

ARTIGO

ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL NA IMPRENSA:

uso da metodologia de análise de conteúdo de Morin-Chartier em um jornal brasileiro



MARIELLA SILVA DE OLIVEIRA COSTA
Fundação Oswaldo Cruz, Brasília – Distrito Federal – Brasil
ORCID: 0000-0003-4853-3677

DEIVSON RAYNER TEIXEIRA DA COSTA
Universidade de Brasília, Brasília – Distrito Federal – Brasil
ORCID: 0000-0001-6260-0085

LISE RENAUD
Université du Québec à Montreal, Montreal – Québec – Canadá
ORCID: 0000-0002-6990-7626

ANA VALÉRIA MACHADO MENDONÇA
Universidade de Brasília, Brasília – Distrito Federal – Brasil

DOI: 10.25200/BJR.v16n1.2020.1104

Recebido em: 27/02/2018
Revisado em: 24/03/2018
Revisado em: 13/06/2018
Aceito em: 11/07/2018

RESUMO – A pesquisa avalia a aplicabilidade do método canadense de análise de conteúdo de Morin-Chartier em textos sobre saúde e alimentação, apresentados pelo jornal popular brasileiro *O Dia*, entre janeiro de 2014 e julho de 2015. A análise se baseia no registro das unidades da informação na imprensa que tratam sobre o tema alimentação, e avaliação de sua frequência em diferentes categorias com produção e uso de software específico. O método possibilitou que diferentes assuntos no mesmo texto fossem categorizados e classificados distintamente, minimizando falhas. Dos 341 textos jornalísticos coletados, extraiu-se 1.668 unidades da informação, observando enfoque em recomendações e efeitos dos alimentos, com maior presença dos in natura em detrimento dos ultraprocessados. A origem dos textos é nacional e as fontes, quando identificadas, são especializadas, em sua maioria. O engajamento dos textos é favorável à saúde.

Palavras-chave: Comunicação e saúde. Saúde na comunicação de massa. Jornalismo. Metodologia. Análise de conteúdo.

HEALTHY EATING IN THE PRESS: using Morin-Chartier's content analysis in a Brazilian newspaper

ABSTRACT – This paper evaluates if Morin-Chartier's content analysis, when adapted to Portuguese, can successfully be applied to texts on health and diet published in a Brazilian newspaper. This is a cross-section study. The texts were collected from the Brazilian newspaper *O Dia* between January 2014 and July 2015. Texts written on the subject of health and diet were analyzed, and specific software was used to evaluate how often they appeared in various categories. The method demonstrably categorizes and classifies different subjects within a single text, and thus helping to minimize any errors. A total of 1.668 information units were extracted from a collection of 341 journalistic texts. These information units focused on the effects foods have on the body and recommendations for which foods to consume. Most of these foods were in natura but there were some ultra-processed as well. The texts are taken from the Brazilian press, and the sources, when identified, are specialists on the subject. The texts are written with the intent to promote health.

Key words: Health and communication. Health in mass media. Journalism. Methodology. Content analysis.

ALIMENTACIÓN SALUDABLE EN LA PRENSA: el uso de la metodología de análisis de contenido de Morin-Chartier en un periódico brasileño

RESUMEN – La investigación adapta al portugués y evalúa la aplicabilidad de un método canadiense de análisis de contenido de Morin Chartier, en textos sobre salud y alimentación presentados por un periódico popular brasileño, *O Dia*, entre enero de 2014 y julio de 2015. La análisis es basada en el registro de las unidades de información que hablan del tema alimentación, e evaluación de su frecuencia de diferentes categorías con producción y uso de software específico. La metodología posibilita que diferentes temas en un mismo texto sean categorizados y clasificados distintamente, minimizando fallas. De los 341 artículos, se observó 1.668 unidades de la información, observando el foco en las recomendaciones y efectos de los alimentos, con más frecuencia de los alimentos naturales. La origen de los textos es brasileña, y las fuentes identificadas son en gran parte, especializadas; el engajamento de los textos es favorable a la salud.

Palabras clave: Comunicación y salud. Medios de comunicación. Periodismo. Metodología. Análisis de contenido.

1 Introdução

Os meios de comunicação podem determinar as decisões e os comportamentos dos indivíduos sobre saúde, já que, muitas vezes, são a sua principal fonte de informação (Seale, 2003; Renaud, 2010).

A imprensa pode ser estratégica na promoção da saúde, pois tem mais visibilidade, credibilidade e popularidade que outras esferas sociais, como a escola, a indústria, as ONGs e o governo. A comunicação sobre a saúde não só informa, mas também sensibiliza, levando em consideração diferentes realidades de pessoas, comunidades e organizações (Caron-Bouchard & Renaud, 2010).

Ela possibilita que uma norma aceita coletivamente passe à rejeição coletiva, a partir de argumentos midiáticos que priorizem a saúde pública em detrimento de aspectos sociais e econômicos, bem como na construção de políticas públicas (Lagacé & Renaud, 2010; Desrochers & Renaud, 2010; Renaud, 2007).

