



UNIVERSIDADE
FERNANDO
PESSOA

Projeto de Graduação

[A Comunicação em Contexto Hospitalar: Estudo Comparativo entre o Hospital
Eduardo Santos Silva e o Trofa Saúde Gaia sobre as questões de Nutrição e Obesidade]

Universidade Fernando Pessoa

Ciências da Comunicação

Joana Aléxia de Martins Valente e Cardoso Lima

Orientadora:

Professora Doutora Sandra Tuna

junho de 2026

Projeto de Graduação

[A Comunicação em Contexto Hospitalar: Estudo Comparativo entre o Hospital
Eduardo Santos Silva e o Trofa Saúde Gaia sobre as questões de Nutrição e Obesidade]

Universidade Fernando Pessoa

Ciências da Comunicação

Joana Aléxia de Martins Valente e Cardoso Lima

Orientadora:

Professora Doutora Sandra Tuna

junho 2026

Agradecimentos

À minha Orientadora de Projeto de Graduação (e de Estágio) da Universidade Fernando Pessoa, Professora Doutora Sandra Tuna, pelo acompanhamento diário e auxílio constante prestado ao longo de todo este Projeto.

Aos meus Pais e à minha Irmã por todo o apoio demonstrado ao longo de toda a minha vida, mas sobretudo nesta etapa final de conclusão da Licenciatura.

Ao meu Namorado, Tomás, pelo apoio incondicional e pelas palavras de incentivo ao longo deste Projeto.

À minha Prima e Amiga Filipa, por todo o auxílio e ajuda que me deu durante estes três anos de Licenciatura.

Às minhas grandes Amigas Maria, Catarina, Leonor, Juliana, Mercedes e Francisca por todo o apoio e por celebrarem comigo cada conquista.

À Sofia Penouço, membro da equipa da Academia do Trofa Saúde, que se tornou numa amiga para mim, por todo o apoio que me deu e por todos os momentos bem passados durante esses meses.

Resumo

A comunicação em saúde desempenha um papel fundamental na promoção da saúde, na prevenção das doenças e na divulgação de informação credível junto da população. Com o desenvolvimento das tecnologias digitais, os *websites* institucionais e as redes sociais tornaram-se ferramentas importantes para a comunicação das instituições de saúde. Neste contexto, a nutrição e a obesidade assumem particular relevância devido ao seu impacto na saúde pública e na qualidade de vida da população.

O presente Projeto tem como objetivo analisar e comparar a comunicação sobre nutrição e obesidade desenvolvida pelo Hospital Eduardo Santos Silva, integrado na Unidade Local de Saúde Gaia/Espinho, e pelo Trofa Saúde Gaia, durante o período compreendido entre 01 e 31 de março de 2026. Este estudo incidiu sobre os *websites* institucionais e redes sociais das duas organizações, recorrendo a uma análise de conteúdo de natureza qualitativa e quantitativa.

Os resultados demonstraram diferenças relevantes entre as duas instituições. O Trofa Saúde Gaia apresentou uma comunicação digital mais ativa e visível relativamente à obesidade, sobretudo devido à realização do IV Congresso de Obesidade Trofa Saúde, que originou diversos conteúdos de sensibilização, divulgação científica e promoção da saúde. Por sua vez, o Hospital Eduardo Santos Silva revelou uma comunicação predominantemente institucional e informativa, não tendo sido identificados conteúdos relacionados com a obesidade, com o mesmo grau de destaque durante o período analisado.

Conclui-se que a comunicação digital sobre a obesidade assumiu maior relevância estratégica na instituição privada estudada, evidenciando diferentes formas de utilização dos canais digitais por parte das organizações de saúde. O estudo reforça a importância da comunicação digital como instrumento de promoção da saúde e de aumento da literacia na saúde da população.

Palavras-chave: Comunicação na Saúde; Comunicação Digital; Nutrição; Obesidade; Redes Sociais; Hospitais Públicos; Hospitais Privados

Abstract

Health communication plays a fundamental role in health promotion, disease prevention, and the dissemination of reliable information to the public. With the development of digital technologies, institutional websites and social media platforms have become essential communication tools for healthcare organisations. In this context, nutrition and obesity have gained particular importance due to their impact on public health and the population's quality of life.

The present project aims to analyse and compare the communication of nutrition and obesity developed by Hospital Eduardo Santos Silva, integrated into the Gaia/Espinho Local Health Unit, and Trofa Saúde Gaia during the period from 1 to 31 March 2026. The study focused on the institutional websites and social media platforms of both organisations, using a qualitative and quantitative content analysis approach.

The results revealed significant differences between the two institutions. Trofa Saúde Gaia demonstrated a more active and visible digital communication strategy regarding obesity, largely due to the organisation of the 4th Trofa Saúde Obesity Congress, which generated a range of awareness-raising, scientific dissemination and health promotion content. In contrast, Hospital Eduardo Santos Silva displayed a predominantly institutional and informative communication approach, with no obesity-related content identified at the same level of prominence during the period analysed.

It is concluded that digital communication about obesity assumed greater strategic importance within the private healthcare institution under study, highlighting different approaches to the use of digital communication channels by healthcare organisations. The findings reinforce the importance of digital communication as a tool for health promotion and for improving the population's health literacy.

Keywords: Health Communication; Digital Communication; Nutrition; Obesity; Social Media; Public Hospitals; Private Hospitals

Índice

Introdução	1
2. Enquadramento Teórico	5
2.1. Comunicação na Saúde.....	5
2.2. Comunicação Digital na Saúde.....	7
2.3. Nutrição como Tema Central da Comunicação em Saúde	10
2.4. Obesidade como Caso de Estudo.....	13
3. Metodologia.....	16
3.1. Tipo de Estudo.....	16
3.2. Amostra	17
3.3. Limites Temporais.....	18
3.4. Canais de Comunicação Analisados.....	18
3.5. Critérios de Análise	19
4. Resultados.....	20
4.1. Análise dos Canais Digitais do Hospital Eduardo Santos Silva.....	20
4.2. Análise dos Canais Digitais do Trofa Saúde Gaia.....	21
4.3. Comunicação da Obesidade: comparação entre as instituições.....	25
4.4. Discussão dos Resultados.....	27
Conclusão	30
Referências Bibliográficas	33
Anexos.....	36

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Canais de Comunicação Analisados.....	18
Tabela 2 - Critérios de Análise	19
Tabela 3 - Comparação entre as Instituições	26

Índice de Figuras

Figura 1 - Printscreen do Website do Hospital Eduardo Santos Silva (parte das notícias).....	20
Figura 2 - Printscreen do Website do Trofa Saúde (divulgação do IV Congresso de Obesidade).....	22
Figura 3 - Printscreen do Instagram do Trofa Saúde (publicação de dia 04 de março de 2026, com a mensagem relativa à obesidade)	24

Introdução

A comunicação na área da saúde tem vindo a assumir uma importância crescente nas sociedades contemporâneas, sobretudo devido à necessidade de tornar a informação médica e científica mais acessível, clara e compreensível para a população. Num contexto em que os cidadãos recorrem cada vez mais aos meios digitais para procurar informação sobre sintomas, tratamentos, alimentação, prevenção e estilos de vida saudáveis, as instituições de saúde são chamadas a desempenhar um papel ativo na produção e divulgação de conteúdos credíveis. Estudos demonstram que a Internet constitui uma das principais fontes de informação em saúde para os cidadãos, influenciando, significativamente, a forma como estes procuram, acedem e utilizam a informação relacionada com a saúde (Diviani et al., 2018). Assim, comunicar em saúde não significa apenas informar, mas também sensibilizar, educar, prevenir e promover comportamentos mais conscientes.

A comunicação em saúde distingue-se de outras formas de comunicação institucional porque envolve informação sensível, diretamente relacionada com o bem-estar físico, psicológico e social dos indivíduos. Por esse motivo, exige rigor, responsabilidade e adequação da linguagem aos diferentes públicos. A informação transmitida por hospitais, clínicas e entidades de saúde deve ser compreensível para a população em geral, mas simultaneamente cientificamente correta, evitando simplificações excessivas ou mensagens que possam induzir a interpretações erradas. Num contexto marcado pela crescente disponibilidade de informação em saúde no ambiente digital, torna-se essencial garantir a qualidade, a credibilidade e a clareza dos conteúdos divulgados, de forma a permitir que os cidadãos tomem decisões informadas relativamente à sua saúde (Keselman et al., 2019). Assim, a comunicação em saúde requer um equilíbrio entre rigor científico e acessibilidade, adaptando a linguagem aos diferentes públicos, sem comprometer a exatidão da informação.

