



Disponível em
<http://www.desafioonline.com.br/publicações>
Desafio Online, Campo Grande, v. 3, n. 3, Set./Dez. 2015



**ANÁLISE DAS DIMENSÕES DISCIPLINARES NO CONTEÚDO DA MÍDIA
NORTE-AMERICANA SOBRE OBESOGENICIDADE NO PERÍODO 2003-2013**

**ANALYSIS OF DISCIPLINARY DIMENSIONS IN THE CONTENT OF THE
AMERICAN MEDIA RELATED TO OBESITY AMONG 2003-2013**

Caroline Pauletto Spanhol Finocchio
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Escola de Administração e Negócios (ESAN)
caroline.spanhol@ufms.br
67 3345 3904

Homero Dewes
Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócio (CEPAN)
hdewes@ufrgs.br

Resumo

A obesidade decorre de um processo multifatorial que envolve tanto aspectos biológicos, comportamentais como ambientais. Nesse sentido, buscou-se identificar quais dimensões disciplinares estão presentes nas publicações sobre obesogenicidade na mídia norte-americana, especificamente nos jornais The New York Times e The Washington Post no período 2003-2013. Para a análise das publicações, foi elaborada uma estrutura analítica, baseada em dicionários de palavras-chave representativas das dimensões disciplinares e do agronegócio. Para a sua construção, foram utilizados 4.648 artigos científicos sobre o tema disponíveis no portal Web of Science. Os resultados revelaram a predominância da dimensão Ciências da Saúde, seguida da Multidisciplinar, Agronegócio, Ciências Sociais, Ciências da Vida e por último das Ciências Físicas. Evidenciou-se que a obesogenicidade tem sido enquadrada predominante sob a perspectiva das Ciências da Saúde. Ressalta-se, também, que as Ciências da Saúde apresentam elevada similaridade com as demais, sobretudo com as Ciências da Vida.

Palavras-chave: obesidade, ambiente obesogênico, mineração de texto, análise de conteúdo

Abstract

Obesity results from a multifactorial process involving biological, behavioral, and environmental aspects. In this sense, the aim of this study was to identify which areas of knowledge are present in the publications related to obesity of The New York Times and The Washington Post from 2003 to 2013. For the publications analysis, an analytical framework based on dictionaries of keywords related to disciplinary dimensions and agribusiness was prepared. For its construction have been used 4,648 scientific articles on the subject available in Web of Science. The results showed the prevalence of Health Sciences, followed by the Multidisciplinary, Agribusiness, Social Sciences, Life Sciences and lastly Physical Science. It showed that the media has framed the obesogenicidade in a predominant way, from the perspective of Health Sciences which has high similarity to the others, especially with the Life Sciences.

Key words: obesity, obesogenic environment, text mining, content analysis

1 INTRODUÇÃO

A degradação ambiental, a perda da biodiversidade, a pobreza persistente, o aumento da epidemia de obesidade, a insegurança alimentar e a utilização da biotecnologia são alguns dos principais problemas enfrentados por diversas organizações agrícolas e alimentares. A busca por soluções desses problemas, está presente nas publicações científicas, na mídia e nas políticas públicas. Nesse contexto, evidencia-se a preocupação com os elevados índices de obesidade observados nos diferentes países e os impactos para a saúde pública e o agronegócio. Sobre isso, Hawkes et al. (2012) destacam que uma das questões de maior importância para a saúde dos indivíduos não é se os alimentos produzidos pela agricultura são saudáveis ou não, mas como eles são processados, distribuídos e comercializados ao longo da cadeia de suprimentos.

Considerando a existência de uma imbricada relação entre a alimentação e a saúde dos indivíduos, o agronegócio adquire importância e espaço nas discussões relacionadas ao tema. Assim, se por um lado, observa-se o elevado consumo de alimentos energéticos, ricos em gorduras, sal e açúcares, por outro, destaca-se a emergência dos alimentos funcionais, alimentos nas versões *light* e *diet*, a importância dos cereais integrais e o consumo de legumes, frutas e verduras, para a manutenção da saúde. Diante disso, ressalta-se que as questões de produção, de distribuição, de comercialização e do consumo de alimentos, bem como as modificações nas políticas de alimentação e de nutrição, têm relevância e impacto

para as cadeias produtivas do agronegócio, fato que coloca a obesogenicidade na pauta desta pesquisa.