Cabe, portanto, uma avaliação constante do que a imprensa publica sobre saúde e, para isso, uma das propostas metodológicas utilizadas é a análise de conteúdo. Esse tipo de estudo foi se tornando mais popular na comunidade científica a partir de 1985, pela necessidade de se entender como as mensagens na imprensa podem ajudar a saúde pública e auxiliar na compreensão de como as pessoas entendem a saúde e a doença (Manganello & Blake, 2010).

Uma das metodologias mais utilizadas é a desenvolvida por Laurence Bardin (2011), que considera a classificação de um texto conforme a frequência de itens distribuídos em categorias de análise. A partir da sistematização e descrição das categorias, são realizadas inferências sobre a produção de determinados conteúdos. Outra abordagem bastante utilizada é a de Krippendorff (1980). Ela sugere ao analista que determine os objetos de estudo, sua definição, universo, contexto delimitações e alvo das inferências.

A análise de conteúdo de Morin-Chartier (Leray, 2008), desenvolvida no Canadá e utilizada neste estudo, também se baseia na frequência em diferentes categorias. Os textos são organizados em unidades da informação (UI), porém, não só pela classificação temática de um texto, mas a partir de cada momento em que, no texto, se fala do tema de pesquisa. Seu principal diferencial está no cálculo sobre o engajamento dos textos sobre o tema, ou seja, por meio dela, é possível calcular se a abordagem apresentada no texto é favorável, desfavorável ou neutra em relação ao objeto de pesquisa. Apesar de disseminada no Canadá, não foi encontrada pesquisa que aplicasse esse método de análise em amostra brasileira.

Uma vez que não foi encontrada, no Brasil, publicação que se referisse à análise de conteúdo de Morin-Chartier, o artigo apresenta o método e sua aplicação em uma amostra de textos de jornal brasileiro. Além da relevância do tema e escassez de trabalhos na literatura nacional, é importante destacar a possibilidade de difundir uma metodologia que pode ser aliada às metodologias consolidadas no Brasil para que tanto os jornalistas, como os profissionais da saúde e pesquisadores possam dele se apropriar e fazer uso. O objetivo deste estudo é, portanto, apresentar o método de Morin-

Chartier e sua aplicabilidade em textos sobre saúde e alimentação, em um jornal brasileiro. Afinal, quais as potencialidades de se utilizar essa metodologia para analisar informações de saúde na imprensa?

2 Framing, enquadramento e valores-notícia

A teoria do enquadramento surge inicialmente dos estudos de psicologia e sociologia de Erving Goffman (1974), e auxilia no entendimento da produção de sentidos sociais realizada pela mídia. O enquadramento é uma interpretação construída pela imprensa e que possibilita a produção de sentido sobre o que acontece, pois os jornalistas selecionam aspectos da realidade para apresentar no texto com base em um determinado olhar. Esse ângulo da notícia destaca determinados elementos em detrimento de outros, seja por meio do uso de certas fontes e não outras, ou dando visibilidade a um tema e invisibilizando outro (Porto, 2004). É uma forma de construir o discurso noticioso ou uma característica do discurso em si (Pan & Kosicki, 1993).

Para aparecer como pauta na imprensa, o fato deve corresponder a um conjunto de valores-notícia, que auxiliam os profissionais de comunicação a avaliar o potencial de algo ganhar as páginas do jornal, apresentando sobre o que o público deve pensar ou debater. Esses valores já foram descritos em categorias que englobam a importância e interesse de um fato ou dos indivíduos envolvidos, a proximidade, acesso ao acontecimento e sua capacidade de entretenimento, o tempo de veiculação, a exclusividade da informação, entre outros (Hohlfeldt, 2015).

A mídia, por meio dos valores-notícia, decide sobre o que o público deve pensar ou debater. Então, nem sempre o que o jornalismo apresenta coincide com aquilo que as pessoas precisam saber sobre sua saúde. Os valores-notícia em geral não têm consonância com as necessidades de informação sobre saúde da população, em especial dos mais pobres (Epstein, 2008). A cobertura sobre temas relacionados à nutrição é feita pelo enquadramento do estilo de vida, com grande responsabilização do indivíduo sem considerar questões sociais, econômicas, ou impulsionadores políticos da mudança de dieta (Wells, 2017). Quando as notícias trazem de maneira concreta recomendações sobre comportamento saudável, há maior chance de as pessoas adotarem-no (Chang, 2016).

Diante desse protagonismo da imprensa enquanto principal fonte de informações em saúde para a população, é fundamental

considerar esses aspectos que influenciam na produção das informações e em como são apresentadas às pessoas pelos jornalistas. Para se pensar em como é realizada a cobertura sobre os temas de saúde, porém, é preciso considerar os pressupostos e lógicas dessa cultura da mídia, que não são um fenômeno auxiliar na sociedade, mas referência para a sociedade (Fausto-Neto, 2008).

A revisão sistemática de 441 artigos em 182 periódicos científicos que analisam o conteúdo sobre a saúde nos meios de comunicação ao longo de 20 anos (1985 a 2005) mostrou que a alimentação está entre os objetos de pesquisa mais frequentes (Manganello & Blake, 2010). Porém, muitas vezes as informações jornalísticas mais confundem que informam.