Com o desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação, a comunicação na saúde passou também a depender fortemente dos meios digitais. *Websites* institucionais, redes sociais, *newsletters*, artigos *online* e campanhas digitais tornaram-se ferramentas essenciais para a aproximação das instituições ao público.

Bender et al. (2024) referem que as Tecnologias de Informação e Comunicação em Saúde permitem o armazenamento, processamento e circulação de dados e informações, reforçando o acesso à comunicação à distância e apoiando práticas de saúde em diferentes contextos. Esta transformação digital contribuiu para alterar a forma como as instituições comunicam com os seus públicos, tornando a comunicação mais imediata, interativa e visível.

No âmbito da comunicação em saúde, a nutrição constitui uma área particularmente relevante, uma vez que está diretamente relacionada com a prevenção de doenças e com a promoção de estilos de vida saudáveis. A alimentação influencia de forma significativa a qualidade de vida da população e encontra-se associada à prevenção e ao controlo de diversas doenças crónicas não transmissíveis, como a diabetes, a hipertensão arterial, as doenças cardiovasculares e a obesidade (World Health Organization, 2024). Neste sentido, a comunicação sobre nutrição assume um papel importante na promoção de comportamentos alimentares saudáveis e no reforço da literacia em saúde (Santos, 2005).

Por essa razão, a comunicação sobre nutrição deve ser entendida como uma ferramenta de educação e promoção da saúde, capaz de contribuir para a adoção de comportamentos alimentares mais equilibrados. Santos (2005) defende que a educação alimentar e nutricional deve ser compreendida como uma estratégia importante para a promoção de práticas alimentares saudáveis, especialmente perante os desafios contemporâneos da saúde pública.

Entre os problemas de saúde associados à alimentação, a obesidade destaca-se como um dos mais relevantes, sendo atualmente reconhecida como um dos principais desafios de saúde pública, devido à sua elevada prevalência e à associação com diversas doenças crónicas (Aronne, 2002). Para além das suas consequências clínicas, a obesidade envolve dimensões sociais, culturais e comunicacionais. A forma como este tema é abordado publicamente pode contribuir para a sua prevenção e sensibilização, mas também pode reforçar estigmas, preconceitos ou culpabilização individual. Por isso, a comunicação da obesidade assume um papel relevante no equilíbrio entre informação científica, empatia e responsabilidade social. Não se trata apenas de divulgar recomendações alimentares, mas de enquadrar a obesidade como uma condição

multifatorial, associada a fatores biológicos, comportamentais, económicos, sociais e ambientais.

O presente trabalho surge no âmbito do Projeto de Graduação do 3.º ano da Licenciatura em Ciências da Comunicação e tem como tema central a comunicação na saúde, em especial na nutrição e na obesidade em instituições de saúde. A escolha deste tema relaciona-se também com a experiência do Estágio Curricular realizada no Grupo Trofa Saúde, na unidade de Vila Nova de Gaia, no departamento de *Marketing* e Publicidade e na Academia Trofa Saúde. Esta experiência permitiu observar de perto a importância da comunicação institucional na divulgação de eventos, conteúdos clínicos, artigos médicos e iniciativas dirigidas tanto a profissionais de saúde como à população em geral.

A partir desta experiência, tornou-se pertinente analisar de que forma diferentes instituições de saúde, comunicam temas relacionados com a nutrição e a obesidade nos seus canais digitais. Para tal, o presente estudo propõe uma análise comparativa entre uma instituição pública, o Hospital Eduardo Santos Silva, integrado na Unidade Local de Saúde Gaia/Espinho, e uma instituição privada, o Trofa Saúde Gaia. A comparação entre o setor público e o setor privado permite compreender possíveis diferenças ao nível da frequência de comunicação, dos formatos utilizados, da visibilidade dada ao tema da obesidade e das estratégias de aproximação ao público.

O período de análise definido corresponde ao mês de março de 2026, entre os dias 01 e 31. Esta delimitação temporal justifica-se pela realização do IV Congresso de Obesidade Trofa Saúde, que decorreu entre 04 e 06 de março de 2026 no Trofa Saúde Gaia. Segundo informação publicada pela própria Instituição¹, o congresso teve como foco a criação do valor em saúde e abordou temas como a prevenção comunitária, a obesidade pediátrica, a estratificação de risco, a terapêutica farmacológica, a cirurgia bariátrica e o seguimento longitudinal.

Assim, o principal objetivo deste Projeto consiste em analisar e comparar a forma como a nutrição e a obesidade foram comunicadas, durante o mês de março de 2026, por uma instituição pública e por uma instituição privada de saúde. De forma mais específica,

¹ Informação disponível no *Website* do Trofa Saúde (Trofa Saúde, s.d.). - <https://www.trofasaude.pt/>

pretende-se identificar os canais utilizados, observar os tipos de conteúdos publicados, analisar a frequência das publicações, compreender o grau de destaque atribuído à temática e refletir sobre as principais diferenças comunicacionais entre o Hospital Eduardo Santos Silva e o Trofa Saúde Gaia.

Em termos estruturais, o trabalho encontra-se dividido em cinco partes principais. A primeira corresponde à introdução, onde se apresenta o tema, a sua relevância, os objetivos e a estrutura do estudo. A segunda parte é dedicada ao enquadramento teórico, abordando a comunicação na saúde, a comunicação digital, a nutrição como tema de promoção da saúde e a obesidade enquanto problema de saúde pública. A terceira parte apresenta a metodologia adotada. A quarta parte centra-se na análise comparativa dos canais digitais das instituições selecionadas e na discussão dos resultados, à luz da revisão da literatura. Por fim, são apresentadas as conclusões, as limitações do estudo e possíveis caminhos para uma análise futura.

2. Enquadramento Teórico

2.1. Comunicação na Saúde

A comunicação em saúde pode ser entendida como o conjunto de estratégias e processos através dos quais é produzida, partilhada e interpretada informação relacionada com a saúde, com o objetivo de influenciar positivamente conhecimentos, atitudes e comportamentos dos indivíduos e das comunidades. Esta comunicação pode ocorrer em diferentes contextos, incluindo a interação entre profissionais de saúde e utentes, a comunicação institucional desenvolvida por hospitais e organizações de saúde, as campanhas de saúde pública e os conteúdos divulgados através dos meios de comunicação social e das plataformas digitais. Segundo Félix-Mateus e Dias da Silva (2023), a comunicação em saúde desempenha um papel fundamental na promoção da literacia em saúde, permitindo que os cidadãos compreendam melhor a informação disponível e tomem decisões mais informadas relativamente ao seu bem-estar. Neste sentido, a principal função da comunicação em saúde consiste em tornar a informação acessível, credível e compreensível, contribuindo para a promoção da saúde, a prevenção da doença e a adoção de comportamentos mais saudáveis.

No campo das Ciências da Comunicação, a comunicação em saúde envolve mais do que a simples transmissão de informação, constituindo um processo social complexo que integra diferentes atores, contextos e formas de interação. A forma como uma mensagem é construída, o canal escolhido, o público a que se dirige e o contexto em que circula, influenciam diretamente a sua interpretação e receção. Neste sentido, uma mesma mensagem sobre alimentação saudável, obesidade ou prevenção da doença, pode produzir impactos distintos consoante seja divulgada através de um *website* institucional, de uma rede social, de uma campanha de saúde pública ou de uma consulta médica.

A comunicação em saúde possui igualmente uma importante dimensão educativa. Através da divulgação de informação relacionada com prevenção da doença, rastreios, alimentação saudável, atividade física e promoção da saúde, as instituições contribuem para o desenvolvimento da literacia em saúde da população. A literacia em saúde pode ser entendida como a capacidade dos indivíduos para aceder, compreender, avaliar e

utilizar informação relacionada com a saúde, de forma a tomar decisões adequadas sobre o seu bem-estar e qualidade de vida (Chaves, 2025).

Neste contexto, a comunicação em saúde desempenha um papel fundamental na capacitação dos cidadãos, facilitando a compreensão da informação disponível e promovendo comportamentos mais informados. Por outro lado, níveis reduzidos de literacia em saúde podem dificultar a interpretação de recomendações médicas, a identificação de fontes credíveis de informação e a adoção de comportamentos preventivos, particularmente num ambiente digital marcado pela abundância de informação e pela circulação de conteúdos incorretos ou enganosos (Félix-Mateus & Dias da Silva, 2023).

