

Original breve

Encuadre mediático de la obesidad infantil en las noticias de prensa generalista en España



Mar Miralles^a, Elisa Chilet-Rosell^{a,b,*} e Ildefonso Hernández-Aguado^{a,b}

^a Departamento de Salud Pública, Historia de la Ciencia y Ginecología, Universidad Miguel Hernández, Elche, (Alicante), España

^b CIBER de Epidemiología y Salud Pública (CIBERESP), España

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

Historia del artículo:

Recibido el 24 de mayo de 2019

Aceptado el 5 de septiembre de 2019

On-line el 24 de diciembre de 2019

Palabras clave:

Medios de comunicación

Noticias

Obesidad infantil

Industria alimentaria

Políticas de salud

R E S U M E N

Objetivo: Explorar el encuadre mediático sobre la obesidad infantil, individual o colectivo, de las noticias en los principales medios generalistas españoles.

Método: Análisis de una muestra de 132 noticias sobre obesidad infantil (agosto de 2016 a septiembre de 2018). Se realizó un análisis descriptivo sobre encuadre, medidas y causas del problema, y la influencia de la industria alimentaria en la elaboración de la noticia.

Resultados: El 47% de las noticias tuvieron un encuadre exclusivamente individual. Un 54% incluyeron como causas conductas relacionadas con la alimentación o el ejercicio físico. Un 29% de las medidas proponen favorecer un entorno saludable y un 27% son recomendaciones individuales. El encuadre fue individual en un 77% de las noticias en las que la industria influyó en su redacción.

Conclusión: La obesidad infantil se representa en la principal prensa española como un problema individual. Esta percepción mayoritaria puede condicionar el desarrollo y la implementación de políticas o intervenciones de salud pública.

© 2019 Publicado por Elsevier España, S.L.U. en nombre de SESPAS. Este es un artículo Open Access bajo la licencia CC BY-NC-ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

Framing of childhood obesity in Spanish lay press

A B S T R A C T

Objective: To explore the frame, individual or collective, of childhood obesity in the main Spanish lay media.

Method: Analysis of a convenience sample of 132 publications regarding childhood obesity (August 2016–September 2018). Descriptive analysis about approach, measures and causes of obesity and food industry influence in the development of the publication.

Results: 47% of the publications presented an individual approach. 54% included eating and physical activity as cause. 29% of the measures propose a healthy environment and 27% individual recommendations. Individual frame was present in 77% of the news influenced by the industry.

Conclusion: Publications on childhood obesity of the main Spanish lay press reveal a predominance of the individual approach to the problem. This majority perception may condition the development and implementation of public health policies or interventions.

© 2019 Published by Elsevier España, S.L.U. on behalf of SESPAS. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

Keywords:

Communication media

News

Paediatric obesity

Food industry

Health policies

Introducción

La forma de presentar un asunto en los medios de comunicación puede moldear y configurar la opinión pública, determinando la agenda sociopolítica y la percepción de los problemas y sus posibles soluciones por parte de la ciudadanía y los actores políticos¹. Este proceso, conocido en el mundo de la comunicación como *framing* o «encuadre mediático», se define como la selección y el énfasis de ciertos aspectos de una misma realidad o problema, excluyendo otros elementos, con lo que se favorecen una interpretación determinada y una forma de abordaje concreta².

La obesidad está entre los temas más abordados por los medios de comunicación, y su frecuencia de aparición aumenta en paralelo a la creciente relevancia del problema, en especial en cuanto a la obesidad infantil^{3–5}.

Los medios de comunicación han tendido a presentar la obesidad en general, y la infantil en particular, como un problema relacionado con un comportamiento irresponsable por parte del individuo, por lo que el papel de los gobiernos y de la regulación sería limitado^{6–8}. Este encuadre favorece que la resolución del problema se confíe al sector privado y a las medidas de autorregulación⁵. Presentar la obesidad como una cuestión de responsabilidad individual conduce a respuestas públicas inadecuadas que impiden controlar un problema que reconoce, sobre todo, causas ambientales y políticas⁹. Aunque el encuadre individual sigue predominando, en otros contextos se advierte una

* Autor para correspondencia.