No Canadá, há muitas pesquisas sobre alimentação e seus riscos à saúde. O conteúdo científico aparece como menos importante que outras fontes, com predomínio de notícias negativas sobre alimentação. Na *TV Radio Canada*, quase metade do conteúdo cita a fonte, porém só 22% são científicas; nos textos da *La Presse*, apenas 23% têm embasamento científico (Maisonneuve, 2010). Quando se analisou textos sobre saúde em impresso canadense, observou-se média de mais de três textos a cada mês, com conteúdo denso e tendência favorável à alimentação saudável (Chartier & Leray, 2005).

Na Espanha, a análise de cinco anos da cobertura dos principais impressos do país e da versão eletrônica do *New York Times* mostrou que a alimentação foi o quarto tema com maior número de textos no período (Revuelta et al., 2004; Revuelta, 2012). Em 2015, os impressos espanhóis trouxeram mais de 20 mil informações de saúde, e mais da metade delas, com temas de interesse alimentar (Aranceta, 2016).

No Brasil, já se analisou como a alimentação saudável tem sua amplitude reduzida pela mídia, muito baseada só no aspecto biomédico, algo reduzido apenas ao aspecto nutricional da comida, sem compreender como este alimento está relacionado à cultura e à vida, ignorando componentes econômicos, sociais, políticos e culturais que permeiam a relação saúde-alimentação (Villagelim, 2012).

3 Métodos

Esta pesquisa descritiva e exploratória (Sampieri et al., 2006) visa testar a metodologia canadense de análise de conteúdo. A amostra documental é composta por textos jornalísticos apresentados pelo jornal brasileiro editado no estado do Rio de Janeiro, chamado *O Dia*,

publicados em 18 meses consecutivos (janeiro de 2014 a junho de 2015) na editoria de Saúde, com a temática da alimentação. O jornal *O Dia*, com linguagem mais popular, foi selecionado pois possuía coluna específica sobre saúde, e equipe específica para cobrir os temas de saúde. O jornal possui público leitor em sua maioria classe B (58%) e C (33%), com faixa etária predominantemente entre 15 e 29 anos (64%), sendo 56% mulheres e penetração de apenas 9% nas áreas com população de alta renda (*O Dia*, 2015). O jornal apresenta edição online idêntica ao impresso, com média de cinco milhões de visitantes únicos e 50 milhões de páginas vistas. Com edições regionais, o jornal já foi considerado o maior em vendas em banca do país.

À época da pesquisa, *O Dia* era o 24º jornal brasileiro em tiragem, com 34,766 exemplares diários em média, segundo dados do Instituto Verificador de Circulação. Cabe ressaltar que a classe C passa a ler mais jornal não só pela ascensão, mas pelo preço dos jornais populares. Para se ter uma ideia, enquanto o principal jornal brasileiro, a *Folha de S. Paulo*, custava 4 reais, o jornal *O Dia* custava menos da metade do preço: R\$ 1,50. De 2002 a 2008, os leitores classe C tiveram crescimento 25% acima da média nacional (18%). Os jornais populares são um canal direto com o novo consumidor de informações e buscam a credibilidade, a linguagem simples, ser didáticos e prestar serviço. Eles compreendem os valores-notícia como prestação de serviços e cidadania (Novo, 2012). Os veículos perceberam que “servir o cidadão passa a ser mais do que uma função social, torna-se também uma atividade lucrativa” (Amaral, 2006, p. 37). Se a notícia tem valor, deve-se adequar a linguagem editorial a essas classes. “Jornalismo popular tem os mesmos fundamentos dos jornais de referência, mas linguagem mais simples e didática (...) privilegia a cobertura de esporte, polícia, lazer (fofocas) e serviço, temas que o diferenciam dos jornais de referência”. Sabe-se que a imprensa local pode ser usada para sensibilizar as pessoas para programas de promoção da saúde (Nothwehr, 2014).

Os textos foram coletados primeiramente no Observatório Saúde na Mídia, projeto brasileiro desenvolvido na Fundação Oswaldo Cruz que monitora e identifica como a mídia constrói os sentidos sobre a saúde. Posteriormente, foram coletados diretamente no acervo online do jornal. Foram extraídas manualmente, após leitura flutuante de cada edição completa do jornal, todas as informações de todas as páginas correspondentes à editoria Saúde e que faziam referência ao tema alimentação.

Para a coleta de dados, foi criado formulário de análise de conteúdo (Leray, 2008) contendo variáveis para descrever que assuntos relacionados à alimentação são mencionados, a origem das informações e qual o posicionamento nos textos, se favorável, desfavorável ou neutro em relação à saúde, conforme o Guia Alimentar da População Brasileira, entre outras variáveis.

A metodologia canadense, desenvolvida pelas pesquisadoras Lise Chartier e Violette Morin, na década de 1980, é considerada quali-quantitativa, pois organiza os textos em Unidades da Informação (UI) cuja frequência é contabilizada e seu engajamento é avaliado conforme uma pergunta-chave para a amostra de textos. Cada UI representa uma ideia ou assunto a ser avaliado pelo codificador e pode ser formada por uma palavra, uma frase ou vários parágrafos. Em média, cada texto possui 6,2 unidades de informação, avaliadas uma a uma, segundo diferentes critérios listados conforme o objeto de pesquisa e seus objetivos. O objeto precisa ser específico o bastante para delimitar com precisão o foco da análise e minimizar os possíveis vieses, desde a seleção das unidades da informação.