Assim, a comunicação em saúde caracteriza-se pela necessidade de conciliar rigor científico e acessibilidade da informação. A eficácia das mensagens depende não apenas do conteúdo transmitido, mas também da forma como este é apresentado e adaptado aos diferentes públicos. Como referem Félix-Mateus e Dias da Silva (2023), a comunicação em saúde constitui uma ferramenta fundamental para promover a literacia em saúde e facilitar a compreensão da informação por parte dos cidadãos. Uma linguagem excessivamente técnica, pode dificultar a compreensão das mensagens, enquanto uma simplificação excessiva, pode comprometer a precisão da informação transmitida. O desafio consiste, por isso, em encontrar um equilíbrio entre clareza comunicacional e rigor científico, particularmente no ambiente digital, onde a informação circula de forma rápida e permanente.

As instituições de saúde assumem um papel relevante neste processo, uma vez que são, frequentemente, percecionadas como fontes credíveis de informação. Neste sentido, os conteúdos divulgados por hospitais e outras organizações de saúde podem influenciar conhecimentos, atitudes e comportamentos relacionados com a saúde. Segundo a Organização Mundial da Saúde (2021), a comunicação eficaz constitui um elemento essencial para apoiar decisões informadas e promover melhores resultados em saúde. Como referem Félix-Mateus e Dias da Silva (2023, p. 186), “a utilização dos meios digitais na gestão da comunicação é fundamental para uma eficaz literacia em saúde, que, por sua vez, pode contribuir significativamente para uma melhor qualidade de vida dos cidadãos”. Quando uma instituição comunica sobre nutrição ou obesidade, participa

igualmente na construção social do conhecimento sobre estas temáticas, contribuindo para a forma como são compreendidas e debatidas no espaço público.

A comunicação institucional em saúde encontra-se também associada à construção de relações de confiança entre organizações e cidadãos. De acordo com Félix-Mateus e Dias da Silva (2023), a comunicação digital pode funcionar como um instrumento de “aproximação entre as instituições de saúde e os cidadãos”, favorecendo uma relação mais próxima e participativa. A transparência, a regularidade e a clareza das mensagens constituem fatores relevantes para o fortalecimento dessa confiança, enquanto que a informação insuficiente ou pouco compreensível, pode dificultar o envolvimento do público.

No contexto hospitalar, a comunicação assume múltiplas funções. Pode apresentar uma dimensão informativa, através da divulgação de serviços, horários, contactos ou especialidades médicas. Pode igualmente desempenhar uma função educativa, através da publicação de conteúdos relacionados com prevenção da doença e promoção da saúde. Paralelamente, a comunicação institucional contribui para a divulgação da missão, dos valores e da identidade organizacional, assumindo também uma dimensão relacional ao promover a interação com os doentes, os profissionais de saúde e a comunidade.

Desta forma, a comunicação em saúde é atualmente entendida como uma prática estratégica que ultrapassa a simples transmissão de informação. Como afirmam Félix-Mateus e Dias da Silva (2023), a comunicação representa um “elemento fundamental para a promoção da literacia em saúde”, contribuindo para tornar os cidadãos mais informados e capacitados. Esta realidade torna-se particularmente relevante em temas como a nutrição e a obesidade, que exigem continuidade comunicacional, sensibilização pública e acesso a informação cientificamente fundamentada.

2.2. Comunicação Digital na Saúde

A comunicação digital transformou significativamente a forma como as instituições de saúde se relacionam com os seus públicos. O desenvolvimento das plataformas digitais permitiu criar novos canais de comunicação e interação entre organizações e cidadãos, facilitando o acesso à informação em saúde e promovendo uma maior proximidade

entre instituições e utilizadores (Félix-Mateus & Dias da Silva, 2023). Neste cenário, os *websites* institucionais e as redes sociais assumem um papel cada vez mais relevante na divulgação de serviços, eventos, campanhas, artigos clínicos e conteúdos de sensibilização. Comparativamente aos meios tradicionais, os canais digitais possibilitam uma comunicação mais rápida, acessível e interativa, permitindo também adaptar as mensagens a diferentes públicos (Chaves, 2025).

Os *websites* institucionais constituem frequentemente a principal fonte oficial de informação das organizações de saúde. Através destes canais, os cidadãos podem aceder a informações sobre especialidades médicas, corpo clínico, contactos, consultas, eventos e conteúdos relacionados com a promoção da saúde. Segundo Brito (2020), os *websites* das instituições de saúde desempenham um papel relevante na disponibilização de informação fiável e atualizada, funcionando como espaços de comunicação institucional e de serviço público. No âmbito da comunicação da nutrição e da obesidade, estas plataformas permitem divulgar conteúdos mais aprofundados, como artigos clínicos, notícias institucionais, programas científicos e informações sobre consultas ou serviços especializados.

As redes sociais apresentam uma lógica comunicacional distinta, caracterizada pela rapidez de circulação da informação e pela valorização de conteúdos visuais e interativos. Plataformas como o Facebook, o Instagram e o LinkedIn favorecem a divulgação de imagens, vídeos, campanhas de sensibilização, testemunhos e iniciativas institucionais, contribuindo para aumentar o alcance das mensagens junto da população (Félix-Mateus & Dias da Silva, 2023). Contudo, a velocidade e a simplicidade que caracterizam estes meios podem também representar desafios na comunicação em saúde. De acordo com Keselman et al. (2019), o ambiente digital é marcado pela coexistência de informação de diferentes níveis de qualidade, o que torna particularmente importante garantir a clareza, o rigor e a credibilidade dos conteúdos divulgados. Esta questão assume especial relevância em temas complexos, como a obesidade, cuja abordagem exige contextualização e fundamentação científica adequada.

Bender et al. (2024) destacam que as Tecnologias de Informação e Comunicação em Saúde, possibilitam novas formas de acesso à informação e comunicação à distância.

Embora este estudo incida sobre a atenção primária na saúde no Brasil, a sua relevância é aplicável ao contexto mais amplo da comunicação digital em saúde, pois evidencia a importância das tecnologias na organização, circulação e disponibilização de informação na saúde.

No contexto português, a digitalização da saúde tem vindo a assumir uma importância crescente, sendo frequentemente associada à melhoria do acesso à informação, à otimização dos serviços e ao reforço da comunicação entre instituições de saúde e cidadãos (Brito, 2020). O desenvolvimento de plataformas digitais, *websites* institucionais e redes sociais tem contribuído para uma maior disponibilidade de informação em saúde, permitindo aos cidadãos aceder de forma mais rápida a conteúdos relacionados com a prevenção, o diagnóstico, o tratamento e a promoção da saúde (Félix-Mateus & Dias da Silva, 2023). Neste sentido, a transformação digital constitui um elemento relevante na modernização dos sistemas de saúde e na aproximação entre organizações e utilizadores dos serviços (Brito, 2020; Félix-Mateus & Dias da Silva, 2023).

A comunicação digital em saúde apresenta vantagens evidentes. Permite ampliar o alcance das mensagens, chegar a públicos diversificados, divulgar campanhas em tempo real e reforçar a visibilidade institucional. Além disso, facilita a publicação de conteúdos de educação para a saúde, contribuindo para que os cidadãos tenham acesso a informação preventiva, fora do contexto de consulta médica. Como referem Félix-Mateus e Dias da Silva (2023, p. 179), "a internet assumiu-se como um canal que se associou aos *mass media* tradicionais e que pode ser utilizado como plataforma eficaz para a difusão de conteúdos relacionados com a saúde". Esta realidade reforça o papel dos meios digitais na disseminação de informação em saúde e na aproximação entre as instituições e os cidadãos.

No entanto, existem também desafios importantes associados à comunicação digital em saúde. A crescente quantidade de informação disponível *online* pode dificultar a distinção entre fontes credíveis e fontes pouco fiáveis, exigindo dos cidadãos maiores competências de avaliação crítica da informação (Keselman et al., 2019). Nas redes sociais, os conteúdos relacionados com a saúde coexistem com publicidade, opiniões pessoais, influenciadores digitais e informação sem validação científica. Perante esta

realidade, as instituições de saúde assumem um papel relevante na produção e divulgação de conteúdos rigorosos e acessíveis, contribuindo para a promoção da literacia em saúde e para o combate à desinformação (Félix-Mateus & Dias da Silva, 2023).

