. 2007.

Universidade de Ribeirão Preto, 2007.

CARVALHO, M. Obesidade e Pobreza no Jornal Folha de São Paulo. In: Congresso Multidisciplinar de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, São Bernardo do Campo. **Anais...** São Bernardo do Campo: UNESCO, 2006. Disponível em: <[http://www.projedoradix.com.br/arq\\_artigo/IX\\_03.pdf](http://www.projedoradix.com.br/arq_artigo/IX_03.pdf)>. Acesso em: 3 maio. 2013.

CARVALHO, M. Comunicação, Medicina e Evolucionismo: Estudo de Caso dos Media Brasileiros. **Observatorio (OBS\*) Journal**, v. 7, p. 311–329, 2008. Disponível em: <<http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/121/225>>.

CASAZZA, K.; FONTAINE, K. R.; ASTRUP, A.; BIRCH, L. L.; BROWN, A. W.; BOHAN BROWN, M. M.; DURANT, N.; DUTTON, G.; FOSTER, E. M.; HEYMSFIELD, S. B.; MCIVER, K.; MEHTA, T.; MENACHEMI, N.; NEWBY, P. K.; PATE, R.; ROLLS, B. J.; SEN, B.; SMITH, D. L.; THOMAS, D. M.; ALLISON, D. B. Myths, Presumptions, and Facts about Obesity. **New England Journal of Medicine**, v. 368, n. 5, p. 446–454, 31 jan. 2013. Disponível em: <<http://www.nejm.org/doi/abs/10.1056/NEJMsa1208051>>.

CASINO, G. Epidemiología y periodismo: encuentros y desencuentros. **Quaderns de la Fundació Dr. Antoni Esteve**, 2015. Disponível em: <<http://www.raco.cat/index.php/QuadernsFDAE/article/viewFile/289643/377971>>. Acesso em: 18 out. 2015.

CASTELLS, M. **A galáxia da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CASTIEL, L.; VASCONCELLOS-SILVA, P. **Precariedades do excesso: informação e comunicação em saúde**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2006.

CAVALCANTE, C. C.; LERNER, K. Mídia e Saúde: do que tratam os artigos científicos que percorrem e relacionam os dois campos. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Manaus. **Anais...** Manaus: XXXVI Congresso de Ciências da Comunicação, 2013.

CNF. **Dieta Detox**. [s.l.: s.n.]. Disponível em: <<http://www.cfn.org.br/index.php/dieta-detox-nota-tecnica-do-cfn/>>.

CORI, G. D. C.; PETTY, M. L. B.; ALVARENGA, M. D. S. Atitudes de nutricionistas em relação

a indivíduos obesos &#8211; um estudo exploratório. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 20, p. 565–576, 2015. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-81232015000200565&lng=pt&nrm=iso&tlng=en](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232015000200565&lng=pt&nrm=iso&tlng=en)>.

DIAS, V. **Ditadura da beleza magra: as causas sociais da anorexia nervosa**. 2005. Universidade Federal de Minas Gerais, 2005.

FAUSTO NETO, A. **Comunicacao e midia impressa**. [s.l.] Hacker, 1999.

FAUSTO NETO, A. Contratos de leitura: entre regulações e deslocamentos. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Santos. **Anais...** Santos: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007a. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1528-2.pdf>>. Acesso em: 3 maio. 2013.

FAUSTO NETO, A. Contratos de Leitura: Entre Regulações e Deslocamentos. **Diálogos Possíveis**, v. 6, n. 2, p. 27, 2007b.

FAUSTO NETO, A. Enunciação, auto-referencialidade e incompletude. **Revista FAMECOS**, v. 1, n. 34, 2008.

FAUSTO NETO, A.; ROCHA, S.; ALLI, F.; BOZZETTO, L.; ISAIA, L. S.; VALLEJOS, M. (Re) Visitando os conceitos de contrato de leitura Uma proposta de entendimento dos pontos de vinculo entre emissor/receptor da sociedade dos meios para sociedade midiaticizada. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Novo Hamburgo. **Anais...** Novo Hamburgo: XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 2010.

FELIPPE, F. M. L. O peso social da obesidade. **Revista Virtual Textos & Contextos**, n. 2, p. 1–12, 2003.

FERRAZ, L. M. R. Entre remédios e hábitos saudáveis: análise da medicalização nos discursos de Veja e Época. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife-PE. **Anais...** Recife-PE: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2010/resumos/R21-0142-1.pdf>>.

FERRAZ, L. M. R. Por uma concepção de doença na imprensa: análise dos discursos de Veja. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-1355-1.pdf>>.

FERREIRA, C. M. **Avaliação nutricional de crianças em escolas públicas no município de São paulo - sp**. 2006. Universidade de São Paulo, 2006.

FERREIRA, C. M.; OLIVEIRA, V. de C. Nutrição e os sentidos produzidos em uma revista de circulação nacional: uma questão além da informação. **Revista Temática**, p. 1–18, 2013. Disponível em: <[http://www.insite.pro.br/2013/Agosto/sentidos\\_revista\\_informacao.pdf](http://www.insite.pro.br/2013/Agosto/sentidos_revista_informacao.pdf)>.

FERREIRA, C. N.; DINIZ, B. F.; CAVALCANTE, C. C. OBESIDADE, NARRATIVAS MUDIÁTICAS E MEMÓRIA. ESTUDO DE CASO: ANÁLISE DA REVISTA VEJA SOBRE MATÉRIA PUBLICADA NA EDITORIA DE SAÚDE. **OBESIDADE, NARRATIVAS MUDIÁTICAS E MEMÓRIA. ESTUDO DE CASO: ANÁLISE DA REVISTA VEJA SOBRE MATÉRIA PUBLICADA NA EDITORIA DE SAÚDE**, v. 38, n. Suplemento, p. 228, 2 maio 2013. Disponível em: <<http://www.revistanutrire.org.br/articles/view/id/525ef7465ce02a662a000004>>. Acesso em: 2 maio. 2014.