A obesidade tem assumido elevadas proporções em todo o mundo. A pandemia de obesidade, mencionada por Prentice (2006), teve sua origem nos Estados Unidos, atravessou a Europa e outras nações ricas antes de penetrar em países pobres, especialmente nas áreas urbanas. A obesidade também tem sido considerada a maior causa de doenças no mundo, sendo a adiposidade excessiva um fator de risco para a incidência da morbidade e da mortalidade a partir de doenças como diabetes, doenças cardiovasculares e alguns tipos de câncer (Malik; Willett; Hu, 2013). Destaca-se que, no mundo, aproximadamente 2,8 milhões de pessoas morrem anualmente em virtude do excesso de peso ou da obesidade (World Health Organization, 2011).

Para a World Health Organization (2012), a maioria das causas dessas doenças está associada a hábitos não saudáveis, como o consumo de alimentos refinados, carnes e lácteos com elevados níveis de gordura saturada e a redução da energia despendida com as atividades físicas. Além disso, acrescenta-se que a obesidade apresenta efeitos individuais e sociais negativos, como o aumento dos custos com a saúde, a diminuição do tempo de vida, a redução do *status* social e da realização profissional.

Acrescenta-se que a obesidade decorre de um processo multifatorial, com destaque para as influências biológicas, comportamentais e ambientais, que afetam o padrão alimentar e de atividade física dos indivíduos (Egger; Swinburn, 1997). Dentre as influências ambientais que podem contribuir para a prevalência da obesidade está o conceito de ambiente obesogênico, que se refere à influência que oportunidades e condições ambientais têm nas escolhas dos indivíduos, o que pode resultar no desenvolvimento da obesidade (Swinburn; Egger; Raza, 1999). Dessa forma, o termo obesogenicidade empregado nesta pesquisa está relacionado ao conceito de ambiente obesogênico, conforme observado em Ulijaszek (2007) e Lakerveld et al. (2012).

Na mesma linha, Pinheiro, Freitas e Corso (2004) afirmam que a obesidade decorre de um processo multifatorial, pois envolve aspectos ambientais e genéticos. Para Vioque et al. (2010), a obesidade é considerada uma doença multidisciplinar, que necessita da atuação de diferentes profissionais (médicos, dietistas, enfermeiros, psicólogos, entre outros) para atuar em sua prevenção e controle. Os autores destacam que se espera uma grande variedade de disciplinas e instituições dedicadas a empreender pesquisas nessa área.

Diante da afirmação de Vioque et al. (2010) e da ampla consulta realizada na literatura sobre o tema, observa-se que a obesidade tem sido discutida por diversas disciplinas e profissionais. Nessa perspectiva, Garcia, Medeiros e Domene (2010) destacam que a questão alimentar e nutricional se apresenta como um objeto de estudo desafiador, requerendo um olhar expandido, o que exige diferentes referenciais teóricos para a sua exploração.

Face ao exposto, os principais questionamentos que norteiam esta pesquisa são: Quais áreas do conhecimento estão presentes nas publicações sobre obesogenicidade da mídia norte-americana? Como o agronegócio se expressa nessas publicações?

Para tanto, esta pesquisa está distribuída em quatro seções: a primeira considera esta introdução; a segunda seção trata dos procedimentos metodológicos; na terceira, a revisão de literatura, na quarta os resultados são apresentados e discutidos; por fim, destacam-se as considerações finais e as referências utilizadas.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Foi realizada a análise de conteúdo das publicações sobre obesogenicidade nos jornais norte-americanos *The New York Times* e *The Washington Post* no período 2003-2013. Para isso, a pesquisa seguiu várias etapas. A primeira consistiu na elaboração de uma estrutura analítica utilizada no escaneamento das publicações. Nesse sentido, foram realizadas consultas a pesquisadores especializados no tema, bem como recorrentes testes de recuperação de texto antes da escolha do grupo de palavras-chave que seriam utilizadas na busca pelos artigos científicos para a construção dessa estrutura. Tinha-se em mente que essas palavras deveriam ser capazes de capturar os artigos que tratavam da temática da obesogenicidade em diferentes aspectos e áreas do conhecimento, entre elas a do agronegócio. Diante do exposto, foram utilizadas as palavras-chave: *food* e *consumption* e *obesity* ou *obesogen**.