No caso da obesidade, estes desafios tornam-se particularmente relevantes. A literatura refere que a obesidade é frequentemente apresentada nos meios de comunicação, através de abordagens simplificadas, centradas no peso corporal ou na responsabilidade individual, desvalorizando a complexidade dos fatores biológicos, sociais, económicos e ambientais envolvidos (Puhl & Heuer, 2010). Neste contexto, a comunicação institucional pode contribuir para uma compreensão mais abrangente da doença, enquadrando a obesidade como uma condição multifatorial e promovendo mensagens centradas na prevenção, no acompanhamento clínico, na promoção da saúde e na redução do estigma associado às pessoas com obesidade.

A comunicação digital permite ainda que os hospitais públicos e os hospitais privados desenvolvam estratégias distintas de relacionamento com os seus públicos. De acordo com Brito (2020), as plataformas digitais constituem instrumentos importantes de posicionamento institucional e de comunicação com os cidadãos. Neste sentido, as instituições privadas tendem frequentemente a utilizar os canais digitais para divulgar serviços, especialidades, eventos e fatores de diferenciação organizacional. Por sua vez, as instituições públicas apresentam frequentemente uma comunicação mais orientada para a prestação de informação de serviço público, campanhas de saúde e divulgação institucional. Embora esta distinção não seja absoluta, constitui uma dimensão relevante para a análise comparativa proposta neste estudo.

2.3. Nutrição como Tema Central da Comunicação em Saúde

A nutrição ocupa um lugar central na promoção da saúde, uma vez que os hábitos alimentares influenciam diretamente o bem-estar da população e a prevenção de diversas doenças crónicas. Contudo, a alimentação não se limita a uma escolha individual, sendo influenciada por fatores sociais, económicos, culturais, familiares e ambientais que condicionam os comportamentos alimentares dos indivíduos (Santos, 2005). Neste sentido, a comunicação da nutrição ultrapassa a simples transmissão de

recomendações alimentares, envolvendo também a sensibilização para os determinantes que influenciam os hábitos alimentares e a promoção de condições favoráveis à adoção de estilos de vida mais saudáveis. A alimentação pode, assim, ser entendida como uma dimensão relevante da saúde pública, exigindo abordagens integradas que considerem, não apenas os aspetos biológicos, mas também, os contextos sociais em que os indivíduos se inserem.

A educação alimentar e nutricional constitui uma das principais estratégias de promoção de hábitos saudáveis. Santos (2005) sublinha que a educação alimentar e nutricional deve ser pensada no contexto da promoção de práticas alimentares saudáveis, assumindo-se como uma resposta aos desafios contemporâneos no campo da saúde, alimentação e nutrição. Esta perspetiva permite compreender a comunicação nutricional como uma prática educativa e social, não limitada, apenas, ao espaço clínico.

No âmbito institucional, a comunicação da nutrição pode assumir diferentes formatos. Pode surgir através de artigos informativos, campanhas sazonais, publicações em redes sociais, eventos científicos, *workshops*, consultas especializadas ou programas de prevenção. Independentemente do formato, a sua eficácia depende da clareza da mensagem, da credibilidade da fonte e da capacidade de adaptação ao público.

A comunicação nutricional envolve desafios que ultrapassam a simples transmissão de recomendações alimentares. A evidência científica demonstra que estratégias centradas exclusivamente na responsabilização individual, tendem a revelar-se insuficientes para promover mudanças sustentadas nos comportamentos alimentares, uma vez que estes resultam da interação entre fatores sociais, económicos, culturais, psicológicos e ambientais. Neste sentido, a comunicação em saúde procura influenciar decisões e comportamentos relacionados com a promoção da saúde, considerando os diferentes contextos em que os indivíduos vivem e realizam as suas escolhas (Carvalho Teixeira, 2004). Esta perspetiva é igualmente reforçada por Lopes (2025), ao evidenciar que a comunicação nutricional deve reconhecer os determinantes sociais e ambientais da alimentação, evitando abordagens reducionistas centradas apenas na responsabilidade individual. Assim, a comunicação da nutrição beneficia de abordagens que valorizem escolhas informadas, reconhecendo, simultaneamente, os diferentes contextos que condicionam os hábitos alimentares da população.

No contexto hospitalar, a nutrição assume uma relevância particular enquanto componente da promoção da saúde e da prevenção da doença. Para além da prestação de cuidados clínicos, os hospitais desempenham um papel importante na divulgação de informação relacionada com alimentação saudável, prevenção de fatores de risco e gestão de doenças crónicas. A existência de serviços de Nutrição, consultas especializadas e conteúdos educativos contribui para reforçar a dimensão preventiva das instituições de saúde. Por outro lado, a Nutrição encontra-se frequentemente associada a diversas áreas clínicas, incluindo Endocrinologia, Cardiologia, Pediatria, Cirurgia, Oncologia e Medicina Interna, refletindo a sua importância transversal na prestação de cuidados de saúde (World Health Organization, 2024).

A relação entre a nutrição e a obesidade constitui uma das dimensões centrais deste trabalho. Embora a obesidade resulte da interação de múltiplos fatores biológicos, comportamentais, sociais e ambientais, os hábitos alimentares desempenham um papel relevante na sua prevenção e acompanhamento (Aronne, 2002). Neste contexto, a comunicação da nutrição pode contribuir para a promoção de comportamentos saudáveis quando integrada numa abordagem mais ampla que contemple atividade física, acompanhamento clínico, saúde mental e determinantes sociais da saúde.

Na comunicação institucional, a nutrição apresenta igualmente potencial para aproximar as instituições dos seus públicos. Por fazer parte do quotidiano da população, a alimentação constitui um tema acessível e facilmente relacionado com as experiências pessoais. Conteúdos relacionados com alimentação equilibrada, mitos alimentares, prevenção de doenças ou necessidades nutricionais em diferentes fases da vida, tendem a despertar interesse e a favorecer o envolvimento dos utilizadores com os canais digitais das instituições de saúde (Félix-Mateus & Dias da Silva, 2023).

Contudo, precisamente por ser um tema amplamente discutido no espaço público, a nutrição encontra-se particularmente exposta à circulação de desinformação. Dietas milagrosas, promessas de emagrecimento rápido, suplementos sem evidência científica e conteúdos produzidos por fontes não especializadas são frequentemente disseminados através das plataformas digitais. Segundo Keselman et al. (2019), a crescente disponibilidade de informação em saúde no ambiente digital, torna essencial o desenvolvimento de competências de avaliação crítica da informação. Neste contexto,

hospitais e instituições de saúde desempenham um papel relevante na disponibilização de conteúdos baseados em evidência científica e na valorização da intervenção de profissionais qualificados, como nutricionistas, médicos e equipas multidisciplinares.

Assim, a nutrição constitui não apenas um tema clínico, mas também um objeto comunicacional. A forma como é apresentada pelas instituições de saúde influencia a perceção pública sobre alimentação, doença, prevenção e responsabilidade individual. Esta dimensão será particularmente importante na análise comparativa entre o Hospital Eduardo Santos Silva e o Trofa Saúde Gaia.

2.4. Obesidade como Caso de Estudo

A obesidade é atualmente reconhecida como um dos principais desafios de saúde pública a nível mundial. Trata-se de uma condição complexa e multifatorial, associada à interação entre fatores biológicos, genéticos, comportamentais, sociais, económicos e ambientais (Aronne, 2002; World Health Organization, 2024). A literatura tem demonstrado que a obesidade não pode ser explicada, exclusivamente pelas escolhas individuais, relacionadas com alimentação ou atividade física, uma vez que diversos determinantes influenciam o seu desenvolvimento e progressão. Neste sentido, a sua prevenção e acompanhamento exigem abordagens integradas e multidisciplinares, envolvendo diferentes profissionais e áreas de intervenção.

A comunicação relativa à obesidade constitui uma área particularmente sensível devido ao risco de reforço do estigma, associado ao excesso de peso. Diversos estudos demonstram que as pessoas com obesidade, são frequentemente alvo de estereótipos e preconceitos que tendem a responsabilizá-las, excessivamente, pela sua condição, ignorando fatores sociais, clínicos e ambientais relevantes (Puhl & Heuer, 2010). Este tipo de representação pode contribuir para sentimentos de culpa, vergonha e discriminação, dificultando, inclusivamente, a procura de cuidados de saúde. Por essa razão, a literatura destaca a importância de abordagens comunicacionais, que promovam uma compreensão mais humanizada relativamente à obesidade e que evitem discursos estigmatizantes ou discriminatórios.