FIATES, G.; SALLES, R. Fatores de risco para o desenvolvimento de distúrbios alimentares: um estudo em universitárias. **Revista de Nutrição**, 2001. Disponível em: <<http://agris.fao.org/agris-search/search.do?recordID=XS2001W00401>>. Acesso em: 18 out. 2015.

FIGUEIREDO, S. de. **Medicalização da obesidade: a epidemia em notícia**. 2009. UNICAMP, 2009. Disponível em: <<http://cutter.unicamp.br/document/?did=40261>>. Acesso em: 3 maio. 2013.

FILHO, M. B.; RISSIN, A. A transição nutricional no Brasil: tendências regionais e temporais. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 19, p. S181–S191, 2003. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-311X2003000700019&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-311X2003000700019&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt)>. Acesso em: 18 fev. 2014.

FINUCANE, M. M.; STEVENS, G. A.; COWAN, M. J.; DANAEI, G.; LIN, J. K.; PACIOREK, C. J.; SINGH, G. M.; GUTIERREZ, H. R.; LU, Y.; BAHALIM, A. N.; FARZADFAR, F.; RILEY, L. M.; EZZATI, M. National, regional, and global trends in body-mass index since 1980: systematic analysis of health examination surveys and epidemiological studies with 960

country-years and 9.1 million participants. **Lancet**, v. 377, n. 9765, p. 557–67, 12 fev. 2011. Disponível em: <<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/21295846>>. Acesso em: 21 jan. 2014.

FIOCRUZ. **Observatório Saúde na Mídia**. Disponível em: <<http://www.icict.fiocruz.br/content/observatorio-saude-na-midia-0>>. Acesso em: 14 nov. 2013.

FISBERG, R.; SLATER, B. Inquéritos alimentares: métodos e bases científicas. ... **alimentares: métodos e ...**, 2005. Disponível em: <<http://bases.bireme.br/cgi-bin/wxislind.exe/iah/online/?IisScript=iah/iah.xis&src=google&base=LILACS&lang=p&nextAction=lnk&exprSearch=407033&indexSearch=ID>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

FISCHLER, C. Obeso benigno, obeso maligno. In: SANT'ANNA, D. B. (Ed.). **Políticas do Corpo**. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

FITZPATRICK, E.; EDMUNDS, L.; DENNISON, B. Positive effects of family dinner are undone by television viewing. **Journal of the American Dietetic ...**, 2007. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0002822307000156>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

FOLHA DE S.PAULO. Perfil dos Leitores. **Jornal Folha de S. Paulo**, 15 ago. 2012. Disponível em: <<http://www.publicidade.folha.com.br/web/consultarPerfilLeitor.jsp?p1=FSP&p2=x>>.

FOLHA DE S.PAULO. **Manual da redacao**. 14. ed. São Paulo: PUBLIFOLHA, 2013.

FOLHA DE S.PAULO. Maior jornal do Brasil, Folha é líder em diferentes plataformas. **Jornal Folha de S. Paulo**, 30 mar. 2014a. Disponível em: <<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. Folha mantém liderança de circulação no país, mostra IVC. **Jornal Folha de S. Paulo**, 29 jun. 2014b. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2014/06/1478097-folha-mantem-lideranca-de-circulacao-no-pais-mostra-ivc.shtml>>.

FORTUNA, D. B. S.; ARAÚJO, A. C. C. de; OLIVEIRA, V. C. A cobertura jornalística sobre a doença do ex-presidente Lula nas revistas semanais de informação. **Revista Temática**, v. 2, n. 1, 2012.

FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense, 1986.

FRANCISCHI, R. P. P. De; PEREIRA, L. O.; FREITAS, C. S.; KLOPFER, M.; SANTOS, R. C.; VIEIRA, P.; LANCHÁ JÚNIOR, A. H. Obesidade: atualização sobre sua etiologia, morbidade e tratamento. **Revista de Nutrição**, v. 13, n. 1, abr. 2000. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-52732000000100003&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-52732000000100003&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt)>. Acesso em: 18 fev. 2014.

GADINI, S. Grandes estruturas editoriais dos cadernos culturais. Principais características do jornalismo cultural nos diários brasileiros. **Fronteiras-estudos midiáticos**, v. VIII, p. 233–240, 2006. Disponível em: <<http://www.revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6138>>. Acesso em: 18 out. 2015.

GARCÍA, L. Análisis de los contenidos sociosanitarios en prensa local. **Rev Esp Com Sal**, 2011. Disponível em: <[http://www.aecs.es/2\\_1\\_4.pdf](http://www.aecs.es/2_1_4.pdf)>. Acesso em: 18 out. 2015.

GIACOMINI, S. M. O corpo como cultura e a cultura do corpo: uma explosão de significados. **Physis: Revista de Saúde Coletiva**, v. 14, n. 2, p. 406–416, jul. 2004. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-73312004000200014&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-73312004000200014&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt)>.

GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. 5. ed. São Paulo: UNESP, 1991.

GIGANTE, D. P.; BARROS, F. C.; POST, C. L. A.; OLINTO, M. T. A. Prevalência de obesidade em adultos e seus fatores de risco. **Revista de Saúde Pública**, v. 31, n. 3, jun. 1997. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-89101997000300004&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-89101997000300004&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt)>. Acesso em: 18 fev. 2014.

GOMES, I. M. Obesidade como metáfora contemporânea: uma “Cruzada Saudável” em nome do consumo e do risco. **Movimento**, v. 12, p. 45–71, 2006. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/Movimento/article/viewArticle/2909>>. Acesso em: 3 maio. 2013.

GOMES, I. M. de A. M. A busca da saúde e da beleza nas revistas *Corpo a Corpo*, *Boa Forma e Plástica & Beleza* – o ponto de vista da leitora. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Santos. **Anais...** Santos: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0622-1.pdf>>.