Selecionada a amostra, durante a leitura de cada texto e verificação das UI, a cada momento em que se tratou de um tema, subtema ou quaisquer outras categorias que compõem o formulário de análise de conteúdo criado, foi delimitada uma nova UI. Essa unidade termina quando algum dos elementos a serem codificados se altera, criando-se uma nova unidade de informação para análise. A vantagem do método com várias UI no mesmo texto em relação à análise que envolve o texto completo, como a de Bardin (2011), é que vários assuntos são tratados de diferentes maneiras e podem ser classificados e categorizados individualmente.

A análise de Morin-Chartier se baseia nos resultados de frequência das variáveis e seu peso-tendência, considerando o engajamento de cada UI sobre o tema alimentação e saúde. Neste estudo, o engajamento foi analisado a partir da seguinte pergunta: o que está dito sobre saúde nesta unidade da informação é favorável, desfavorável ou neutro? Considerou-se favorável a informação sobre alimentação que seja apresentada segundo o Guia Alimentar da População Brasileira (Brasil, 2014), desfavorável, a informação contrária ao que está descrito no guia, e neutra, quando o tema não é explorado no guia, ou sem elementos qualificadores.

O formulário de análise de conteúdo foi criado no Google Form e depois os dados transportados para a aplicação q-Health,

desenvolvida especificamente para este fim para dinamizar a coleta e a visualização de dados na plataforma Bluemix, conectada à inteligência artificial IBM Watson (IBM, 2017). O q-Health organiza e otimiza a coleta de dados, minimizando equívocos nessa fase e possibilitando o trabalho de diferentes pesquisadores em um mesmo projeto, além de trabalhos simultâneos. Nessa ferramenta, adaptou-se a metodologia canadense em dois momentos diferentes. Em um primeiro momento, a coleta referiu-se apenas às informações gerais do texto jornalístico que se repetem em todas as unidades da informação, como título, data, jornal, página, tipo de imagem, gênero jornalístico do texto e autor.

Em segunda etapa da coleta, selecionou-se cada unidade da informação, analisada segundo diferentes categorias. No q-Health, ao selecionar a unidade da informação, uma nova caixa de diálogo se abre, possibilitando ao pesquisador fixar atenção específica às informações daquela unidade da informação. A categoria Tema referia-se aos assuntos principais tratados na unidade da informação e organizados em subtemas específicos, que delimitam e especificam o tema e auxiliam a análise. Além do tema e subtema, as unidades da informação foram categorizadas conforme tipo de fontes consultadas pelo jornalista, tipos de alimentos de acordo com o Guia Alimentar da População Brasileira e engajamento.

Com base nos resultados da categoria Engajamento, trabalhou-se com os índices de parcialidade e tendência (peso-tendência). A parcialidade baseia-se na classificação das unidades em favoráveis, desfavoráveis ou neutras, e refere-se à soma das unidades da informação que não foram classificadas como neutras, em relação ao total dos textos, e revela a neutralidade (ou não) dos textos em relação ao objeto de pesquisa. Uma taxa de parcialidade de 30% indica que 70% do conteúdo não tomou partido nem positiva nem negativamente sobre determinado tema, portanto neutro. No Canadá, em média as análises constataam 40% de parcialidade; se o coeficiente é abaixo de 30%, pode-se dizer que é um tema que não provoca tanto debate social. Pode-se verificar se determinadas fontes são mais ou menos parciais nos discursos relatados pelos textos, sobre determinado tema, por exemplo: $\frac{[soma\ UI+] + [soma\ UI-]}{UI\ total} \times 100$. A tendência determina em nível particular o peso de cada categoria em relação a todo o conteúdo (peso-tendência). O peso-tendência é medido pela diminuição entre o total das unidades favoráveis, referentes

àquele assunto e o total dos desfavoráveis, dividido pela soma dos positivos e negativos. Da mesma forma se multiplica por 100. Ele especifica a influência que cada categoria tem se comparada a todo o conteúdo.

O pré-teste do instrumento foi realizado em Montreal, a partir de planilha inicial baseada na análise de conteúdo de Laurence Bardin até se chegar a uma quarta versão do instrumento, pelo método de Morin-Chartier. Para uniformizar a codificação, foram analisados cinco textos, envolvendo a pesquisadora principal e duas pesquisadoras da Université du Québec à Montréal. O mesmo processo ocorreu no Brasil, envolvendo a pesquisadora principal e três bolsistas de iniciação científica testando a primeira e a última versão construída em Montreal. As incertezas foram discutidas coletivamente, ao longo da coleta, e determinadas particularidades encontradas nas unidades da informação foram anotadas para subsidiar a análise, e também para que se adotasse um mesmo padrão. O método de Morin-Chartier assume que, caso haja alguma imprecisão na análise, ela não é marcante na amostra já que cada texto é composto de dezenas de unidades da informação, coletadas individualmente, mas analisadas conjuntamente, e não uma a uma. Para garantir a harmonia do trabalho, foram feitas reuniões periódicas com a equipe de pesquisadores responsável por analisar todos os textos, e conferidas amostras aleatórias, para correção de rumos.