As palavras *food* e *consumption* foram utilizadas em virtude do potencial de capturar artigos relacionados às dietas, ao consumo de alimentos e aos hábitos alimentares dos indivíduos e das populações. As palavras-chave *obesity* ou *obesogen** derivam do conceito de ambiente obesogênico (Swinburn; Egger; Raza, 1999). Esse conjunto de palavras foi empregado na busca pelos artigos científicos no portal Web of Science. A pesquisa realizada com esse conjunto de palavras retornou 4.648 artigos.

Com o objetivo de classificar os artigos em periódicos, e estes em áreas do conhecimento, utilizou-se a classificação sugerida pela plataforma Scopus, por considerá-la mais abrangente e adequada aos propósitos desta pesquisa. Após a classificação dos

periódicos em áreas do conhecimento, foi selecionado o conjunto do título, do resumo e das palavras-chave utilizado na elaboração do dicionário de palavras-chave (Seção 2.1).

2.1 DICIONÁRIO DE PALAVRAS-CHAVE REPRESENTATIVAS DAS DIMENSÕES DISCIPLINARES

Dos artigos pertencentes às revistas de cada área do conhecimento, foram extraídos e armazenados o título, o resumo e as palavras-chave no *software* QDA Miner. Destaca-se que Talamini (2008), Gomes (2009) e Ceolin (2011) também utilizaram o conjunto dos títulos, resumos e palavras-chave das publicações para a elaboração do dicionário de palavras representativas das dimensões analisadas. Segundo Shah et al. (2003), nos resumos dos artigos é que se verifica a maior frequência relativa de palavras-chave que conformam os artigos científicos. Além disso, Anawis (2014) ressalta que 80% das informações disponíveis ocorrem em textos livres, sendo o título, o resumo e as palavras-chave de acesso irrestrito aos leitores.

O módulo *WordStat* do *software* QDA Miner retorna os valores para cada uma das palavras encontradas na base de dados: i) frequência (número de ocorrência da palavra), ii) % exibido (percentual relativo da frequência das palavras sobre o total de palavras mostradas na tela), iii) % processado (percentual relativo da frequência da palavra sobre o total de palavras analisadas), iv) % total (percentual relativo da frequência da palavra em relação ao número total de palavras, exceto as que compõem a lista de exclusão), v) nº de casos (número de casos em que a palavra ocorre), vi) % casos (percentual de casos em que a palavra ocorre), vii) índice TF*IDF (frequência do termo multiplicada pela frequência inversa do documento), isto é, um índice para medir a significação das palavras.

Assim, para definir as *disciplinary-words* de cada área do conhecimento, foram utilizadas as listas completas de palavras que retornaram da análise dos títulos, resumos e palavras-chave dos documentos, organizadas de forma decrescente pelo índice TF*IDF.

O TF, frequência do termo, é obtido pela divisão do número de vezes que o termo t aparece no documento pelo número total de termos do documento. O IDF é calculado pelo logaritmo da divisão do número total de documentos sobre o número de documentos que contém o termo t .

De acordo com Salton e Buckley (1988), o melhor termo pode ter uma alta frequência no documento, mas uma frequência baixa em toda a coleção analisada. A baixa frequência discrimina o termo em toda a coleção. Assim, a importância pode ser obtida utilizando-se o

produto da alta frequência dos termos no documento pela menor frequência do termo em toda a coleção de documentos analisada.

Nesse sentido, Gomes (2009) acrescenta que o índice TF*IDF expressa a relevância de um termo específico, na medida em que sua ocorrência, mesmo que pequena, pode expressar a importância relativa do termo, bem como a sua capacidade discriminatória. Ramos (2012) destaca que este algoritmo é eficiente para categorizar palavras relevantes, além de aumentar a recuperação das buscas.