GRANDO, C. P. Os dispositivos que constituem o dispositivo. **Observatório da Imprensa**, p. 5, 11 set. 2012. Disponível em: <[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/\\_ed711\\_os\\_dispositivos\\_que\\_constituem\\_o\\_dispositivo](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed711_os_dispositivos_que_constituem_o_dispositivo)>.

GRUSZYNSKI, A. Jornal Impresso: produto editorial gráfico em transformação. **XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da ...**, 2010. Disponível em: <[http://www.researchgate.net/profile/Ana\\_Gruszynski/publication/261472649\\_Jornal\\_Impresso\\_produto\\_editorial\\_grfico\\_em\\_transformao/links/0c960534578ef6d20f000000.pdf](http://www.researchgate.net/profile/Ana_Gruszynski/publication/261472649_Jornal_Impresso_produto_editorial_grfico_em_transformao/links/0c960534578ef6d20f000000.pdf)>. Acesso em: 18 out. 2015.

HAMPL, J. S. Conflicts of Interest and Hyperbole: Nutrition in the Media. **Journalism & Mass Communication Educator**, v. 58, n. 4, p. 363–372, 1 dez. 2003. Disponível em: <<http://jmc.sagepub.com/lookup/doi/10.1177/107769580305800403>>. Acesso em: 18 fev. 2014.

INFOGLOBO. **INFOGLOBO**Rio de JaneiroJornal O Globo, , 2015. . Disponível em: <<https://www.infoglobo.com.br/anuncio/ProdutosDetalhe.aspx?IdProduto=91>>.

IVC. **Instituto Verificador de Comunicação**, 2014. . Disponível em: <<http://www.ivcbrasil.org.br/>>.

KAC, G.; VELÁSQUEZ-MELÉNDEZ, G. A transição nutricional e a epidemiologia da obesidade na América Latina. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 19, p. S4–S5, 2003. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-311X2003000700001&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-311X2003000700001&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt)>. Acesso em: 18 fev. 2014.

LERNER, K. Doença, Mídia e Subjetividade: algumas aproximações teóricas. In: **Saúde e Jornalismo - Interfaces contemporâneas**. 1. ed. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2015. p. 151–164.

LERNER, K.; SACRAMENTO, I. **Saúde e jornalismo: interfaces contemporâneas**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2014.



LEVY-COSTA, R. B.; SICHIERI, R.; PONTES, N. dos S.; MONTEIRO, C. A. Disponibilidade domiciliar de alimentos no Brasil: distribuição e evolução (1974-2003). **Revista de Saúde Pública**, v. 39, n. 4, p. 530–540, ago. 2005. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-89102005000400003&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-89102005000400003&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt)>. Acesso em: 18 fev. 2014.

LIMA, A. B. Considerações acerca da Polissemia de Sentidos em um Jornal Diário: um ensaio sobre a mídia impressa. **Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social**, n. 13, p. 185–199, 2008. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=53701311>>. Acesso em: 1 maio. 2014.

LONGO, E.; NAVARRO, E. Manual dietoterápico. **Manual dietoterápico**, 2002. Disponível em: <[https://scholar.google.com/scholar?q=%22Manual+dietotera%CC%81pico%22&hl=pt-BR&as\\_sdt=0,5#0](https://scholar.google.com/scholar?q=%22Manual+dietotera%CC%81pico%22&hl=pt-BR&as_sdt=0,5#0)>. Acesso em: 10 nov. 2015.

LUSTOSA, E. **O texto da notícia**. Brasília: UnB, 1996.

MALTERUD, K.; ULRIKSEN, K. “Norwegians fear fatness more than anything else”--a qualitative study of normative newspaper messages on obesity and health. **Patient education and counseling**, v. 81, n. 1, p. 47–52, out. 2010. Disponível em: <<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/19945812>>. Acesso em: 18 fev. 2014.

MAROS, A. F.; TEIXEIRA, T. G. Ciência para todos? Uma análise das colunas de divulgação científica no jornal popular Hora de Santa Catarina. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Curitiba. **Anais...** Curitiba: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2587-1.pdf>>.

MARTIN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**. 6. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

MARTINSON, B. C.; ANDERSON, M. S.; DE VRIES, R. Scientists behaving badly. **Nature**, v. 435, n. 7043, p. 737–738, 9 jun. 2005. Disponível em: <<http://www.nature.com/doi/10.1038/435737a>>. Acesso em: 21 out. 2015.

MEDRADO, B. Textos em cena: a mídia como prática discursiva. In: SPINK, M. (Ed.). **Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2000. p. 243–271.

MENDONÇA, C. P.; ANJOS, L. A. dos. Aspectos das práticas alimentares e da atividade física como determinantes do crescimento do sobrepeso/obesidade no Brasil. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 20, n. 3, jun. 2004. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-311X2004000300006&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-311X2004000300006&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt)>. Acesso em: 18 fev. 2014.

MINAYO, M. C. de S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 7. ed. São Paulo: Hucitec, 2000.

MIOTTO, A. C. A influência da mídia nos hábitos alimentares de crianças de baixa renda do Projeto Nutrir. **Rev. paul. pediatr.**, v. 24, n. 2, p. 115–120, 2006. Disponível em: <[http://www.spsp.org.br/site/ASP/Revista\\_Rpp\\_Sumarios.asp?Id\\_Rpp\\_Edicao=6](http://www.spsp.org.br/site/ASP/Revista_Rpp_Sumarios.asp?Id_Rpp_Edicao=6)>.

MONTEIRO, C. A.; CONDE, W. L.; POPKIN, B. M. Income-specific trends in obesity in Brazil: 1975-2003. **American journal of public health**, v. 97, n. 10, p. 1808–12, out. 2007. Disponível em: <<http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=1994168&tool=pmcentrez&rendertype=abstract>>. Acesso em: 18 fev. 2014.

MORIN, E. **A cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento**. 8. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

MOTTA, L. G.; COSTA, G. B.; LIMA, J. A. Notícia e construção de sentidos: análise da narrativa jornalística. **Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 27, n. 2, 2004. Disponível em: <<http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/1067>>. Acesso em: 18 out. 2015.