Do ponto de vista comunicacional, a obesidade pode ser abordada em diferentes níveis. Numa perspetiva preventiva, a comunicação pode centrar-se na promoção de hábitos

alimentares saudáveis, atividade física e adoção de estilos de vida, promotores de saúde. Paralelamente, a obesidade pode ser comunicada como uma condição clínica que exige diagnóstico, acompanhamento especializado e intervenção terapêutica adequada. Por fim, pode também ser enquadrada enquanto questão social e de saúde pública, relacionada com desigualdades sociais, acesso aos cuidados de saúde, determinantes ambientais e políticas de promoção da saúde (World Health Organization, 2024). Esta multiplicidade de abordagens reflete a complexidade da doença e a necessidade de estratégias comunicacionais adaptadas aos diferentes públicos e contextos.

O IV Congresso de Obesidade do Trofa Saúde constitui um exemplo relevante para este estudo, uma vez que concentrou, durante o mês de março de 2026, uma estratégia de comunicação institucional em torno da obesidade. Segundo a página oficial do evento, o congresso decorreu entre 04 e 06 de março de 2026, no Trofa Saúde Gaia, com um programa dedicado a profissionais de saúde e temas como a prevenção comunitária, a obesidade pediátrica, a estratificação de risco, a terapêutica farmacológica, a cirurgia bariátrica/metabólica e o seguimento longitudinal.

A existência de conferências e *workshops* associados ao congresso demonstra que a comunicação da obesidade, neste caso, foi dirigida sobretudo a um público profissional. Ainda assim, a divulgação pública do evento no *website* institucional contribuiu para dar visibilidade ao tema e reforçar a imagem do Trofa Saúde, como uma instituição ativa na discussão científica da obesidade. O evento permitiu observar como uma instituição de saúde privada pode utilizar a comunicação digital para articular educação científica, posicionamento institucional e promoção dos serviços de saúde.

A obesidade, enquanto caso de estudo, permite analisar a forma como as instituições equilibram informação científica e comunicação institucional. No caso de uma instituição privada, a comunicação de eventos científicos pode contribuir para reforçar prestígio, diferenciação e especialização clínica. No caso de uma instituição pública, a comunicação pode estar mais orientada para campanhas de saúde pública, informação aos utentes ou divulgação de iniciativas comunitárias.

A análise da obesidade enquanto tema comunicacional é, por isso, pertinente para compreender as diferenças entre presença institucional, estratégia digital e promoção da saúde. Mais do que avaliar qual a instituição que comunica “melhor”, este trabalho

pretende compreender como cada uma das instituições comunica, que canais utiliza, que conteúdos privilegia e que lugar atribui à nutrição e à obesidade na sua comunicação.

3. Metodologia

3.1. Tipo de Estudo

O presente estudo assume uma natureza comparativa, recorrendo a uma abordagem predominantemente qualitativa, complementada por elementos quantitativos relacionados com a frequência e tipologia dos conteúdos analisados. A análise comparativa constitui uma metodologia amplamente utilizada nas Ciências Sociais e da Comunicação, permitindo identificar semelhanças, diferenças e padrões entre casos distintos, contribuindo para uma compreensão mais aprofundada dos fenómenos em estudo (Flick, 2014). Segundo este autor, a comparação representa uma estratégia relevante para interpretar práticas sociais e organizacionais em diferentes contextos, possibilitando a identificação de características específicas e elementos comuns entre os casos analisados.

Neste contexto, o presente estudo procura analisar a comunicação da nutrição e da obesidade em duas instituições de saúde pertencentes a setores distintos: o Hospital Eduardo Santos Silva, integrado na Unidade Local de Saúde Gaia/Espinho (ULSGE), enquanto instituição pública, e o Trofa Saúde Gaia, enquanto instituição privada. A comparação entre estas duas organizações permite explorar possíveis diferenças nas estratégias de comunicação digital utilizadas para abordar temas relacionados com a promoção da saúde, a nutrição e a obesidade.

Embora a investigação apresente uma orientação predominantemente qualitativa, foram igualmente considerados indicadores quantitativos, nomeadamente a frequência das publicações e a presença de conteúdos relacionados com a nutrição e a obesidade, permitindo complementar a interpretação dos resultados obtidos. A predominância da abordagem qualitativa justifica-se pelo facto de o principal objetivo do estudo consistir na análise e interpretação dos conteúdos publicados pelas instituições de saúde, procurando compreender as estratégias de comunicação adotadas, os temas privilegiados, as mensagens transmitidas e as diferenças entre os dois casos analisados. Os indicadores quantitativos assumem, assim, uma função complementar, contribuindo para descrever a frequência e a distribuição dos conteúdos, sem constituírem o foco central do estudo. Conforme refere Rodrigues (2025), a investigação qualitativa privilegia a compreensão dos fenómenos no seu contexto e a interpretação dos

significados, enquanto que os dados quantitativos podem ser utilizados para complementar e enriquecer a análise, desde que estejam subordinados aos objetivos da investigação.

A componente quantitativa da investigação centra-se na observação da frequência de conteúdos publicados, dos formatos utilizados e das temáticas abordadas. A componente qualitativa procura interpretar os objetivos comunicacionais, a linguagem utilizada, os públicos-alvo e a forma como as instituições enquadram a obesidade enquanto tema de comunicação em saúde.

Esta combinação metodológica permite uma análise mais abrangente, não limitada à quantidade de conteúdos publicados, mas também à forma como esses conteúdos são construídos e apresentados aos diferentes públicos.

3.2. Amostra

A amostra deste estudo é constituída pelos conteúdos digitais relacionados com nutrição e obesidade publicados pelo Hospital Eduardo Santos Silva, integrado na Unidade Local de Saúde Gaia/Espinho, e pelo Trofa Saúde Gaia durante o período compreendido entre 01 e 31 de março de 2026.

Foram incluídos na análise conteúdos disponibilizados nos *websites* institucionais e nas redes sociais das duas organizações, nomeadamente, notícias, artigos, publicações, campanhas, eventos, conteúdos educativos e outras comunicações relacionadas com as temáticas da nutrição e da obesidade. A seleção destes conteúdos teve como objetivo identificar a forma como cada instituição comunica estes temas, junto dos seus públicos.

As duas instituições foram selecionadas por representarem realidades distintas do setor da saúde, correspondendo, respetivamente, a uma organização pública e a uma organização privada, localizadas no mesmo contexto geográfico. Esta opção permite comparar estratégias comunicacionais desenvolvidas em contextos organizacionais diferentes, contribuindo para uma análise mais aprofundada da comunicação digital em saúde.

3.3. Limites Temporais

O período de análise compreende os dias 01 a 31 de março de 2026.

A escolha deste intervalo temporal está relacionada com a realização do IV Congresso de Obesidade do Trofa Saúde, que decorreu entre os dias 04 e 06 de março de 2026, no Trofa Saúde Gaia. Este evento gerou diversos conteúdos relacionados com a obesidade, nutrição, prevenção e promoção da saúde, constituindo um elemento particularmente relevante para a investigação.

A delimitação temporal permite igualmente observar a comunicação desenvolvida pelas duas instituições durante o mesmo período, garantindo condições de comparação semelhantes.

3.4. Canais de Comunicação Analisados

A análise incidiu sobre os *websites* institucionais e as redes sociais (Facebook, Instagram e LinkedIn) das duas instituições.

O *website* institucional foi considerado o principal canal oficial de comunicação, permitindo identificar notícias, artigos clínicos, eventos científicos, campanhas e informações dirigidas à população.

As redes sociais foram selecionadas devido ao seu papel crescente na comunicação em saúde. Estas plataformas permitem às instituições divulgar conteúdos de sensibilização, promover iniciativas, reforçar a proximidade com os cidadãos e aumentar a visibilidade dos seus serviços.

Tabela 1 - Canais de Comunicação Analisados

Instituição	Website	Facebook	Instagram	LinkedIn
Hospital Eduardo Santos Silva	Sim	Sim	Sim	Sim
Trofa Saúde Gaia	Sim	Sim	Sim	Sim

3.5. Critérios de Análise

A análise dos conteúdos foi realizada com base nos seguintes critérios:

- Frequência das publicações;
- Temática principal;
- Formato utilizado;
- Público-alvo;
- Objetivo comunicacional;
- Existência de campanhas ou eventos;
- Grau de envolvimento visível.

Estes critérios permitiram identificar padrões de comunicação e compreender a importância atribuída à nutrição e à obesidade por cada instituição.