Correo electrónico: echilet@umh.es (E. Chilet-Rosell).

tendencia al incremento de las menciones a las causas sociales y a las soluciones sociopolíticas y estructurales^{1,6,8}.

En España, Ortiz-Barreda et al.¹⁰ publicaron un estudio en el año 2012 sobre el tratamiento periodístico de la obesidad en la prensa, en el que analizaron la frecuencia de aparición, las fuentes de información y los temas específicos que se abordaban. Sin embargo, no se sabe cómo se encuadra la obesidad en los medios de comunicación españoles. Este estudio se propone explorar en qué medida el encuadre individual o colectivo predomina en los medios escritos en nuestro entorno.

Método

Se realizó un análisis descriptivo de las noticias sobre obesidad infantil de los principales medios escritos españoles. Se seleccionaron los periódicos de mayor difusión¹¹: *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *ABC*. En la hemeroteca digital se llevó a cabo una búsqueda de noticias publicadas hasta el 15 de septiembre de 2018 utilizando los términos clave «obesidad» e «infantil». A partir de los resultados obtenidos se ordenaron los textos por fecha (de más reciente a más antiguo) y se seleccionaron aquellos cuyo tema principal fuera la obesidad infantil o una cuestión estrechamente relacionada con ella (por ejemplo, regulación sobre ciertos productos para reducir su consumo como estrategia para reducir la obesidad). Se excluyeron aquellas noticias que, aunque citaban la obesidad, se centraban en otro problema (rendimiento escolar y una posible relación con la obesidad). Dado que se pretendió realizar un análisis de la situación más reciente, se obtuvo una muestra de conveniencia que abarcó desde agosto de 2016 hasta septiembre de 2018, y se seleccionó una cifra similar (35) de noticias por cada periódico estudiado hasta alcanzar la muestra necesaria. Tras excluir ocho textos por no cumplir los criterios de inclusión, se analizaron finalmente 132 noticias o artículos. De la información extraída (pueden verse más detalles sobre la obtención de la información en el [Apéndice online](#)), en este trabajo se incluye la siguiente: 1) diario en que se publicó la noticia; 2) título; 3) encuadre de la noticia en cuanto a la presentación del problema (individual/colectivo/ambos); 4) medidas propuestas para combatir la obesidad; 5) causas del problema; y 6) influencia de la industria alimentaria en la generación del documento o apariencia de publipreportaje.

Cada noticia fue revisada por dos investigadores, que la clasificaron por categorías considerando las definiciones que aparecen en el [Apéndice online](#) y justificando su decisión con literales del texto. Las discrepancias se resolvieron por consenso con un tercer investigador. La concordancia fue del 88% sobre el total de los documentos y datos extraídos. Se calcularon las frecuencias de las distintas variables globalmente y según el diario de publicación. Para las comparaciones se usó la prueba estadística ji al cuadrado.

Resultados

La mayoría de las 132 noticias (47%) atribuyeron la obesidad al comportamiento de las personas, con un encuadre individual ([tabla 1](#)). El encuadre fue colectivo en el 23% de las noticias, tenían ambos encuadres con acento colectivo el 18%, y ambos encuadres con acento individual el 11%. Hubo diferencias según el medio. En *El País*, el encuadre individual exclusivo o el doble encuadre con acento individual solo alcanzó el 37%, mientras que en los otros tres periódicos estuvo por encima del 50%, y alcanzó el 78% en *ABC*.

Las 132 noticias mencionaron en total 207 causas de obesidad infantil. En la mayoría (54%), las causas se atribuyeron a las conductas de las personas relacionadas con la alimentación o el ejercicio físico. Las causas derivadas del entorno solo representaban el 18% del total de las menciones. Con menor frecuencia se mencionaron el *marketing* de las industrias, la falta de tiempo y los hábitos de los padres.