MOUILLAUD, M. **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Paralela, 1997.

MOUILLAUD, M. **O jornal: da forma ao sentido**. 2. ed. Brasília: Universidade de Brasília, 2002.

NOGUEIRA, R. Higiomania: a obsessão com a saúde na sociedade contemporânea. In: VASCONCELOS, E. M. (Ed.). **A Saúde nas Palavras e nos Gestos: Reflexões da Rede de Educação Popular e Saúde**. São Paulo: Hucitec, 2001.

O GLOBO. Globinho inicia fase 100% on-line e promove um concurso cultural. 6 jul. 2013a. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/rio/globinho-inicia-fase-100-on-line-promove-um-concurso-cultural-8938455>>.

O GLOBO. Perfil dos Leitores. **Jornal O Globo**, 14 dez. 2013b. Disponível em: <<https://www.infoglobo.com.br/Anuncie/ProdutosDetalhe.aspx?IdProduto=91>>.

OLIVEIRA, M. L. de. **Estimativa dos custos da obesidade para o sistema único de saúde do Brasil**. 2013a. Universidade de Brasília, 2013.

OLIVEIRA, V. C. As fabulações jornalísticas e a saúde. **No prelo**, 2012.

OLIVEIRA, V. C. Os sentidos da saúde nas mídias jornalísticas impressas. **RECIIS**, v. 6, n. 4, 28 fev. 2013b. Disponível em: <<http://www.reciis.cict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/731/1392>>. Acesso em: 18 fev. 2014.

PACHECO, C.; MAM, S. O. de. Análise nutricional de dietas publicadas em revistas não científicas destinadas ao público feminino. **NUTRIR GERAIS–Revista ...**, 2009. Disponível em: <[http://www.unilestemg.br/nutrirgerais/downloads/artigos/4\\_edicao/Artigo\\_ANALISE\\_NUTRACIONAL\\_DE\\_DIETAS.pdf](http://www.unilestemg.br/nutrirgerais/downloads/artigos/4_edicao/Artigo_ANALISE_NUTRACIONAL_DE_DIETAS.pdf)>. Acesso em: 10 nov. 2015.

PETERS, J. D. Witnessing. **Media, Culture & Society**, v. 23, n. 6, p. 707–723, 1 nov. 2001. Disponível em: <<http://mcs.sagepub.com/content/23/6/707.abstract>>. Acesso em: 1 maio. 2014.

PINTO, M. J. **Comunicação e discurso**. 2. ed. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

PINTO, M. J. Por uma semiologia dos discursos sociais. **Eco-Pós**, v. 12, n. 1, p. 102–110, 2009. Disponível em: <[http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php?journal=revista&page=article&op=view&path\[\]=257&path\[\]=253](http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php?journal=revista&page=article&op=view&path[]=257&path[]=253)>.

POF. **Pesquisa de orçamentos familiares 2008-2009: antropometria e estado nutricional de crianças, adolescentes e adultos no Brasil**Rio de Janeiro:IBGE, , 2010a. . Disponível em: <[http://www.ibge.com.br/home/estatistica/populacao/condicao-de-vida/pof/2008\\_2009\\_enca/default.shtm](http://www.ibge.com.br/home/estatistica/populacao/condicao-de-vida/pof/2008_2009_enca/default.shtm)>.

POF. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009: Despesas, Rendimentos e Condições de Vida**Rio de JaneiroIBGE, , 2010b. .

POULAIN, J. **Sociologias da alimentação: os comedores e o espaço social alimentar**. Florianópolis: UFSC, 2004.

REIS, C.; LOPES, A. C. M. **Dicionário da teoria narrativa**. São Paulo: Atica, 1998.

RESENDE, F. O jornalismo e suas narrativas: as brechas do discurso e as possibilidades do encontro. **Galáxia. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica**. ISSN 1982-2553, v. 9, n. 18, 7 fev. 2009. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/2629>>. Acesso em: 1 maio. 2014.

RIBEIRO, A. Mídia e o lugar da História. In: HERSCHMANN, M.; PEREIRA, C. A. M. (Ed.). **Mídia, memória e celebridades: estratégias narrativas em contexto de alta visibilidade**. Rio de Janeiro: Editora E-papers, 2003. p. 206.

RODRIGUES, A. Delimitação, natureza e funções do discurso midiático. In: MOUILLAUD, M.; PORTO, D. (Ed.). **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo 15, 1997. p. 217–233.

ROY, A. Estadísticas de salud, el reto de la buena información. **Rev Esp Comun Salud**, 2014. Disponível em: <[http://www.aecs.es/5\\_1\\_5.pdf](http://www.aecs.es/5_1_5.pdf)>. Acesso em: 18 out. 2015.

SÁ, A. F. de; ZAN, M. R. C. A. A imagem da mulher construída pelas revistas Claudia e Uma. **Comunicação e discursos especializados**, 2006.

SACRAMENTO, I.; CRUZ, C. da S. A patologização da obesidade: endereçamentos da moralidade corporal contemporânea em um programa de TV. In: **Saúde e Jornalismo: Interfaces Contemporâneas**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2014. p. 193–217.

SÁNCHEZ, C. C. Información sobre saúde sanitaria e médica nos medios de comunicación en España. Estado da cuestión nos diferentes medios: Prensa, radio, televisión, revistas e Internet **Comunicação e Sociedade**, 10 jan. 2013. . Disponível em: <<http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1355>>. Acesso em: 18 out. 2015.

SANTOS, A. M. dos. Obesidade infantil e mídia: as ofertas da televisão alimentando a doença. **Contexto - Comunicação & Saúde**, v. 1, n. 1, 2004. Disponível em: <<http://goo.gl/7V56B0>>.