Tabela 2 - Critérios de Análise

Critério	Descrição
Frequência	Número e regularidade das publicações
Temática	Nutrição, obesidade, prevenção, promoção da saúde, eventos científicos
Formato	Artigos, notícias, imagens, vídeos, cartazes digitais
Público-Alvo	População geral, doentes e profissionais de saúde
Objetivo Comunicacional	Informar, sensibilizar, educar e promover
Engagement	Gostos, comentários e partilhas visíveis
Observações	Aspetos relevantes da comunicação

4. Resultados

4.1. Análise dos Canais Digitais do Hospital Eduardo Santos Silva

A análise dos canais digitais do Hospital Eduardo Santos Silva integrado na Unidade Local de Saúde Gaia/Espinho revelou uma comunicação predominantemente institucional e informativa, durante o período compreendido entre 01 e 31 de março de 2026.

Os conteúdos identificados encontravam-se maioritariamente relacionados com a divulgação de serviços, informações aos utentes, iniciativas institucionais e atividades desenvolvidas pela organização. O *website* institucional apresentou informação relativa a diferentes especialidades médicas, incluindo Nutrição e Endocrinologia, evidenciando a existência de estruturas clínicas dedicadas a estas áreas.

Apesar da presença destes serviços, não foram identificadas campanhas digitais de grande visibilidade, especificamente relacionadas com a obesidade durante o período analisado. A comunicação observada apresentou um carácter funcional, centrado na disponibilização de informação institucional e na prestação de esclarecimentos à população.



Figura 1 - Printscreen do Website do Hospital Eduardo Santos Silva (parte das notícias)

Esta realidade não significa a ausência de atividade clínica relacionada com a obesidade ou com a nutrição. No entanto, a análise dos canais digitais sugere que estas temáticas não assumiram um papel central na comunicação pública da instituição, durante o mês de março de 2026.

Também não foram identificadas campanhas específicas associadas ao Dia Mundial da Obesidade ou iniciativas digitais de sensibilização, com o mesmo destaque, como o observado na instituição privada analisada.

Durante o período analisado, os conteúdos identificados nos canais digitais da ULS Gaia/Espinho, centraram-se sobretudo na divulgação de serviços clínicos, informações institucionais e iniciativas dirigidas aos utentes. Embora tenham sido identificadas referências a especialidades relacionadas com a nutrição, não foram encontrados conteúdos especificamente dedicados à prevenção da obesidade, à sensibilização para fatores de risco ou à divulgação de campanhas associadas ao Dia Mundial da Obesidade. Esta ausência constituiu um dado relevante para a investigação, uma vez que evidencia uma reduzida visibilidade pública da temática durante o mês de março de 2026.

De uma forma geral, a estratégia comunicacional observada, revelou uma orientação mais institucional, focada na divulgação dos serviços e das informações úteis para os utentes.

4.2. Análise dos Canais Digitais do Trofa Saúde Gaia

A análise dos canais digitais do Trofa Saúde Gaia revelou uma comunicação significativamente mais ativa, relativamente à obesidade e à nutrição durante o mês de março de 2026.

O principal destaque correspondeu à realização do IV Congresso de Obesidade do Trofa Saúde, que decorreu entre os dias 04 e 06 de março de 2026. O evento foi amplamente divulgado através do *website* institucional e das redes sociais da organização, originando uma presença digital consistente ao longo do período analisado.



Figura 2 - Printscreen do Website do Trofa Saúde (divulgação do IV Congresso de Obesidade)

No *website* institucional foram identificadas notícias, páginas dedicadas ao congresso, programas científicos e informações relacionadas com *workshops* e conferências. Os conteúdos abordavam temas como a obesidade pediátrica, a prevenção comunitária, a terapêutica farmacológica, a cirurgia bariátrica e metabólica, o combate ao estigma associado à obesidade, a literacia em saúde e o papel da nutrição no tratamento da doença.

A comunicação desenvolvida procurou apresentar a obesidade como uma doença crónica multifatorial, reforçando a necessidade de uma abordagem integrada e multidisciplinar.

A análise das publicações permitiu, igualmente, identificar exemplos concretos da forma como a instituição enquadrou a obesidade na sua comunicação digital. Na publicação que assinalou o Dia Mundial da Obesidade, divulgada a 04 de março de 2026, a obesidade foi apresentada como uma doença crónica, complexa e multifatorial, sendo destacada a importância da prevenção, do diagnóstico e do tratamento integrado. O conteúdo alertava, ainda, para a associação da obesidade a problemas

cardiovasculares, diabetes tipo 2, apneia do sono e outras patologias, evidenciando uma preocupação em sensibilizar a população para os riscos da doença.

De igual modo, numa publicação divulgada após o congresso, foi destacada a sessão “O Tratamento da Obesidade no Mundo Real: uma abordagem multimodal”, que reuniu especialistas das áreas de Endocrinologia, Nutrição e Cirurgia Geral. A valorização desta sessão demonstra a preocupação da instituição em comunicar a obesidade como uma condição, que exige intervenção multidisciplinar e acompanhamento especializado.

Para além dos conteúdos presentes no *website*, a análise das redes sociais permitiu identificar uma estratégia de sensibilização dirigida à população.

No dia 04 de março de 2026, data em que se assinalou o Dia Mundial da Obesidade, o Trofa Saúde publicou um conteúdo dedicado à temática no seu Instagram. A publicação destacou a importância da prevenção, do diagnóstico precoce e do tratamento integrado da obesidade, caracterizando-a como uma doença complexa que exige acompanhamento especializado.

A mensagem alertava ainda para os impactos da obesidade na saúde, referindo o aumento do risco de doenças cardiovasculares, diabetes tipo 2, apneia do sono e outras patologias associadas.

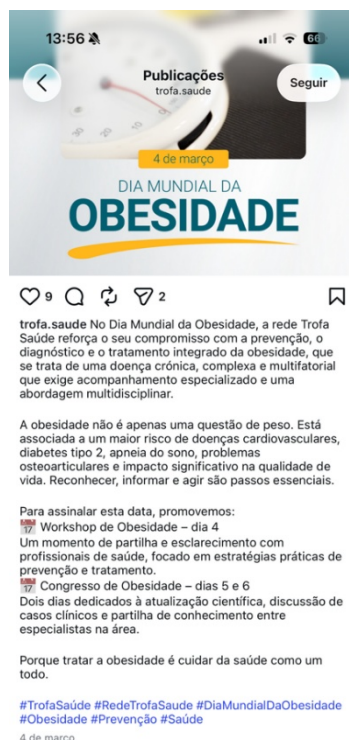


Figura 3 - Printscreen do Instagram do Trofa Saúde (publicação de dia 04 de março de 2026, com a mensagem relativa à obesidade)

Esta publicação evidencia uma preocupação da instituição, em promover a literacia em saúde e sensibilizar a população para um problema de saúde pública, cada vez mais relevante.

Foi igualmente identificada uma publicação divulgada a 11 de março de 2026 relacionada com o IV Congresso de Obesidade. O conteúdo destacou a sessão “O Tratamento da Obesidade no Mundo Real: uma abordagem multimodal”, moderada pelo Professor Doutor Gil Faria e contando com especialistas das áreas de Endocrinologia, Nutrição e Cirurgia Geral.

A publicação reforçou a importância da colaboração entre diferentes especialidades médicas no tratamento da obesidade, demonstrando a valorização de uma abordagem multidisciplinar.

A análise global dos conteúdos demonstra que o Trofa Saúde utilizou os seus canais digitais para informar, sensibilizar, promover eventos científicos e reforçar a sua imagem institucional enquanto entidade de referência na abordagem da obesidade.

4.3. Comunicação da Obesidade: comparação entre as instituições

A comparação entre o Hospital Eduardo Santos Silva/ULSGE e o Trofa Saúde Gaia evidencia diferenças significativas relativamente à comunicação digital da obesidade.

A principal diferença observada relaciona-se com a visibilidade atribuída ao tema. Enquanto o Trofa Saúde dedicou uma parte substancial da sua comunicação digital à obesidade durante o mês de março de 2026, o Hospital Eduardo Santos Silva não apresentou conteúdos públicos com o mesmo grau de destaque.

Outra diferença importante diz respeito à utilização de eventos científicos como ferramenta de comunicação. O Trofa Saúde aproveitou a realização do IV Congresso de Obesidade para produzir conteúdos destinados, tanto à população como aos profissionais de saúde, aumentando a visibilidade da temática nos seus canais digitais.

Verificou-se igualmente uma diferença ao nível dos públicos-alvo. A comunicação do Trofa Saúde dirigiu-se simultaneamente à população em geral e aos profissionais de saúde, enquanto a comunicação observada na ULS Gaia/Espinho apresentou um carácter mais direcionado para os utentes e para a comunidade local.