Se identificaron nueve tipos de soluciones para abordar el problema de la obesidad ([tabla 2](#)). La mayoría nombraron una única solución (88; 67%), aunque en algunas noticias se llegaron a abordar dos (30; 23%). De las soluciones presentadas, las medidas reguladoras destinadas a favorecer un entorno saludable (29%) y las recomendaciones o consejos individuales para prevenir o controlar la obesidad (27%) fueron las predominantes entre todas las medidas propuestas (n = 191). Las primeras fueron más frecuentes en *El País* (38%) y las segundas fueron mayoritarias en *ABC* (31%). Les siguieron en frecuencia las campañas o iniciativas públicas dirigidas a las personas para mejorar los hábitos alimentarios y la actividad física (18%).

En el 31% de las 132 noticias estudiadas, la industria alimentaria había influido en su generación o tenían apariencia de publipreportaje. La máxima frecuencia se dio en *ABC* (35%), seguido de *La Vanguardia* (27%), *El Mundo* (21%) y *El País* (11%). Estas diferencias no alcanzaron significación estadística (p = 0,12). El encuadre era individual en 24 (77%) de las noticias relacionadas con las corporaciones alimentarias, y solo en 2 (6%) el encuadre era colectivo (p = 0,004).

Discusión

Las noticias sobre obesidad infantil de los principales medios de prensa españoles revelan un predominio del encuadre individual del problema al atribuirlo a conductas elegidas por el individuo (sedentarismo y mala alimentación), y apuestan para su abordaje por medidas de carácter individual (basadas en la educación o en consejos sobre ejercicio físico y dieta equilibrada). El dominio del encuadre individual de la obesidad infantil respecto al encuadre colectivo contribuye a la percepción mayoritaria del problema

Tabla 1

Encuadre de la obesidad infantil en las 132 noticias analizadas de los principales periódicos nacionales^a

Encuadre	<i>El País</i> N (%)	<i>El Mundo</i> N (%)	<i>La Vanguardia</i> N (%)	<i>ABC</i> N (%)	Total N (%)
Individual ^b	8 (23)	16 (48)	18 (55)	20 (65)	62 (47)
Colectivo ^c	14 (40)	5 (15)	5 (15)	6 (19)	30 (23)
Ambos encuadres con acento individual	5 (14)	3 (9)	3 (9)	4 (13)	15 (11)
Ambos encuadres con acento colectivo	7 (20)	9 (27)	7 (21)	1 (3)	24 (18)
Indeterminado	1 (3)	0	0	0	1 (1)
Total	35 (100)	33 (100)	33 (100)	31 (100)	132 (100)

^a Ji al cuadrado (nueve grados de libertad): 19,47; p = 0,021.

^b Encuadre individual: la noticia o artículo presenta la obesidad infantil como una cuestión de índole individual atribuible a las conductas elegidas por el individuo o su familia, y anticipa soluciones de carácter individual.

^c Encuadre colectivo: la noticia o artículo atribuye la obesidad a los condicionantes sociales o del entorno, lo que anticipa la necesidad de políticas dirigidas al entorno obesogénico para solucionar el problema.

Tabla 2
Tipos de medidas propuestas para combatir la obesidad infantil en las 132 noticias analizadas de los periódicos generales de más difusión en España