Conforme descrito anteriormente, a lista de palavras de cada dimensão disciplinar foi organizada do maior para o menor valor do índice TF*IDF. Para a elaboração das listas, foi utilizado o dicionário de exclusão de palavras do próprio *software* (em inglês), isto é, foram eliminadas as *stop words*, ou seja, aquelas consideradas irrelevantes para o conjunto dos resultados, como os pronomes, os artigos e as preposições.

Considerando o elevado número de palavras, critérios foram estabelecidos para a seleção dos termos utilizados na etapa de mineração de textos. Assim, utilizou-se a medida percentil como critério de quantidade e o índice TD*IDF como critério de relevância. Ressalta-se que o índice TD*IDF também foi utilizado nos estudos de Talamini (2008), Gomes (2009), Ceolin (2011) e Ramos (2012) que apresentam metodologia semelhante. Para tanto, foi calculado o valor do 99º percentil do índice TF*IDF para cada área do conhecimento, o que resultou na seleção de 1% das palavras com maior índice TF*IDF, como observado na pesquisa de Talamini (2008). Esse procedimento foi realizado para cada área do conhecimento que emergiu na primeira etapa.

Acrescenta-se que, antes de integrar a base de dados da referida área do conhecimento, as listas de palavras passaram por um processo de limpeza, isto é, buscou-se retirar da lista aquelas palavras cujo significado estivesse fora do escopo daquela área de conhecimento. Além disso, foram excluídas as siglas, nomes de países e os verbos terminados em “ed” e “ing”.

A estrutura analítica elaborada baseou-se na técnica de categorização descrita por Bardin (1977). Para a autora, a categorização é uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação, seguida do reagrupamento segundo o gênero a partir de critérios previamente definidos. As categorias reúnem um grupo de elementos (unidades de registro) sob um título genérico. O critério de categorização pode ser semântico (categorias temáticas), que envolve todos os termos. Nesta pesquisa, por exemplo, todos os termos relacionados à saúde foram agrupados na categoria denominada Ciências da Saúde.

A Tabela 1 ilustra o número de palavras pertencentes ao dicionário de cada uma das áreas. Nota-se que o quantitativo de palavras variou em função do número de artigos de cada área do conhecimento.

Tabela 1 - Quantitativo de palavras (*disciplinary-words*) utilizadas no dicionário de cada área do conhecimento

Área do conhecimento	Número de palavras
Ciências da Saúde	131
Ciências da Vida	92
Multidisciplinar	72
Ciências Sociais	55
Ciências Físicas	28
Total	378
Média por área	75,6

Fonte: Elaborada pelos autores.

Além das cinco áreas do conhecimento descritas na Tabela 1, acrescentou-se uma dimensão de análise, denominada Agronegócio. Para a construção das *disciplinary-words* representativas da referida dimensão, foram adotados os mesmos procedimentos das demais, no entanto, utilizou-se como fonte de dados os dois principais periódicos da área, o *Agribusiness International Journal* e o *International Food and Agribusiness Management Review*. Nessa etapa foram coletados todos os artigos publicados no período 2003-2013, sendo o conjunto do título, resumo e palavras-chave de cada artigo armazenado no *software* QDA Miner. Assim sendo, foram utilizados 732 artigos para a construção do dicionário de palavras representativo da dimensão agronegócio, de acordo com os procedimentos metodológicos descritos. Para tanto, compõem o referido dicionário 63 *disciplinary-words*.

Na literatura revisada não se encontrou um número padrão de palavras representativas para cada dimensão, o que permitiu inferir que o número de palavras depende dos critérios estabelecidos pelo autor e dos objetivos do estudo, como foi apontado em Talamini (2008) e Ceolin (2011).

Por meio das *disciplinary-words*, observou-se que alguns termos se repetiam mesmo em áreas do conhecimento distintas, como é o caso da palavra *advertising* que pertence tanto ao dicionário das Ciências Sociais, da Multidisciplinar como das Ciências da Saúde. Assim, a questão que se apresenta é: quando uma palavra deveria ser atribuída a uma ou outra

dimensão/categoria? A resposta a esse questionamento foi encontrada em Bardin (1977). Segundo a autora, quando se verifica a existência de ambiguidades na referenciação do sentido dos elementos codificados, é necessário que sejam definidas as unidades de contexto, permitindo a compreensão da significação dos elementos. Com isso, buscou-se encontrar termos que estariam associados a essa palavra, fato que poderia contribuir para a diferenciação da mesma. Em outras palavras, buscou-se contextualizar a palavra/termo segundo a área do conhecimento a qual pertence. Para tanto, utilizou-se o coeficiente de Jaccard.