4 Resultados

O objetivo deste artigo foi apresentar a utilização de metodologia canadense de análise de conteúdo em amostra de textos da imprensa brasileira. A produção e uso do *software* q-Health possibilitou que os dados fossem organizados em duas camadas, na primeira tela, com informações referentes a todo o texto jornalístico, e após esta primeira classificação, procedeu-se à análise de cada unidade da informação e suas diferentes variáveis.

Figura 1 – Exemplo de inserção de dados do texto jornalístico.

Doutoranda Mariella "Pílula de tomate" previne as doenças do coração

Título: "Pílula de tomate" previne as doenças do coração
 SubTítulo: Remédio melhora a circulação sanguínea e evita d...
 Legenda: Além do licopeno, o tomate tem vitamina C e antioxidantes
 Publicação: 11 junho 2014
 ID: 4168f0e9-a452-4099-bcfd-786a221e2af

FieldTerminology : (2) placebo 0.643506
 HealthCondition : (1) males cardi 0.605899
 HealthCondition : (1) doenças ca 0.605047

Alterar

Publicação	11/06/2014	Data da Inserção	19/12/2016	Quem inseriu	Rianna Moraes
Fonte	Jornal - O Dia	Número Página	19	Editoria	Saúde
Genero	Reportagem	Autor		Genero Autor	Não se aplica

Elementos Visuais - Foto
 Elementos Visuais - Ilustração
 Elementos Visuais - Gráficos

Fonte: q-Health (2017).

Após a coleta de dados, foram localizados 439 conteúdos sobre alimentação na editoria de Saúde. Destes, foram excluídos 70, classificados como publicidade. Também foram excluídos os que falavam de alimentos mas para fins não alimentares. Ao todo, a amostra conteve 341 textos, sendo 110 notas, 29 notícias, 141 reportagens, 50 cartas de leitor e 11 testes analisados. Foram identificadas 1.668 UI com conteúdo específico sobre alimentação. A maior parte no gênero informativo, sendo notas (10%) e notícias (9%) e a maioria identificadas em reportagens (73%). Os temas encontrados nas UI foram classificados, principalmente, como Efeitos (45%), seguidos de Recomendações (26%). Na descrição desses efeitos dos alimentos, mais da metade das UI enfocam as consequências da alimentação no corpo e metabolismo (66%), seguida da prevenção de doenças (14%). Em boa parte da amostra o efeito aparece logo no título do texto: “vitamina-efeito contra Alzheimer”; “carne assada: dano ao cérebro”; “tomate contra infertilidade”. Os efeitos dos alimentos teriam valor-notícia, com maior potencial e interesse humano, pois esta informação direciona a tomada de decisão das pessoas sobre o consumo, e seu comportamento é formulado a partir das informações que aparecem na imprensa (Seale, 2003), logo ocupariam mais espaço no jornal.

No que se refere ao segundo tema mais frequente nas UI analisadas, as Recomendações, metade delas traz o uso dos alimentos *in natura* (50%), seguido do uso mínimo de óleos, gorduras, sal e açúcar (9%) e a necessidade de se evitar os ultraprocessados (9%). Houve, portanto, aproximação entre o Guia Alimentar e o conteúdo

dos textos jornalísticos. A imprensa pode informar o que se espera de um comportamento em saúde assim como qual conduta é reprovada (Renaud, 2007). Falar sobre saúde é um bom negócio, pois as pessoas querem saber como conservar sua saúde e há espaço para a prevenção e promoção da saúde (Oliveira, 2014).

Os alimentos mais frequentes na amostra foram os *in natura* (presentes em 714 UI) e alimentos em geral (408 UI), enquanto ultraprocessados aparecem em apenas 154 UI.

Quando o jornal dá mais espaço para os alimentos *in natura*, sugere o consumo na tomada de decisão das pessoas, além de dar mais espaços de fala sobre eles. Sabe-se da importância do consumo de menos alimentos ultraprocessados (Louzada, 2015) e se estes estão em menor proporção na editoria de saúde, em comparação com os alimentos *in natura*, pode-se considerar que, nesse aspecto, o jornal em alguma medida promove a saúde. Sobre as fontes dos textos, a maior parte das unidades foi classificada como fonte não identificada (53%). Quando possível a identificação, os profissionais da saúde ocuparam 27% das unidades, a ciência, 11%, governo, 5%, mídia e setor privado, menos de 1%. A população apareceu em apenas 2% dos textos.

Se considerarmos apenas as unidades com fonte identificada, percebe-se o predomínio dos profissionais da saúde e a ciência como fonte de informação e a pouca expressão da população nos textos. Há que se levar em conta a força do saber especializado e do discurso científico que legitima as informações em saúde. Os profissionais de saúde, especialistas, as revistas científicas e instituições de pesquisa têm autoridade sobre temas científicos (Tabakman, 2013).