Medidas	<i>El País</i> N (%)	<i>El Mundo</i> N (%)	<i>La Vanguardia</i> N (%)	<i>ABC</i> N (%)	Total N (%)
1. Políticas públicas de salud o de otro ámbito dirigidas a la prevención de la obesidad o intervenciones de las Administraciones públicas en el mismo sentido					
A.1) Medidas reguladoras legislativas que favorezcan un entorno para la toma de elecciones saludables	20 (38)	13 (29)	10 (22)	12 (25)	55 (29)
A.2) Modificaciones del entorno mediante políticas sanitarias y no sanitarias: disponibilidad de espacios para la actividad física, planes de movilidad	5 (9)	3 (7)	2 (4)	3 (6)	13 (7)
B.1) Campañas o iniciativas públicas para mejorar los hábitos alimentarios y la actividad física dirigidas a los individuos	8 (15)	9 (20)	12 (27)	6 (13)	35 (18)
B.2) Acciones dirigidas a los individuos para estimular que acudan a los servicios sanitarios por parte de la Administración pública	0	1 (2)	0	1 (2)	2 (1)
2. Campañas o iniciativas llevadas a cabo por entidades privadas					
A) Campañas o iniciativas llevadas a cabo por entidades privadas centradas en el individuo: modificar los estilos de vida individuales promocionando y educando en salud	1 (2)	3 (7)	5 (11)	7 (15)	16 (8)
B) Campañas o iniciativas llevadas a cabo por entidades privadas centradas en el entorno: disminución de los estímulos obesogénicos (limitar el acceso a la comida hipercalórica, política de movilidad de las empresas)	0	0	0	0	0
C) Medidas autorreguladoras de la industria o actuaciones de prevención de la obesidad llevadas a cabo por las industrias o en alianza con otras organizaciones	5 (9)	1 (2)	2 (4)	3 (6)	11 (6)
3. Medidas médico-quirúrgicas					
	0	1	0	0	1
4. Recomendaciones o consejos individuales para prevenir o controlar la obesidad					
	13 (25)	11 (24)	12 (27)	15 (31)	51 (27)
5. Ninguna					
	1 (2)	3 (7)	2 (4)	1 (2)	7 (4)
Total	53 (100)	45 (100)	45 (100)	48 (100)	191 (100)

como una cuestión individual, tanto en su origen como en su abordaje, lo que condiciona el desarrollo y la implementación de políticas o de intervenciones de salud pública.

Destaca, sin embargo, la notable presencia en las noticias de soluciones legislativas destinadas a favorecer un entorno saludable llevadas a cabo por organismos gubernamentales. Esta tendencia creciente a abordar la obesidad desde una perspectiva social, a pesar de que el encuadre predominante siga siendo el individual, se ha observado en otros estudios^{3,7,8,12}. En España, coincide con un periodo en el que se han empezado a plantear medidas legislativas para disminuir los estímulos obesogénicos del entorno, como por ejemplo el impuesto sobre las bebidas azucaradas establecido por la Generalitat de Cataluña o la iniciativa reguladora de la Comunidad Valenciana sobre alimentación saludable y sostenible.

La industria alimentaria percibe la adopción de medidas destinadas a proporcionar un entorno que facilite las elecciones saludables como una amenaza a sus intereses económicos^{1,13}. En este sentido, el empleo de la retórica de la responsabilidad personal puede desempeñar un papel importante en los esfuerzos de la industria alimentaria para dirigir el debate sociopolítico, y para promover políticas o intervenciones dirigidas a modificar el comportamiento individual, en las que las corporaciones se muestran como actores sociopolíticos responsables y legítimos¹, y en las que los medios desempeñan un papel esencial alineando este debate con sus intereses comerciales¹⁴. La epidemia de enfermedades no transmisibles se relaciona con las habilidades de la industria farmacéutica (y de otras industrias, como las del tabaco y las de las bebidas alcohólicas) para legitimar su discurso y proteger sus intereses mediante estrategias de *marketing* y el uso de los medios de comunicación^{15,16}. Nuestros resultados indican la necesidad de monitorizar el encuadre que los medios de comunicación hacen de los problemas de salud como una herramienta más de vigilancia de la salud pública para moldear las acciones de defensa y abogacía por la salud pública.

¿Qué se sabe sobre el tema?

En los países donde se ha investigado cómo se representa en los medios de comunicación la obesidad, particularmente la infantil, se ha comprobado que se tiende a tratar como un asunto de carácter individual, favoreciendo soluciones individuales en la esfera pública.

¿Qué añade el estudio realizado a la literatura?

Se trata del primer estudio realizado sobre el encuadre de la obesidad infantil en prensa escrita española. Las publicaciones analizadas atribuyen la obesidad infantil a conductas elegidas por el individuo (sedentarismo y mala alimentación), y apuestan para su abordaje por medidas basadas en la educación o en consejos sobre ejercicio físico y dieta equilibrada. Sin embargo, se advierte que, respecto a las soluciones incluidas en los medios, las dirigidas al entorno obesogénico tienen una frecuencia notable.

Editor responsable del artículo

Gonzalo Casino.