A partir das palavras-chave com alto índice TF*IDF, contextualizadas por termos próximos, foi possível alimentar a ferramenta *Categorization Dictionary*, que auxiliou na construção do dicionário de cada dimensão disciplinar. Os referidos parâmetros foram programados no *software WordStat* a partir da ferramenta *Rules* (que pertence à ferramenta *Categorization Dictionary*), utilizando o operador booleano *or*. Por exemplo, a palavra *access* foi associada às palavras *measures* ou *outlets*, isto é, foi contabilizada para a dimensão Ciências Sociais toda vez que ocorreu com os termos *measures* ou *outlets* em um mesmo parágrafo “P”.

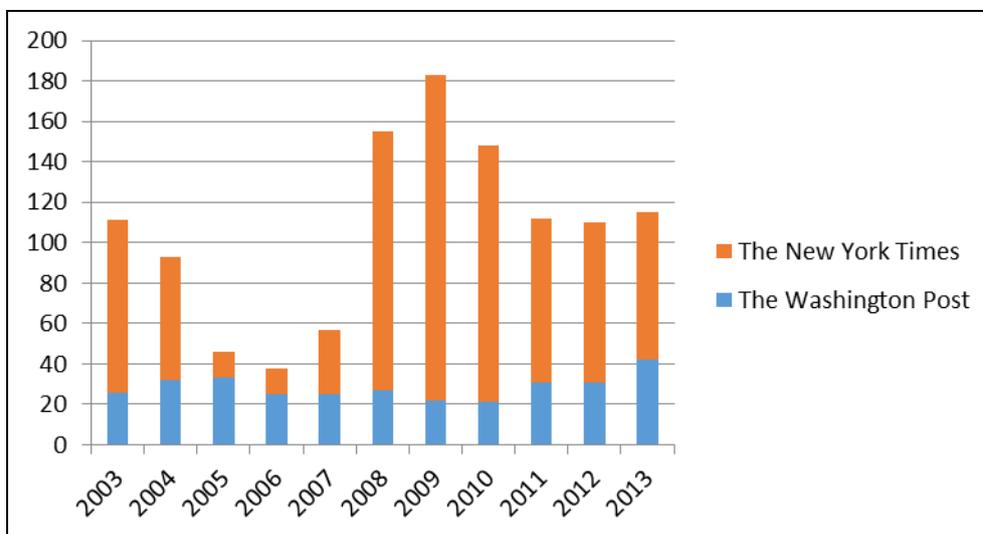
A partir dos testes realizados, percebeu-se que o poder discriminante dos termos de cada área do conhecimento era maior quando estes estavam associados às palavras indicativas do contexto. Diante disso, todos os termos integrantes dos dicionários tiveram duas palavras associadas.

2.1.1 Procedimentos para a análise de conteúdo da mídia norte-americana

A busca pelos documentos da mídia norte-americana seguiu com o uso das ferramentas de busca disponíveis nos portais eletrônicos das instituições. Na busca foram utilizadas as palavras-chave: *food*, *obesity* e *policy*. No total, foram obtidos 1.168 documentos, sendo 853 artigos do *The New York Times* e 315 do *The Washington Post* (Figura 1).

Após a coleta e a organização do material, os documentos foram inseridos no *software* QDA Miner v.3.2, produzido pela Provalis Research, na qual se utilizou o módulo *Wordstat* para a realização das análises de conteúdo. A análise seguiu com a utilização de uma estrutura analítica a partir de um dicionário de palavras-chave, com o qual se mensurou a expressão das dimensões disciplinares ou das áreas do conhecimento presentes nas publicações sobre obesogenicidade no período de 2003 a 2013.

Figura 1 - Quantitativo de artigos jornalísticos representativos da mídia utilizados na pesquisa.