SANTOS, K. M. O. dos; FILHO, A. de A. B. Fontes de informação sobre nutrição e saúde utilizadas por estudantes de uma universidade privada de São Paulo. **Revista de Nutrição**, v. 15, n. 2, p. 201–210, ago. 2002. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-52732002000200009&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-52732002000200009&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt)>. Acesso em: 3 maio. 2013.

SANTOS, M. Dos. O perfil de jornalistas na cobertura especializada em ciência. **Comunicação & Informação**, v. 15, n. 1, 8 fev. 2013. Disponível em: <<http://www.revistas.ufg.br/index.php/ci/article/view/22510>>.

SCHWITZER, G. 4. Is all published health care news actually newsworthy? **Quaderns de la Fundació Dr. Antoni Esteve**, 2013. Disponível em: <<http://www.raco.cat/index.php/QuadernsFDAE/article/view/278645/366391>>. Acesso em: 18 out. 2015.

SERRA, G. M. A.; SANTOS, E. M. dos. Saúde e mídia na construção da obesidade e do corpo perfeito. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 8, n. 3, p. 691–701, 2003. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-81232003000300004&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232003000300004&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt)>. Acesso em: 3 maio. 2013.

SGORLA, F. Discutindo o “processo de midiaticização”. **Mediação**, v. 9, n. 8, p. 1–10, 2009. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/index.php/mediacao/article/view/285>>. Acesso em: 6 maio. 2013.

SHILS, M. E.; OLSON, J. A.; SHIKE, M.; ROSS, A. C. **Tratado de nutrição moderna na saúde e na doença**. 9. ed. [s.l.] Manole, 2003.

SILVEIRA, S.; PESSONI, A. Obesidade como pauta nos suplementos jornalísticos infantis: presença subliminar ou ausência premeditada? **ComSaúde**, 2005. Disponível em: <<http://goo.gl/5DsdhX>>.

SILVERSTONE, R. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

SIQUEIRA, D. da C. O.; FARIA, A. A. de. Corpo, saúde e beleza: representações sociais nas revistas femininas. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 3, n. 9, p. 171–188, 2007. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/95/0>>.

SODRÉ, M. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.

SOUZA, E.; PINTO, I.; LIMA, M.; TARGINO, D. Parâmetros nutricionais de dietas de emagrecimento, disponíveis em revistas não científicas impressas. **Hig. aliment**, 2006. Disponível em: <<http://bases.bireme.br/cgi-bin/wxislind.exe/iah/online/?IscScript=iah/iah.xis&src=google&base=ADOLEC&lang=p&nextAction=lnk&exprSearch=435238&indexSearch=ID>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

SPINK, M. J. **Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano: aproximações teóricas e metodológicas**. São Paulo: Cortez, 1999.

SUDO, N.; LUZ, M. T. O gordo em pauta: representações do ser gordo em revistas semanais. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 12, n. 4, p. 1033–1040, ago. 2007. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-81232007000400024&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232007000400024&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt)>. Acesso em: 17 fev. 2014.

SWINBURN, B.; EGGER, G.; RAZA, F. Dissecting obesogenic environments: the development and application of a framework for identifying and prioritizing environmental interventions for obesity. **Preventive medicine**, v. 29, n. 6 Pt 1, p. 563–70, dez. 1999. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0091743599905856>>. Acesso em: 4 ago. 2015.

TEIXEIRA, R. A importância da mídia para a saúde da população. **Observatório da Imprensa**, 11 set. 2012. Disponível em: <[http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/\\_ed711\\_a\\_importancia\\_da\\_midia\\_para\\_a\\_saude\\_da\\_populacao/](http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/_ed711_a_importancia_da_midia_para_a_saude_da_populacao/)>.

TENORIO, A.; COBAYASHI, F. Obesidade infantil na percepção dos pais. **Rev. paul. pediatr**, 2011. Disponível em: <<http://bases.bireme.br/cgi-bin/wxislind.exe/iah/online/?IscScript=iah/iah.xis&src=google&base=LILACS&lang=p&nextAction=lnk&exprSearch=611736&indexSearch=ID>>. Acesso em: 12 dez. 2015.

TERRÓN, J. L. El tratamiento del VIH/sida en los periódicos españoles, investigar para propiciar nuevos relatos periodísticos. **Comunicação e Sociedade**, 2013. Disponível em: <<http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1354>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

TERRÓN, J. L. ¿Cómo son los contenidos sobre salud en los medios de comunicación española? In: Investigación , bienestar y salud, Madrid. **Anais...** Madrid: II Conferencia Internacional de Comunicación en Salud, 2015.

THOMPSON, D. Understanding financial conflicts of interest. **ula.ve**, v. 329, p. 573–576, 1993. Disponível em: <[http://www2.ula.ve/cdcht/dmddocuments/COI\\_1993\\_thompson.pdf](http://www2.ula.ve/cdcht/dmddocuments/COI_1993_thompson.pdf)>. Acesso em: 21 out. 2015.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 2. ed. São Paulo: Vozes, 1998.

TRINDADE, E. Um olhar exploratório sobre o consumo e a midiaticização das marcas de alimentos nas vidas de algumas famílias. **MATRIZES**, v. 6, n. 1-2, p. 77–96, 2012. Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/344>>.

VAZ, P. Um corpo um futuro. In: PACHECO, A.; COCCO, G.; VAZ, P. (Ed.). **O trabalho da multidão: império e resistências**. Rio de Janeiro: Gryphus, 1999.

VAZ, P. Mídia, moralidade e fatores de risco em saúde. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 25, n. 3, p. 2009, mar. 2009. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-311X2009000300001&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-311X2009000300001&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt)>. Acesso em: 17 fev. 2014.

VAZ, P.; CARDOSO, J. M. A epidemia da dengue como questão política: risco e sofrimento no Jornal Nacional em 2008. In: XX Encontro da Associação de Nacional de Pós-Graduação em Comunicação, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: Compós, 2011.

