Gac Sanit. 2026;40(S4):571

Gaceta Sanitaria

https://www.gacetasanitaria.org

765 - NARRATIVAS MEDIÁTICAS SOBRE A OBESIDADE EM PORTUGAL: UMA ANÁLISE 2024-2025

A.R. Costa Pinto, B. Valente, R. Mendes, J. Araújo, S. Soares

Unidade de Saúde Pública, Unidade Local de Saúde Trás-os-Montes e Alto Douro; EPIUnit ITR, Instituto de Saúde Pública da Universidade do Porto.

Resumen

Antecedentes/Objetivos: Analisar as narrativas mediáticas sobre obesidade nos quatro jornais portugueses de maior alcance.

Métodos: Análise de conteúdo dedutiva e categorial quantitativa de textos publicados entre janeiro de 2024 e dezembro de 2025, nas páginas online dos jornais Expresso, Público, Correio da Manhã e Jornal de Notícias. Utilizou-se uma plataforma de monitorização e análise de media, CISIONÒ, para seleção dos textos com as seguintes palavras-chave: “obesidade”, “excesso de peso”, “peso’’, “peso corporal”, “dieta” e “perda de peso”. Foram identificados 2.027 textos e excluídos 1.444 após análise de título e subtítulo e 260 do texto integral. Foram analisados 315 textos quanto ao enquadramento (autocontrolo; progresso médico; ambiental; educação; aceitação), tom discursivo (positivo; neutro; negativo) e imagem (estigmatizante; não estigmatizante). A análise de frequência de categorias lexicais incluiu linguagem estigmatizante (“gordo/a(s)”, “gordinho/a(s)”, “obeso/a(s)”); alarmista (“preocupante”, “assustador”, “alarmante, “epidemia”); “doença”; “cirurgia”; fármacos (“fármaco, “tratamento”) e estilo de vida ("dieta", "alimentação", "exercício físico", "atividade física", "desporto”).

Resultados: A obesidade foi mais frequentemente enquadrada como progresso médico (43,2%), seguida de ambiental (26,3%) e autocontrolo (19,0%), e menos como educação (8,6%) e aceitação (2,9%). Face a 2024, em 2025 verificou-se um aumento dos enquadramentos progresso médico (39.0 vs. 47.4%) e autocontrolo (17,6 vs.

0213-9111 © 2026 SESPAS. Publicado por Elsevier España, S.L.U. Todos los derechos reservados

20,5%), e uma diminuição do ambiental (31,4 vs. 21,2%). Predominou o tom neutro (62,9 vs. 71,8%) que aumentou 8,9 pontos percentuais no mesmo período. Das 274 imagens analisadas, 37,2% eram estigmatizantes. Nas categorias lexicais, diminuíram as palavras associadas a linguagem alarmista (3,4 vs. 2,5%), estigmatizante (7,6 vs. 8,6%) e sobre estilo de vida (51,0 vs. 46,3%), aumentando aquelas referentes a tratamento cirúrgico (6,1 vs. 7,6%) e farmacológico (8,0 vs. 10,7%). A categoria doença manteve-se estável (23,9% para 24,2%).

Conclusões/Recomendações: As narrativas mediáticas sobre obesidade privilegiaram o progresso médico, tom neutro e imagens não estigmatizantes, alinhando-se com a emergência de textos sobre novos fármacos. Nos restantes textos, a presença de imagens e linguagem estigmatizantes evidencia uma dissonância entre o conteúdo e a sua forma de transmissão, reforçando o papel dos media na perpetuação do estigma associado à obesidade. Assim, recomenda-se a capacitação de jornalistas e o desenvolvimento de orientações específicas de comunicação em saúde.

Financiamento: BRIDGE (COMPETE2030-FEDER-00912300-15441).

0213-9111 © 2026 SESPAS. Publicado por Elsevier España, S.L.U. Todos los derechos reservados