Declaración de transparencia

La autora principal (garante responsable del manuscrito) afirma que este manuscrito es un reporte honesto, preciso y transparente del estudio que se remite a GACETA SANITARIA, que no se han omitido aspectos importantes del estudio, y que las discrepancias del estudio según lo previsto (y, si son relevantes, registradas) se han explicado.

Contribuciones de autoría

La concepción y el diseño del trabajo, la recogida y el análisis de datos, su interpretación y discusión, corresponden a M. Miralles, E. Chilet e I. Hernández-Aguado. M. Miralles redactó los sucesivos borradores del manuscrito, y todas las personas firmantes los revisaron, aportaron elementos para su mejora y aceptaron la versión final.

Financiación

Este trabajo ha recibido financiación del Centro de investigación en red en Epidemiología y Salud Pública (CIBERESP), España: [ID CB06/02/0008 (Grupo 26 CIBERESP)].

Conflictos de intereses

Ninguno.

Anexo. Material adicional

Se puede consultar material adicional a este artículo en su versión electrónica disponible en [doi:10.1016/j.gaceta.2019.09.010](https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2019.09.010)

Bibliografía

1. Weishaar H, Dorfman L, Freudenberg N, et al. Why media representations of corporations matter for public health policy: a scoping review. *BMC Public Health*. 2016;16:899.
2. Coleman R, McCombs M, Shaw D, et al. Agenda setting. En: Wahl-Jorgensen K, Hanitzsch T, editores. *The handbook of journalism studies*. New York: Routledge; 2009. p. 147–59.
3. Hilton S, Patterson C, Teyhan A. Escalating coverage of obesity in UK newspapers: the evolution and framing of the "obesity epidemic" from 1996 to 2010. *Obesity*. 2012;20:1688–95.
4. Revuelta G. Salud y medios de comunicación. *Gac Sanit*. 2006;(20 Supl 1):203–8.
5. Muñoz Álvarez E. Análisis de los contenidos sanitarios en prensa nacional: ABC y La Razón. *Rev Esp Com Sal*. 2011;2:3–12.
6. Atanasova D, Kotevko N. Obesity frames and counter-frames in British and German online newspapers. *Health (London)*. 2017;21:650–69.
7. Colleen LB, Jarlenski M, Grob R, et al. News media framing of childhood obesity in the United States from 2000 to 2009. *Pediatrics*. 2011;128:132–45.
8. Van Hoof J, Patterson C, Löf M, et al. Media framing and construction of childhood obesity: a content analysis of Swedish newspapers. *Obes Sci Pract*. 2018;4:4–13.
9. Brownell KD, Kersh R, Ludwig DS, et al. Personal responsibility and obesity: a constructive approach to a controversial issue. *Health Aff (Millwood)*. 2010;29:379–87.
10. Ortiz-Barreda G, Vives-Cases C, Ortiz-Moncada R. La cobertura periodística de la obesidad en la prensa española (2000–2005). *Perspect Nutr Humana*. 2012;14:23–32.
11. Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. Resumen general de Resultados EGM, octubre 2017 a mayo 2018. Madrid; 2018. (Consultado el 21/5/2019.) Disponible en: <https://www.aimc.es/egm/datos-egm-resumen-general/>.
12. Lawrence RG. Framing obesity – the evolution of news discourse on a public health issue. *Press/Politics*. 2004;9:56–75.
13. Nixon L, Mejia P, Cheyne A, et al. "We're part of the solution": evolution of the food and beverage industry's framing of obesity concerns between 2000 and 2012. *Am J Public Health*. 2015;105:2228–36.
14. Ponce-Blandón JA, Pabón-Carrasco M, Lomas-Campos MLM. Análisis de contenido de la publicidad de productos alimenticios dirigidos a la población infantil. *Gac Sanit*. 2017;31:180–6.
15. Douglas N, Knai C, Petticrew M, et al. How the food, beverage and alcohol industries presented the public health responsibility deal in UK print and online media reports. *Critical Public Health*. 2018;28:377–87.
16. Mindell JS, Reynolds L, Cohen DL, et al. All in this together: the corporate capture of public health. *BMJ*. 2012;345:e8082.