VAZ, P.; POMBO, M.; FANTINATO, M.; PECLY, G. O fator de risco na mídia. **Interface - Comunicação, Saúde, Educação**, v. 11, n. 21, p. 145–153, abr. 2007. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1414-32832007000100013&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-32832007000100013&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt)>. Acesso em: 17 fev. 2014.

VERON, E. As mídias na recepção: os desafios da complexidade. In: **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2004.

VIGITEL. **Vigitel Brasil 2011: 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, , 2012. .

VIGITEL. Estimativas de indicadores para 2014. In: SECRETARIA DE VIGILÂNCIA EM SAÚDE; DEPARTAMENTO DE VIGILÂNCIA DE DOENÇAS AGRAVOS NÃO TRANSMISSÍVEIS E PROMOÇÃO DA SAÚDE (Ed.). **Vigitel Brasil 2014 : vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico**. 1. ed. Brasília: Editora MS, 2015. p. 32–122.

WHO. **Obesity: preventing and managing the global epidemic**. Geneva: Technical Report Series, 2000.

WHO. **Who guide to identifying the economic consequences of disease and injury**. [s.l: s.n.]

WHO. **World health statistics 2012**. [s.l: s.n.]

WHO; FAO. **Diet, nutrition and the prevention of chronic diseases**. Geneva: Technical Report Series, 2003.

WOLF, M. **Teorias da comunicação de massa**. Lisboa: WMF Martins Fontes, 2008.

ZAPPATERRA, Y. **Art direction+ editorial design**. [s.l.] Abrams Studio, 2007.

ZELIZER, B. Why memory's work on journalism does not reflect journalism's work on memory. **Memory Studies**, v. 1, n. 1, p. 79–87, 1 jan. 2008. Disponível em: <<http://mss.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1750698007083891>>. Acesso em: 1 maio. 2014.



# APÊNDICES

## SUMÁRIO

APÊNDICE 1: EXPRESSÃO CIENTÍFICA CITADA COMO FONTE SOBRE O TEMA OBESIDADE EM AMBOS OS JORNAIS: FOLHA DE S. PAULO E O GLOBO, 2013. ....	192
APÊNDICE 2: DISCURSOS DA “EXPRESSÃO PESSOAS” PRESENTES NO JORNAL FOLHA DE S. PAULO. ....	195
APÊNDICE 3: DISCURSOS DA “EXPRESSÃO PESSOAS” PRESENTES NO JORNAL O GLOBO. RJ, 2013. ....	197
APÊNDICE 4: TEMÁTICA OBESIDADE INFANTIL ABORDADA NOS CADERNOS E SUPLEMENTOS DO JORNAL FOLHA DE S. PAULO. SP, 2013. ....	198
APÊNDICE 5: TEMÁTICA OBESIDADE INFANTIL ABORDADA NAS SECÇÕES E SUPLEMENTOS DO JORNAL O GLOBO. RJ, 2013. ....	200

## APÊNDICE 1: Expressão científica citada como fonte sobre o tema obesidade em ambos os jornais: Folha de S. Paulo e O Globo, 2013.

Credibilidade Expressão Científica	Folha de S. Paulo	O Globo
<b>Universidade/Faculdade Nacional</b>	Faculdade Medicina – Unicamp Faculdade Metropolitana Unida Universidade Salgado Filho Universidade de São Paulo Universidade Federal MG <u>Universidade Federal SP</u> Pontifícia Universidade Católica SP Faculdade de Medicina/USP Universidade Estadual Paulista Universidade Federal de Viçosa	Universidade Federal RJ Pontifícia Universidade Católica RJ Universidade Federal do Pará Universidade de Brasília <u>Universidade Federal SP</u> Universidade Estadual RJ Universidade Estácio de Sá Universidade Veiga Filho Faculdade de Medicina/USP Universidade Federal ES
<b>Universidade/Faculdade Internacional</b>	Universidade do Alabama Universidade Rockefeller Universidade Jiao Tong Universidade Toronto Universidade Cambridge Universidade Pensilvânia Universidade Red Copenhagen Universidade Michigan Universidade Texas Universidade Ottawa Universidade Novo México Universidade Chicago <u>Universidade NY</u> Universidade Harvard Universidade Oxford/Humam Reproduction Universidade Yale	Universidade Southampton Universidade Missouri Universidade Tennessee Universidade Oxford Kings College Londres Universidade de Notre Dame e Northwestern/EUA Universidade Cingapura <u>Universidade NY</u> Universidade Ohio Universidade Pittsburgh
<b>Periódico Nacional</b>	Revista Paulista de Pediatria	-----
<b>Periódico Internacional</b>	<u>New England Journal of Medicine</u> <u>Lancet</u> Public Health New England Journal Appetite Journal	<u>New England Journal of Medicine</u> Journal of the Academy of Nutrition and Dietetic Obesity <u>Lancet</u>