Porém, quando a população aparece, sua voz está ligada mais frequentemente à mudança de alimentação para fins estéticos, como no trecho de reportagem: “Agora, meus filhos me desenham com uma aparência linda e magra. Eu não sou mais uma mamãe gordinha”. O achado é confirmado em estudo recente que apresenta informações sobre alimentação com linguagem que reflete interesses inter-relacionados da ciência, das indústrias médico-farmacêuticas e de alimentação e nutrição, e dos profissionais de saúde enquanto as pessoas comuns aparecem em menor grau, apresentando-se como exemplos a não serem seguidos (Oliveira-Costa et al., 2016). O enquadramento, ao mesmo tempo em que dá credibilidade às informações, pode distanciar a população do reconhecimento de seu papel na produção de sua própria saúde, uma vez que desconsidera e invisibiliza o saber popular.

A origem da informação tem predomínio internacional (39%) apenas quando se tratam de notas, e a região sudeste predomina nas cartas de leitor (81%), respeitando o valor-notícia de proximidade da informação e apuração.

O ponto alto do método de Morin-Chartier está na precisão de análise do engajamento, que nos permite inferir se as informações apresentadas pelo jornalista são favoráveis a um determinado tópico ou não. Para cada estudo a ser feito, é fundamental que a pergunta sobre o engajamento seja focada em um, e apenas um objeto de pesquisa, e que se tenha uma referência clara para definir critérios desse engajamento. Em nosso caso, a pergunta “O que está dito nesta unidade da informação é favorável, desfavorável ou neutro em relação à saúde?” torna a análise mais objetiva, pois minimiza o risco de dúvidas por parte do analista. Se a unidade da informação contradiz o documento de referência, será sempre classificada como desfavorável. Analisando o engajamento na amostra, observou-se que 53% delas trouxeram tom favorável à alimentação, 24%, tom desfavorável e 23%, neutro. Os dados trazem uma parcialidade de 77%, o que significa que o tema alimentação provoca debate social e relatos parciais (favoráveis ou desfavoráveis), com pouca neutralidade. No Canadá, em média, as análises constataam 40% de parcialidade. Em todos os temas houve abordagem mais favorável à alimentação, exceto no tema comportamentos e atitudes, com valor negativo (-3), revelando maior quantidade de UI classificadas como desfavoráveis à saúde, se comparados às favoráveis, conforme a tabela. O índice de peso-tendência especifica a influência que cada categoria tem se comparada a todo o conteúdo, portanto, apesar do valor negativo, a categoria teve pouca influência na avaliação total da amostra.

Tabela 1 – Frequência e peso-tendência dos temas encontrados na amostra, conforme engajamento.

Tema	Engajamento			Total geral	Frequência (%)	Peso-tendência
	Positivo	Negativo	Neutro			
Recomendações	322	41	63	426	26	21,8
Efeitos	391	193	169	753	45	15,4
Patrimônio alimentar	43	10	27	80	5	2,5
Comportamentos e atitudes	68	107	72	247	15	-3
Segurança alimentar e nutricional	56	40	40	136	8	1,2
Política e governo	3	1	4	8	< 1	0,1
Economia	1	2	1	4	<1	-0,07
Outros	5	2	7	14	< 1	0,2
Total geral	889	396	383	1668	100	38,3

Fonte: autoria própria (2017).

Infere-se, portanto, que o jornalismo pode ter papel relevante na promoção da saúde, que por sua vez possui temas prioritários e uma agenda específica. A imprensa pode negligenciar a saúde ao priorizar temas banais e não informações relevantes para a saúde da população, trabalhando apenas com os valores-notícia, que deixam de lado aspectos epidemiológicos, vulnerabilidade social, aspectos individuais e coletivos, contextuais e ambientais (Cavaca & Vasconcellos-Silva, 2015).

É necessária uma agenda midiática mínima para a saúde, que leve em conta custos, recursos, perfis de morbidade e mortalidade locais, condições demográficas e como subsídios para as pautas, com base no modelo de saúde definida como ausência de doenças. O espaço que a mídia dedica à saúde não deve ser preenchido apenas pelo valor-notícia (Epstein, 2015).

5 Considerações finais

Este artigo testou em amostra brasileira a metodologia canadense de análise de conteúdo da imprensa. Observou-se que os conteúdos sobre alimentação são predominantemente referentes a efeitos dos alimentos e recomendações, com presença dos *in natura* em detrimento dos ultraprocessados. A origem dos textos é nacional e as fontes, quando identificadas, são especializadas, em sua maioria. O engajamento dos textos é favorável à saúde.

O *software* q-Health, desenvolvido para coleta de dados conforme metodologia canadense, foi integrado ao serviço IBM Watson Alchemy API Language para extração automática de entidades (como nomes de pessoas e instituições, informações de saúde e doença, análise de sentimento, conceitos, palavras-chave, entre outras funções) classificadas automaticamente segundo modelos estatísticos, para além da classificação manual do pesquisador.