Um aspeto particularmente relevante foi a utilização do Dia Mundial da Obesidade enquanto oportunidade comunicacional. O Trofa Saúde integrou esta efeméride na sua estratégia digital, reforçando a sensibilização para a doença e promovendo mensagens educativas. Durante o mesmo período, não foram identificadas iniciativas semelhantes nos canais analisados da instituição pública.

A comunicação do Trofa Saúde revelou ainda uma forte ligação à divulgação científica e à formação contínua, através da promoção de palestras, *workshops* e sessões científicas. Esta dimensão não foi evidente na comunicação digital observada na instituição pública.

Tabela 3 - Comparação entre as Instituições

Critério	Hospital Eduardo Santos Silva	Trofa Saúde Gaia
Tipo de Instituição	Pública	Privada
Comunicação da Obesidade	Pouco visível	Muito visível
Comunicação da Nutrição	Funcional	Estratégica
Realização de Eventos Científicos	Reduzida	Elevada
Comunicação Educativa	Moderada	Elevada
Utilização de Datas Comemorativas	Não identificada	Dia Mundial da Obesidade
Integração <i>Website</i> + Redes Sociais	Limitada	Forte
Público-Alvo Predominante	Utentes e Comunidade	População/Profissionais de Saúde
Divulgação Científica	Reduzida	Elevada
Visibilidade da Temática	Baixa	Elevada

Os resultados da tabela evidenciam que as diferenças observadas não se limitaram à quantidade de conteúdos publicados. Enquanto o Trofa Saúde Gaia integrou a obesidade em diferentes formatos comunicacionais, incluindo notícias, publicações em redes sociais, conteúdos associados ao Dia Mundial da Obesidade e divulgação de eventos científicos, o Hospital Eduardo Santos Silva apresentou uma comunicação predominantemente centrada na divulgação institucional. Esta diferença sugere uma utilização mais estratégica da comunicação digital por parte da instituição privada, para reforçar a visibilidade da temática e promover a literacia em saúde.

4.4. Discussão dos Resultados

Os resultados obtidos permitem verificar diferenças relevantes entre a comunicação digital desenvolvida por uma instituição pública e por uma instituição privada, relativamente à temática da nutrição e da obesidade. A análise realizada demonstra que o Trofa Saúde Gaia atribuiu uma visibilidade significativamente superior a estas temáticas durante o período em estudo, recorrendo de forma integrada ao *website* institucional e às redes sociais para divulgar conteúdos científicos, promover eventos e sensibilizar a população.

Uma das diferenças mais evidentes observadas, relaciona-se com a visibilidade atribuída à obesidade nos canais digitais das duas instituições. No caso do Trofa Saúde Gaia, foi identificada a existência de páginas específicas dedicadas ao IV Congresso de Obesidade, contendo informação relativa ao programa científico, datas, local de realização, inscrições e público-alvo. Estes conteúdos demonstram uma utilização do *website* institucional como plataforma de divulgação científica e de promoção de eventos especializados na área da obesidade.

A análise dos conteúdos publicados permitiu igualmente identificar exemplos concretos, da forma como a instituição enquadrou a obesidade, na sua comunicação digital. Numa publicação divulgada a 04 de março de 2026, no âmbito do Dia Mundial da Obesidade, a doença foi apresentada como uma condição crónica, complexa e multifatorial, sendo destacada a importância da prevenção, do diagnóstico e do tratamento integrado. A publicação alertava, ainda, para os riscos associados à obesidade, nomeadamente, o aumento da probabilidade de desenvolvimento de doenças cardiovasculares, diabetes tipo 2, apneia do sono e outras patologias associadas.

Foi igualmente identificada uma publicação divulgada após o congresso, que destacava a sessão “O Tratamento da Obesidade no Mundo Real: uma abordagem multimodal”. Esta sessão reuniu especialistas das áreas de Endocrinologia, Nutrição e Cirurgia Geral, evidenciando a valorização de uma abordagem multidisciplinar no tratamento da obesidade. A presença de profissionais de diferentes especialidades e a participação de uma nutricionista no programa científico, reforçam a integração da nutrição na estratégia institucional de comunicação da obesidade.

Por sua vez, durante o período analisado, não foram identificados nos canais digitais do Hospital Eduardo Santos Silva, integrado na Unidade Local de Saúde Gaia/Espinho, conteúdos relacionados com a obesidade, com o mesmo nível de visibilidade. Os conteúdos observados centraram-se, maioritariamente, na divulgação de serviços clínicos, informações institucionais e iniciativas dirigidas aos utentes. Embora tenham sido identificadas referências a especialidades relacionadas com a nutrição, não foram encontradas campanhas específicas de sensibilização para a obesidade, nem iniciativas associadas ao Dia Mundial da Obesidade.

A comparação entre as instituições demonstra que as diferenças observadas não se limitaram à quantidade de conteúdos publicados. Enquanto o Trofa Saúde Gaia integrou a obesidade em diferentes formatos comunicacionais, incluindo notícias, publicações em redes sociais, divulgação de eventos científicos e conteúdos educativos, o Hospital Eduardo Santos Silva apresentou uma comunicação predominantemente institucional e informativa. Esta diferença sugere uma utilização mais estratégica da comunicação digital, por parte da instituição privada, para reforçar a visibilidade da temática e promover a literacia em saúde.

Os resultados obtidos vão ao encontro da literatura apresentada no enquadramento teórico. Tal como referem Félix-Mateus e Dias da Silva (2023), a comunicação digital pode constituir um instrumento relevante para aproximar as instituições dos cidadãos e promover a literacia em saúde. No caso do Trofa Saúde Gaia, verificou-se uma utilização dos canais digitais que ultrapassou a simples divulgação institucional, incorporando conteúdos de sensibilização, educação e divulgação científica.

Os resultados permitem igualmente confirmar que a comunicação digital da obesidade assumiu maior relevância estratégica na instituição privada analisada. A realização do IV Congresso de Obesidade, a utilização do Dia Mundial da Obesidade, como oportunidade comunicacional e a divulgação contínua de conteúdos científicos, contribuíram para uma presença digital consistente da temática. Por sua vez, o Hospital Eduardo Santos Silva apresentou uma comunicação mais centrada na prestação de informação institucional e na divulgação de serviços, não tendo sido identificados conteúdos relacionados com a obesidade, com o mesmo grau de destaque.

Assim, os resultados evidenciam diferentes formas de utilização da comunicação digital em contexto hospitalar, demonstrando que a obesidade pode assumir níveis distintos de visibilidade e prioridade estratégica, consoante os objetivos comunicacionais e organizacionais das instituições analisadas.

Conclusão

A comunicação em saúde assume, atualmente, um papel fundamental na promoção do bem-estar, na prevenção da doença e na aproximação entre as instituições de saúde e a população. O desenvolvimento das tecnologias digitais e a crescente procura de informação relacionada com a saúde por parte dos cidadãos, tornaram os *websites* institucionais e as redes sociais, em ferramentas essenciais para a divulgação de conteúdos informativos, educativos e científicos. Neste contexto, a comunicação da nutrição e da obesidade constitui uma área de particular relevância, uma vez que, estas temáticas estão diretamente relacionadas com a prevenção de doenças e com a promoção de estilos de vida saudáveis.

O presente estudo teve como principal objetivo analisar e comparar a comunicação da nutrição e da obesidade desenvolvida pelo Hospital Eduardo Santos Silva, integrado na Unidade Local de Saúde Gaia/Espinho, e pelo Trofa Saúde Gaia, durante o período compreendido entre 01 e 31 de março de 2026. A investigação procurou compreender de que forma estas duas instituições utilizam os seus canais digitais para comunicar temas relacionados com a saúde, identificando as principais estratégias utilizadas, os conteúdos divulgados e os públicos a que se dirigem.

Os resultados obtidos permitiram verificar diferenças significativas entre as duas instituições. A análise revelou que o Trofa Saúde Gaia apresentou uma comunicação digital mais ativa e visível relativamente à obesidade, sobretudo devido à realização do IV Congresso de Obesidade. A divulgação do evento através do *website* institucional e das redes sociais gerou diversos conteúdos relacionados com a prevenção, o diagnóstico, o tratamento e o acompanhamento da obesidade, evidenciando uma estratégia comunicacional estruturada e orientada para a sensibilização da população e para a divulgação científica.

A comunicação desenvolvida pelo Trofa Saúde destacou igualmente a importância da abordagem multidisciplinar da obesidade, integrando contributos de diferentes áreas da saúde, nomeadamente Endocrinologia, Nutrição e Cirurgia Geral. A utilização do Dia Mundial da Obesidade como oportunidade de sensibilização reforçou ainda mais a visibilidade da temática nos canais digitais da instituição, demonstrando uma

preocupação em promover a literacia em saúde e consciencializar a população para os riscos associados à doença.