	<p>Archives of International Medicine  Science Translation Medicine  British Medical Journal  Journal of American Medical Association  Periódico da Sociedade Internacional de Ecologia Microbiana  Applied Ergonomics</p>	<p>Psychology of women Quartel  Journal of Medical Food  Journal of the American Medical Association  Nature Medicine</p>
<p><b>Sociedade,  Organização/Entidade  Nacional</b></p>	<p>Sociedade Brasileira de Cardiologia  Hospital das Clínicas  Instituto Alana  Instituto da Criança  Instituto de Metabolismo e Nutrição  Centro Brasileiro de Nutrição Funcional  <u>Sociedade Brasileira de Endocrinologia e Metabologia</u>  Hospital do Coração  <u>Instituto Nacional do Coração</u>  <u>Fundação Oswaldo Cruz</u>  Sociedade de Cirurgia Bariátrica  Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica  Conselho Regional de Medicina/SP  Laboratório em Metabologia  Academia Brasileira de Ciências  Instituto de Psiquiatria  <u>Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística</u>  Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor  Agência Nacional de Vigilância Sanitária</p>	<p>Conselho Regional de Educação Física  Associação Brasileira para o Estudo da Obesidade  <u>Sociedade Brasileira de Endocrinologia e Metabologia</u>  Sociedade de Ginecologia  Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística  <u>Instituto Nacional do Coração</u>  Sistema Único de Saúde  <u>Fundação Oswaldo Cruz</u>  <u>Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística</u>  Santa Casa de Misericórdia RJ  Sociedade Brasileira de Odontologia e Estética  Associação Brasileira de Nutrologia  Centro de distúrbios alimentares na infância  Instituto de Medicina Social da UERJ  Instituto do Sono SP  Sociedade Brasileira de Genética  Instituto Brasileiro de Mercado de Capitais  Associação Brasileira para o estudo da obesidade e da Síndrome Metabólica  Grupo de Obesidade e Transtorno Alimentares RJ  Instituto Estadual de Diabetes e Endocrinologia</p>
<p><b>Sociedade,  Organização/Entidade  Internacional</b></p>	<p>American Dietetic Association  <u>Organização Mundial de Saúde</u>  Centre Disease Control  Associação Médica Americana  Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica  Organização Pan Americana de Saúde  Food and Drug Administration</p>	<p>Fundo Mundial de Pesquisa ao Câncer  <u>Organização Mundial de Saúde</u>  Organização das Nações Unidas  Academia Americana de Dermatologia  Associação Internacional de Estudos da Obesidade  Associação Americana de Endocrinologia</p>

	European Medicines Agency	
--	---------------------------	--

\* Em negrito e sublinhado: Expressão Científica comum em ambos os Jornais.

## APÊNDICE 2: Discursos da “Expressão Pessoas” presentes no jornal Folha de S. Paulo.

Caderno/Suplemento	Título da Matéria	Expressão Pessoa
<p>Cotidiano 4 março 2013</p>	<p>Pais Adotam cartão pré-pago para vetar ‘porcarias’ no lanche escolar</p>	<p>“É duro fazer uma criança de nove anos entender que não pode comer certas coisas, que precisa fazer dieta”. (Dona de casa Alejandra Guerrero de Berio, mãe de duas meninas, Gabriella, 13, e Daniella, 9, que têm problemas de níveis de colesterol elevado)</p>
<p>Saúde + Ciência 27 março 2013</p>	<p>Sibutramina deve continuar no mercado, indica ANVISA</p>	<p>“Aí começou o ‘efeito sanfona’. Em menos de uma semana, estava com a ‘boca solta’ e engordei bastante. Você recupera o peso com facilidade com que perde”. (Advogada carioca Jade Dias, 25 anos, emagreceu rapidamente com a sibutramina, mas acabou caindo no ‘efeito sanfona’, engordando sempre que interrompia a medicação)</p>
<p>Equilíbrio 02 abril 2013</p>	<p>Dieta radical é tratamento agudo para doença crônica</p>	<p>“No começo foi difícil, mas não passei fome. Agora já acostumei aos exercícios e ao regime”. (Lenon, 19, estudante de veterinária que trancou a faculdade para emagrecer. Desde novembro já perdeu 50kg, a maior parte do tempo seguindo a dieta de 300 calorias)</p>
<p>Negócios e Carreiras 26 maio 2013</p>	<p>Americanos trabalham em esteira para manter a saúde</p>	<p>“Perdi 11kg apenas no primeiro mês, sem fazer dieta”. (Empreendedor que afirma que a prática mantém suas pernas, costas e pulmões mais fortes)</p>
<p>New York Times 27 maio 2013</p>	<p>Morar nos EUA prejudica a saúde de filhos de imigrantes</p>	<p>“Eu adoraria que minha mulher ficasse em casa cuidando de nossos filhos e garantindo que eles comessem bem, mas não é possível. Viver na terra dos livres custa dinheiro. Pai e mãe precisam trabalhar fora”. (comentou o encanador Camilo, 34, cujo avô emigrou do México)</p>
<p>Mercado 29 maio 2013</p>	<p>Menina de 9 anos questiona McDonald’s sobre obesidade</p>	<p>“Eu não acho justo que as grandes companhias induzam as crianças. Não é justo que tantas crianças da minha idade tenham doenças como diabetes e obesidade. Dan Thompson, o senhor não quer que as crianças sejam saudáveis?”</p> <p>“Eu e minha mãe fazemos vídeos na internet mostrando para as crianças que cozinhar comidas saudáveis pode ser divertido. Esses alimentos fazem as</p>

		crianças serem mais espertas e felizes, porque essa é a verdade”.
--	--	---

## APÊNDICE 3: Discursos da “Expressão pessoas” presentes no jornal O Globo. RJ, 2013.

Secção/Suplemento	Título da Matéria	Expressão Pessoa
Saúde 20 janeiro 2013	Doença da boa forma	“Tomei medicamentos com hormônios T3 e T4 associados a outros remédios, todos prescritos por um médico. Apesar de não provar a ligação direta, ano passado tive suspeita de hipertireoidismo e hoje tenho alguns nódulos na minha tireoide que preciso monitorar com exames”. (Advogada Renata Guerra que tomou remédios com base em hormônios tireoidianos para emagrecer, apesar de nunca ter tido então problemas com a glândula)
Rio 03 fevereiro 2013	Esforço para emagrecer requer apoio da família	“Foi um período de aprendizagem. Nossa alimentação era muito ruim. Com frequência, a gente comia batata frita, salsicha, pizza, pão de queijo. Refrigerante nunca faltava. Aqui, aprendemos a comer, a selecionar o que comprar no mercado. Levei essa nova forma de se alimentar para a nossa casa e o resultado foi que emagreci, de lá pra cá, 30 kg; minha filha mais velha 17kg , e meu marido 5kg. Hoje nossa alimentação é a base de verduras, legumes e peixe”. (Rosângela, mãe de Rafaela, 5, que participa do programa).
Esporte 05 abril 2013	Superação de um sedentário	“Tive um certo sucesso trabalhando na área de transportes, mas descuidei do corpo. Nunca fui de comer muito, mas tomava muito refrigerante e passava boa parte do dia sentado, dirigindo. Engordei muito, mas enquanto tinha dinheiro no bolso, isso não me preocupava. Depois, perdi uma boa grana, quase tudo. Com isso, os amigos e a namorada se foram também. Descobri que não tinha mais nada, apenas o meu corpo e ainda assim cuidava mal dele”. (lembra Ozeias, 37 anos)
Formou 06 maio 2013	Áreas vitaminadas da saúde no mercado	“A maioria dos pacientes está acima do peso. As pessoas hoje não têm tempo para comer e optam por alimentos de preparo rápido, mais calóricos”. (Gabriela Leme, 24, estudante de nutrição da Universidade Veiga de Almeida)
Jornal do Bairro 27 junho 2013	Ponto para bons hábitos	“A partir dali, decidi tentar o Vigilantes. Amigos já tinham relatado que a dieta havia funcionado para eles. Hoje, minha alimentação é completamente diferente, descobri até que eu adoro abobrinha!”. (Victória Ribecchi, 24, que chegou à unidade pesando 74kg e, em apenas 5 meses emagreceu 13kg e 600g)