Neste estudo, não se aprofundou na análise dessas entidades, mas ressalta-se o potencial do instrumento para estudos futuros. Como limitações da pesquisa, consideramos o fato de não ter encontrado base de comparação do estudo com unidades de informação com avaliação da imprensa brasileira, baseando então a análise de peso-tendência nos parâmetros canadenses. Outro ponto a ser considerado é a delimitação da unidade da informação. Para estudos futuros, sugere-se trabalhar com menor quantidade de variáveis e, para o caso de análise das fontes jornalísticas, considerar a fonte em todas as unidades correspondentes àquele depoimento, não somente no que está escrito mais próximo a ela. Dada a importância dos estudos sobre a saúde nos meios de comunicação, considera-se fundamental novas pesquisas que utilizem essa metodologia. Observa-se também a importância de considerar as plataformas online e de mídias sociais como futuros espaços de investigação dado seu crescimento e utilização para se falar de saúde.

REFERÊNCIAS

- Amaral, M. F. (2006). *Jornalismo popular*. São Paulo: Contexto.
- Aranceta, B. J. (2016). *Periodismo y alimentación: influencia de los medios de comunicación en la elección de alimentos y en los hábitos de consumo alimentario* (tese de doutorado). Universidad del País

Vasco – Euskal Herriko Unibertsitatea. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10810/18487>

Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. Trad.: Luis Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70.

Brasil (2014). Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. *Guia alimentar para a população brasileira* (2ª ed). Brasília. Recuperado de bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_alimentar_populacao_brasileira_2ed.pdf

Cavaca, A.G., & Vasconcellos-Silva, P.R. (2015). Diseases neglected by the media: a theoretical approach. *Interface – Comunicação, Saúde, Educação*, 19(52), pp. 83–94. DOI: 10.1590/1807-57622014.0205

Caron-Bouchard, M., & Renaud, L. (2010). Un modèle dynamique interactif écosocial pour mieux comprendre l'apport des médias dans le façonnement des normes sociales en matière de santé. In: L. Renaud (Org.), *Les médias et la santé: de l'émergence à l'appropriation des normes sociales* (pp. 9-30). Québec: Presses de l'Université du Québec.

Chang, C. (2016). Behavioral Recommendations in Health Research News as Cues to Action: Self-Relevancy and Self-Efficacy Processes. *Journal of Health Communication*, 21(8), pp. 954–968. DOI: 10.1080/10810730.2016.1204377

Chartier, L., & Leray, C. (2005). *Évolution des contenus médiatisés abordant l'activité physique et la nutrition sous l'angle de la promotion, de la prévention et de la protection de la santé à la télévision de la Société Radio-Canada et dans le quotidien La Presse 1986 – 2005*. Recuperado de <https://crp.uqam.ca/wp-content/uploads/sites/93/Sante2005.pdf>

Desrochers, S. L., & Renaud, L. (2010). Les normes de l'allaitement maternel et de l'accouchement naturel: un examen de leur instauration. In: L. Renaud (Org.), *Les médias et la santé: de l'émergence à l'appropriation des normes sociales* (pp. 53-72). Québec: Presses de l'Université du Québec.

Epstein, I. (2008). Comunicação de massa para a saúde: esboço de uma agenda midiática. *Revista Latinoamericana de Ciências de La comunicación*, 5(8–9), 132–142. Recuperado de www.eca.usp.br/associa/alaic/revista/r8-9/art_06.pdf

Epstein, I. (2015). É possível a transição do paradigma do sistema de saúde individual (SSI) para o paradigma da promoção social da saúde (PSS)? In: A. Pessoni (Org.), *Comunicação, Saúde e Pluralidade: novos olhares e abordagens em pauta* (pp. 5–22). São Caetano do Sul: USCS.

Fausto Neto, A. (2008). Fragmentos de uma “analítica” da midiaticização. *Revista Matrizes*, 1(2), 89–105. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v1i2p89-105

- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis*. New York: Harper & Row.
- Hohlfeldt, A. (2015). Hipóteses contemporâneas da pesquisa em comunicação. In: A. Hohlfeldt, L. C. Martino & V. V. França (Orgs.). *Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências* (15 ed, pp. 187–240). Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes.
- IBM. *Watson Developer Cloud*. 2017. Recuperado de <https://developer.ibm.com/depmodels/cloud/projects/watson-developer-cloud-node-sdk/>
- Krippendorff, K. (1980). *Content analysis: an introduction to its methodology*. Califórnia: SAGE Publications, Inc.
- Lagacé, M., & Renaud, L. (2010). La Perception des messages et l'utilisation d'Internet en regard de la santé, de l'alimentation et de l'activité physique dans la population québécoise. In: L. Renaud (Org.), *Les médias et la santé: de l'émergence à l'appropriation des normes sociales* (pp. 221–238). Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Leray, C. (2008). *L'analyse de contenu de la théorie à la pratique: la méthode Morin- Chartier*. Presses de l'Université du Québec.
- Louzada, M. L. C., Martins, A. P. B., Canella, D. S., Baraldi, L. G., Levy, R. B., Claro, R. M., Moubarac, J., Cannon, G., & Monteiro, C. A. (2015). Alimentos ultraprocessados e perfil nutricional da dieta no Brasil. *Revista de Saúde Pública*. 49:38. DOI: 10.1590/S0034-8910.2015049006132
- Maisonneuve, D. (2010). Les sources scientifiques et profanes dans les médias: leur rôle dans la construction des normes sociales en santé. In: L. Renaud (Org.), *Les médias et la santé: de l'émergence à l'appropriation des normes sociales* (pp. 139–162). Coll. Santé et société, Québec, Presses de l'Université du Québec.
- Manganello, J., & Blake, N. (2010). A study of quantitative content analysis of health messages in U.S. Media From 1985 to 2005. *Health Communication*, 25(5), 387–396. DOI: 10.1080/10410236.2010.483333
- Nothwehr, F., Andsager, J., & Haines, H. (2014). The Rural Restaurant Healthy Options Program: response of rural, local newspapers to a Program Press Release. *Health Promotion Practice*, 15(2), 217–222. DOI: 10.1177/1524839912466870
- Novo, G. C. (2012). A nova cara dos velhos tabloides: os valores-notícia nos jornais populares. In: M. Moulliaud, & S.D. Porto (Orgs.), *O jornal: da forma ao sentido* (3rd, pp. 539–568). Brasília: Editora UnB
- O DIA. (2015). *Central de Anúncios*. Perfil do Leitor. Recuperado de <https://mediakit.odia.ig.com.br/>