Por sua vez, a análise dos canais digitais do Hospital Eduardo Santos Silva revelou uma comunicação predominantemente institucional e informativa. Embora a instituição disponha de serviços especializados nas áreas da Nutrição e da Endocrinologia, não foram identificados conteúdos relacionados com a obesidade ou com a promoção da nutrição saudável, com o mesmo grau de destaque observado no Trofa Saúde Gaia. A comunicação analisada apresentou um carácter mais funcional, centrado na divulgação de informações institucionais e de serviços destinados aos utentes.

Os resultados permitem concluir que a comunicação digital da obesidade assumiu uma relevância estratégica mais evidente na instituição privada analisada. Esta diferença parece estar associada, não apenas à realização de um congresso científico dedicado ao tema, mas também a uma utilização mais intensiva dos canais digitais como instrumentos de sensibilização, promoção da saúde e reforço da imagem institucional.

Importa, contudo, salientar que os resultados deste estudo devem ser interpretados à luz das suas limitações. A investigação incidiu apenas sobre duas instituições de saúde e num período temporal relativamente reduzido, correspondente ao mês de março de 2026. Além disso, a análise foi realizada exclusivamente com base em conteúdos publicamente disponíveis nos *websites* e redes sociais das instituições, não permitindo avaliar outras ações de comunicação desenvolvidas internamente ou através de canais não acessíveis ao público.

Apesar destas limitações, o estudo contribuiu para uma melhor compreensão do papel da comunicação digital na área da saúde e evidenciou a importância crescente das estratégias de comunicação, na divulgação de temas relacionados com a nutrição e a obesidade. A investigação demonstra que a forma como as instituições comunicam estes temas pode influenciar a visibilidade das problemáticas de saúde pública e contribuir para o aumento da literacia em saúde da população.

Como sugestão para futuros estudos, seria interessante alargar a análise a um maior número de instituições públicas e privadas, bem como incluir outros períodos temporais e diferentes plataformas digitais. Poderia igualmente ser relevante analisar a perceção

dos utilizadores, relativamente aos conteúdos publicados pelas instituições de saúde, permitindo compreender de que forma a comunicação digital influencia conhecimentos, atitudes e comportamentos relacionados com a saúde.

Em suma, conclui-se que a comunicação digital constitui atualmente uma ferramenta estratégica para as instituições de saúde, desempenhando um papel relevante na promoção da saúde, na divulgação de conhecimento científico e na sensibilização da população para temas de elevada importância social, como a nutrição e a obesidade.

Referências Bibliográficas

- Aronne, L. J. (2002). Classification of obesity and assessment of obesity-related health risks. *Obesity Research*, 10(S12), 105S–115S. <https://doi.org/10.1038/oby.2002.203>
- Bender, J. D., Facchini, L. A., Tomasi, E., Thumé, E., Silva, S. M., Dilélio, A. S., & Piccini, R. X. (2024). O uso de tecnologias de informação e comunicação em saúde na atenção primária à saúde no Brasil, de 2014 a 2018. *Ciência & Saúde Coletiva*, 29(1). <https://doi.org/10.1590/1413-81232024291.19882022>
- Brito, D. V. (2020). Posicionamento digital das Unidades de Saúde Pública em Portugal Continental. *Comunicação Pública*, 15(29). <https://journals.openedition.org/cp/11297>
- Carvalho Teixeira, J. A. (2004). Comunicação em saúde: Relação técnicos de saúde–utentes. *Análise Psicológica*, 22(3), 615–620.
- Chaves, L. V. (2025). Literacia em saúde digital. *Servir*, 73(1), 39–46.
- Costa, A. T. S. T. (2019). *Campanhas de comunicação pública em nutrição: O impacto na promoção de hábitos alimentares saudáveis em Portugal* (Dissertação de mestrado). ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa.
- Direção-Geral da Saúde. (2024). *Programa Nacional para a Promoção da Alimentação Saudável*. Direção-Geral da Saúde. <https://alimentacaosaudavel.dgs.pt>
- Diviani, N., van den Putte, B., Giani, S., & van Weert, J. C. M. (2018). Low health literacy and evaluation of online health information: A systematic review of the literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(8), 1643. <https://doi.org/10.3390/ijerph15081643>
- Félix-Mateus, A., & Dias da Silva, L. (2023). Comunicação digital: Estratégia na literacia em saúde. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 28, 174–189. <https://doi.org/10.35742/rcci.2023.28.e288>
- Flick, U. (2014). Qualitative comparative practices: Dimensions, cases and strategies. In U. Flick (Ed.), *The SAGE handbook of qualitative data analysis* (pp. 401–414). SAGE Publications.

- Keselman, A., Arnott Smith, C., Murcko, A. C., & Kaufman, D. R. (2019). Evaluating the quality of health information in a changing digital ecosystem. *Journal of Medical Internet Research*, 21(2), e11129. <https://doi.org/10.2196/11129>
- Lopes, C. S. V. (2025). *Combater o estigma de peso com informação: Um estudo experimental* (Dissertação de mestrado). ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa.
- Puhl, R. M., & Heuer, C. A. (2010). Obesity stigma: Important considerations for public health. *American Journal of Public Health*, 100(6), 1019–1028. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2009.159491>
- Rodrigues, R. F., & Silva, R. O. da. (2025). A utilização do estudo de caso na pesquisa qualitativa: Uma abordagem teórica. *Revista da FAE*, 28. <https://doi.org/10.55388/revistadafae.v28.854>
- Santos, L. A. S. (2005). Educação alimentar e nutricional no contexto da promoção de práticas alimentares saudáveis. *Revista de Nutrição*, 18(5), 681–692. <https://doi.org/10.1590/S1415-52732005000500011>
- Trofa Saúde. (2026). *IV Congresso de Obesidade Trofa Saúde decorre de 4 a 6 de março de 2026 com foco na criação de valor em saúde*. Trofa Saúde.
- Trofa Saúde. (2026). *IV Congresso de Obesidade – Workshops*. Trofa Saúde.
- Unidade Local de Saúde Gaia e Espinho. (2026). *Serviço de Nutrição*. Unidade Local de Saúde Gaia e Espinho.
- World Health Organization. (2021). *Communication for Health (C4H): Strategic Framework 2020–2030*. World Health Organization.
- World Health Organization. (2021). *Global action plan on physical activity 2018–2030: More active people for a healthier world*. World Health Organization.
- World Health Organization. (2022). *European regional obesity report 2022*. World Health Organization Regional Office for Europe.

World Health Organization. (2024). *Obesity and overweight*. World Health Organization. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-over>

Anexos

Anexo A

Notícias

Varanda do Hospital Eduardo Santos Silva transformada em jardim
Varanda do Hospital Eduardo Santos Silva transformada em

Notícias

Cardiorádica da ULSGE premiada no congresso nacional da especialidade
O Serviço de Cirurgia Cardiorádica e Vascular da

Notícias

Cirurgiões pediátricos da ULS Gaia-Espinho
Cirurgiões pediátricos da ULS Gaia-Espinho integram órgãos

Notícias

ULSGE realiza com sucesso implantação de “coração artificial”
Intervenção com dispositivo HeartMate 3 reforça a capacidade

Notícias

ULS Gaia e Espinho inaugura nova ala de Cardiologia com presença da Ministra da Saúde
Gaia, 25 de Agosto – A Ministra da Saúde, Ana Paula Martins,

Notícias

Estudo Inédito Revela Abordagens Personalizadas para Gerir a Síndrome de Anorexia-Caquexia
Uma investigação recentemente publicada no Journal of Clinical

 **SNS** SERVIÇO NACIONAL DE SAÚDE

 UNIDADE LOCAL DE SAÚDE GAIA E ESPINHO

 **SNS 24**
808 24 24 24



Anexo B

 **TrofaSaúde**

Hospitais Doenças Corpo Clínico

Página Inicial · Eventos · IV Congresso de Obesidade – Conferências: Dia 1

IV Congresso de Obesidade – Conferências: Dia 1

publicado em 09 Dez. 2025

 **TrofaSaúde**

EVENTO PRESENCIAL

IV CONGRESSO DE OBESIDADE

Obesidade: investir em saúde para poupar na doença.

4, 5 E 6 • MARÇO • 2026

INSCRIÇÕES ABERTAS

Terminado

36

Anexo C