Fonte: Elaborado pelos autores

3. AGENDA-SETTING, PRIMING E FRAMING

A Teoria do Agendamento (*Agenda-setting*), *Priming* e a Teoria do Enquadramento (*Framing*) forneceram o quadro teórico necessário para as análises sugeridas neste estudo. A partir da revisão de literatura, verificou-se a existência de diferenças e semelhanças entre os três conceitos. Nesse sentido, buscou-se apresentá-los, de forma a contribuir para seu melhor entendimento e aplicação no contexto desta pesquisa.

O termo agenda empregado refere-se a uma lista de questões e eventos que são visualizados em um determinado tempo, classificados e/ou hierarquizados segundo sua importância (Rogers; Dearing, 1988). Portanto, o termo *agenda-setting* é um processo de chamar a atenção do governo para um problema, de modo que soluções possam ser elaboradas (Furlong, 2013).

Na visão de Niggel et. al (2013), mesmo existindo indicadores que apontam para a importância e a magnitude de um problema, é mais provável que este adquira destaque se for apresentado em termos de gravidade. Assim, chamando a atenção para a gravidade de um problema, muitas vezes aumenta-se o potencial para adquirir um lugar nas agendas políticas lotadas. Os referidos autores, ao estudar a prevalência da obesidade e a formulação de políticas públicas nos Estados Unidos, afirmam que diante das evidências e da atenção dos

responsáveis políticos sobre o problema da obesidade, torna-se provável que o mesmo esteja no topo das agendas políticas estaduais do país.

Também para Swinburn, Gill e Kumanyika (2005) a obesidade é o maior problema, tanto de saúde pública como econômico, que tem alcançado o topo das agendas políticas de muitos países, sobretudo com a prevenção da obesidade infantil proporcionando um cenário amplo para ação.

Observa-se que parece existir um consenso entre os autores revisados quanto à importância e a urgência da busca por soluções para o problema da obesidade, fato que coloca o tema na agenda política de muitos países, entre eles os Estados Unidos, fato que pode ser visualizado a partir do número de instrumentos políticos dedicados ao tema, conforme apontou Niggel et al. (2013).

Diante desse contexto, uma questão que surge é: como algumas questões alcançam a agenda política e a agenda da mídia? Os autores McCombs e Shaw (1972) sinalizam que a saliência e a gravidade dos problemas apresentam-se como indicadores de resposta. O estudo dos referidos autores investigou a capacidade do agendamento da mídia de comunicação de massa em uma campanha presidencial. Nesse estudo buscou-se verificar o que os eleitores diziam sobre as questões/propostas de campanha e o conteúdo divulgado pela mídia durante a campanha. Os autores concluíram que os conteúdos dos meios de comunicação influenciam os temas de discussão da área pública.

McCombs e Shaw (1972) chamam a atenção para o fato de que o mundo político é reproduzido de maneira imperfeita pela mídia, ficando evidente que os eleitores tendem a compartilhar a composição feita pela mídia do que é importante. Com isso, ressalta-se a afirmação de Cohen (1963) de que, na maioria das vezes, a mídia não é bem sucedida em dizer às pessoas o que pensar, mas tem sucesso em dizer aos leitores o que pensar sobre.

Entman (2007) afirma que embora a distinção entre “o que pensar” e “o que pensar sobre” não seja clara, o primeiro parece estar relacionado ao que as pessoas decidem ou aceitam, enquanto que o segundo refere-se às considerações do pensar sobre algo e chegar a algumas conclusões. Assim, toda a influência sobre “o que as pessoas pensam” deriva “do que pensar sobre”. Para o autor, se a mídia realmente é bem sucedida em dizer às pessoas o que pensar sobre, ela deve também exercer uma influência significativa sobre o quê o público pensa.

Nesse contexto, destaca-se, também, o estudo de Rogers e Dearing (1988). Os autores elaboraram um *framework* denominado *Agenda Setting Process* que é formado pelos seguintes elementos: *Media Agenda Setting*, *Public Agenda Setting* e *Policy Agenda Setting*.