Oliveira-Costa, M.S., Amorim, A.C.C.L.A., Cadaxa, A.G., & Mendonça, A.V.M. (2016). Promoção da saúde da mulher brasileira e a alimentação saudável: vozes e discursos evidenciados pela Folha de SP. *Ciência & Saúde Coletiva*, 21(6), 1957–1964. DOI: 10.1590/141381232015216.01702015

Oliveira, V.C. (2014). As fabulações jornalísticas e a saúde. In K. Lerner, & I. Sacramento (Orgs.), *Saúde e Jornalismo: interfaces contemporâneas* (pp. 35-60). Rio de Janeiro: Editora Fiocruz.

Pan, Z., & Kosicki, G. M. (1993). Framing analysis: an approach do news discourse. *Political Communication*, 10(1), 55–75. DOI: 10.1080/10584609.1993.9962963

Porto, M. (2004). Enquadramentos da mídia e política. In A. A. C. Rubin (Org.), *Comunicação e política – conceitos e abordagens* (pp. 74-104). Salvador/São Paulo: Edufba/Editora Unesp.

Renaud, L. (2007). *Les médias et le façonnement des normes en matière de santé*. Québec: Presses de l'Université du Québec.

Renaud, L. (2010). *Les médias et la santé: de l'émergence à l'appropriation des normes sociales*. Québec: Presses de l'Université du Québec.

Revueña, G., Inma, A., Tomás, S., Guerrero, M., & Rohlf, I. (2004). Género y salud en la prensa diaria. *Gaceta Sanitaria*. 18 (Supl. 1), 201–206. Recuperado de http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0213-91112004000400032&lng=es&tlng=es.

Revueña, G. (2012). Salud en España durante el período 2000–2009: aproximación a través del análisis de la prensa. *Medicina Clínica*, 138(14), 622–626. DOI: 10.1016/j.medcli.2011.03.011

Sampieri, R.H., Collado, C.F., & Lucio, P. B. (2006). *Metodología de Pesquisa*. São Paulo: MacGrawHill.

Seale, C. (2003). Health and media: an overview. *Sociology of Health & Illness*, 25(6): 513–531. DOI: 10.1111/1467-9566.t01-1-00356

Tabakman, R. (2013). *A saúde na mídia: medicina para jornalistas, jornalismo para médicos*. São Paulo: Summus Editorial.

Villagelim, A. S. B., Prado, S. D., Freitas, R. F., Carvalho, M. C. V. S., Cruz, C. O., Klotz, J., & Freire, G. B. (2012). A vida não pode ser feita só de sonhos: reflexões sobre publicidade e alimentação saudável. *Ciência & Saúde Coletiva*. 17(3), 681–686. DOI: 10.1590/S1413-81232012000300014

Wells, R. (2017). Mediating the spaces of diet and health: A critical analysis of reporting on nutrition and colorectal cancer in the UK. *Geoforum*. 84; 228–238. DOI: 10.1016/j.geoforum.2016.05.001

MARIELLA SILVA DE OLIVEIRA COSTA. PhD, jornalista e pesquisadora na Fundação Oswaldo Cruz em Brasília. E-mail: mariella.costa@fiocruz.br. Responsável pela concepção do projeto, análise, interpretação dos dados e redação do artigo.

DEIVSON RAYNER TEIXEIRA DA COSTA. Especialista em modelagem de sistemas complexos e mestrando em saúde coletiva na Universidade de Brasília. E-mail: deivsonrayner@gmail.com. Responsável pela criação e implementação do sistema q-Health.

LISE RENAUD. PhD, pesquisadora da Université du Québec au Montreal e fundadora do ComSanté, Canadá. E-mail: renaud.lise@uqam.ca. Responsável pela revisão crítica, orientação e aprovação final da versão a ser publicada.

ANA VALÉRIA MACHADO MENDONÇA. PhD, professora da Faculdade de Saúde da Universidade de Brasília. E-mail: valeriamendonca@unb.br. Responsável pela revisão crítica, orientação e aprovação final da versão a ser publicada.