## APÊNDICE 4: Temática obesidade infantil abordada nos cadernos e suplementos do jornal Folha de S. Paulo. SP, 2013.

Caderno/ Suplemento	Mês	Dia da Semana	Tema	Conteúdo Abordado
Saúde + Ciência	Janeiro	Quinta-feira	ONG pressiona governo contra <i>junk food</i>	Instituto Alana entrega 12,5 mil assinaturas contra a publicidade infantil a secretário estadual.
Saúde + Ciência	Janeiro	Terça-feira	Parecer recomenda veto a lei contra publicidade infantil	Texto relata a relação entre publicidade e marketing de alimentos e aumento de obesidade em crianças. Para isso a matéria endossa essa relação por meio de órgãos e entidades e estudos (OMS, SBC, IDEC, POF)
Saúde + Ciência	Janeiro	Quarta-feira	Governo mantém publicidade de <i>junk food</i>	Continuação da matéria do dia anterior sobre qual foi o veredicto final do governo em relação à publicidade infantil. Foi vetada pelo governo. Advogado da PUC-SP (fonte utilizada) concorda com a decisão do governo. Porém Entidades e Conselhos como OPAS e OMS pedem a sanção da lei
Suplemento Folhinha	Fevereiro	Sábado	O Peso dos Podritos	Relaciona o consumo de <i>fast food</i> , <i>junk food</i> , sedentarismo e publicidade infantil e aumento da obesidade infantil
Saúde + Ciência	Fevereiro	Segunda-feira	EUA estabelecem regras para alimentos vendidos em escola	Governo americano junto à iniciativa de Michele Obama estabelece regras/lei sobre venda de alimentos em escola com o objetivo de combater a obesidade infantil.
Ilustrada	Fevereiro	Segunda-Feira	Novela das 21h falará de obesidade infantil e autismo	Por meio de personagem, novela abordará o tema da obesidade infantil.
Saúde + Ciência	Fevereiro	Sábado	Plantão Médico: Lanche engorda adolescente	Hábitos alimentares de adolescentes versus aumento da incidência da obesidade.
Cotidiano	Março	Segunda-feira	Pais adotam cartão pré-pago para vetar 'porcarias' no lanche escolar	Utilização de cartões pré-pagos por pais para controlar custos e alimentos consumidos por adolescentes e

				crianças na merenda escolar.
Informe Publicitário	Março	Quarta-feira	Fast Food terá publicidade restrita	Ministério da saúde russo veta propaganda infantil para combater obesidade infantil.
Saúde + Ciência	Março	Domingo	Aviãozinho Interrompido	Má alimentação na infância (crianças super seletivas) e restrição do consumo de grupos de alimentos por crianças pode favorecer o desenvolvimento da obesidade na infância.
Saúde + Ciência	Abril	Domingo	Patrulha mirim	Estudo mostra que orientações sobre estilo de vida saudável transmitidas às crianças provocam mudanças de hábitos alimentares e estilo de vida dos pais.
Saúde + Ciência	Maio	Segunda-feira	Coca Cola anuncia que não fará anúncios para menores de 12 anos	Medida realizada pela indústria de alimentos com o objetivo de reduzir a obesidade mundial.
Mercado	Maio	Quarta-feira	Menina de 9 anos questiona Mc Donald's sobre obesidade	Menina questiona presidente da empresa sobre entrega de brindes junto ao <i>fast food</i> como forma de aumentar as vendas e contribuir com o aumento da obesidade infantil.
Opinião	Maio	Quarta-feira	Hambúrgueres de família	Colunista elabora matéria opinativa que crítica indireta à matéria sobre Mc Donald's.

APÊNDICE 5: Temática obesidade infantil abordada nas secções e suplementos do jornal O Globo. RJ, 2013.

Secção Suplemento	Mês	Dia da Semana	Tema	Conteúdo Abordado
Rio	Fevereiro	Domingo	Um SPA sob medida para a garotada	Ambulatório de endocrinologia e pediatria do IEDE ajudam a controlar o peso de crianças.
Rio	Fevereiro	Domingo	Esforço para emagrecer requer apoio da família	Mães acompanham filhos durante tratamento e também perdem peso.
Rio	Fevereiro	Quinta-feira	O limite das propagandas	Aborda as questões referentes a publicidade infantil e marketing e aumento de peso.
Opinião	Fevereiro	Sábado	Liberdade, liberdade	Colunista aborda questões referentes à matéria sobre publicidade infantil e suas proibições. Questiona a proibição como forma de controlar a obesidade infantil. Não concorda.
Ciência	Junho	Quinta-feira	Excesso de peso é a segunda causa evitável de morte	Problema é maior entre as crianças que não diferenciam publicidade de programas de TV.
Globinho	Junho	Sábado	Comida no Palco	A peça do gordinho aborda com humor os quilos a mais na infância e a busca por alimentos saudáveis.