O primeiro elemento apresenta essa nomenclatura por ter como variável dependente principal a agenda de notícias da mídia de massa. No segundo, a variável dependente principal é o conteúdo e a ordem dos tópicos da agenda pública. Já o terceiro elemento diferencia-se dos demais pela preocupação com as políticas, que são em parte, uma resposta à agenda midiática e a pública.

Compreender como a opinião pública é influenciada pelo conteúdo da mídia de massa tem sido objeto de estudo de muitos pesquisadores. Assim, entender a agenda pública envolve compreender quais assuntos estão sendo discutidos pelo público e qual a influência da mídia nesses temas. Rogers e Dearing (1988) afirmam que existem outros fatores além da mídia que influenciam a agenda pública, entre eles os processos sociais, em que se destaca a comunicação interpessoal entre os indivíduos e as experiências pessoais.

Nesse sentido, verifica-se a existência de relações entre a agenda da mídia, a agenda pública e a agenda política. Nessa perspectiva, Rogers, Dearing e Bregman (1993) apresentam três componentes do processo de estabelecimento de agendas: i) estabelecimento de pautas da agenda midiática revelada nos conteúdos, ii) os assuntos que preocupam o público e sobre os quais por ele são discutidos e sobre a importância relativa que o público concede a cada um dos temas inscritos na sua agenda e iii) agenda política.

Na Figura 2 é possível visualizar as interações entre os componentes da *Agenda Setting Process*, em que se observa que a agenda midiática influencia tanto a agenda pública como a política. Acrescenta-se que a agenda política pode influenciar a agenda midiática, bem como a agenda pública influenciar a agenda política. Os autores destacam que as três agendas podem ser modeladas quer seja no conjunto de temas, quer no que diz respeito à importância relativa do tema, pela comunicação interpessoal que as pessoas estabelecem entre si, pela experiência pessoal que os indivíduos têm da realidade e pelos fatos que acontecem no mundo.

Figura 2 - O Processo de Agendamento.



Fonte: Rogers e Dearing (1988).

Kim, Scheufele e Shanahan (2002) destacam que a hipótese original da *agenda-setting* é a transferência da saliência das questões da mídia para o público. Ainda para os autores, a *agenda-setting* é um argumento limitado à frequência com que as questões são retratadas. Diante disso, verifica-se uma aproximação conceitual entre a Teoria do Agendamento e a Teoria *Priming*.

O conceito de *priming* foi observado inicialmente nos estudos de Iyengar e Kinder (1987). Os referidos autores estudaram os efeitos da definição da agenda de televisão na avaliação do presidente dos EUA, em uma demonstração de que alguns psicólogos cognitivos chamam de *priming*, em que certas questões ou atributos mais salientes e mais susceptíveis de serem acessadas são utilizados na formação de opiniões. Assim, pode-se afirmar que *priming* refere-se as “mudanças nos padrões que as pessoas usam para fazer avaliações políticas”. (Iyengar; Kinder, 1987, p. 63).

Os autores Miller e Krosnick (2000) destacam que os psicólogos usam o termo *priming* para descrever ocasiões em que um evento aumenta a acessibilidade do constructo presente na memória das pessoas, isto é, a facilidade com que um conteúdo vem à mente. Como esse conteúdo/informação aparece automaticamente na mente, as pessoas a utilizam para pesquisar critérios para a avaliação de um presidente, por exemplo. Segundo os autores, o mesmo processo constitui a base do efeito da mídia na avaliação de um presidente, objeto de estudo dos pesquisadores.

Também para Weaver (2007), a *agenda-setting* e o *priming* são baseados em processos cognitivos similares, porque ambos baseiam-se na saliência das questões, conforme sugere Scheufele (2000). Ainda sobre isso, Scheufele e Tewksbury (2007) destacam que as questões (que estão em estado de agendamento e/ou *priming*) são aquelas mais frequentes na mídia. O fato implica dizer que as questões que estão fazendo parte do processo de agendamento/*priming* estão mais facilmente acessíveis na mente da audiência.

Nos últimos anos, o foco de muitas análises de *agenda-setting* passaram do primeiro para o segundo nível da *agenda-setting*. É uma mudança de foco no papel da mídia em nos dizer 'o que pensar' para 'como pensar sobre'. Assim, verifica-se que os meios de comunicação são capazes de contribuir para agendar não apenas assuntos, mas também interpretações para estes assuntos (GAMSON; MODIGLIANI, 1989). Em outras palavras, na análise do segundo nível da *agenda-setting*, a unidade de análise muda do objeto para os aspectos ou os atributos do objeto.

Na literatura revisada, encontrou-se uma aproximação dos termos enquadramento e segundo nível da *agenda-setting*. Nesse sentido, Entman (1993) afirma que enquadrar é selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e torná-los mais salientes em um texto destinado a comunicar, promovendo a definição, interpretação das causas, avaliação ou recomendação de tratamento para um problema. Logo, “o enquadramento essencialmente envolve seleção e saliência” (ENTMAN, 1993, p.52). Se uma questão é saliente e recebe cobertura frequente da mídia, o público irá falar mais sobre essa questão quando comparada as que não são salientes. No entanto, Hilgartner e Bosk (1988) chamam a atenção para o fato de que se um assunto desaparece dos discursos públicos, não significa que a situação melhorou.

Para Entman (1993, 2007), o enquadramento pode ser entendido como o processo de escolha ou seleção de alguns elementos da realidade percebida e a montagem de uma narrativa que destaca as conexões entre os elementos para promover uma interpretação particular. Em geral, o processo de enquadramento envolve: i) definição do problema, ii) análise causal, iii) avaliação moral e iv) recomendações para tratamento específico. Assim, o enquadramento introduz ou aumenta à saliência ou a aparente importância de determinadas ideias em detrimento de outras, ativando esquemas que encorajam o público a pensar, sentir e decidir.

Segundo Entman (1993), a primeira etapa (definição do problema) determina o que um agente causal está fazendo, quais os custos e os benefícios, sendo usualmente mensurados em termos de valores culturais comuns. Na segunda etapa (análise causal) são identificadas as

forças causadoras do problema. Na avaliação moral são avaliados os agentes causais e seus efeitos. Por fim, a última etapa (recomendações para tratamentos específicos) refere-se à oferta de tratamentos específicos para os problemas, bem como seus prováveis efeitos.

Ainda de acordo com Scheufele e Tewksbury (2007), o enquadramento baseia-se no pressuposto de que a forma como uma questão é caracterizada, por exemplo, em reportagens, pode exercer influência sobre a forma como é entendida pelo público.

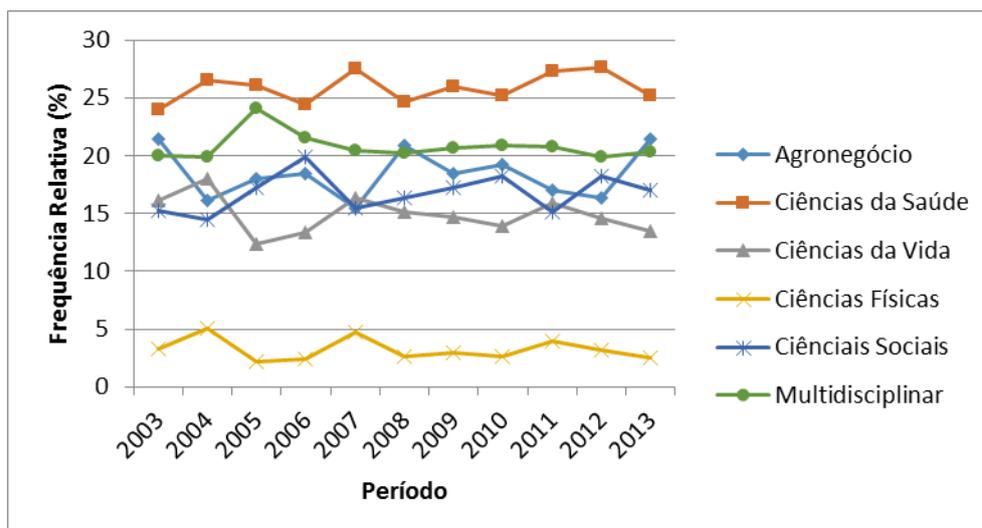
As Teorias do Agendamento, *Priming* e do Enquadramento apresentam similaridades e diferenças, sendo que os conceitos se complementam. Nesse sentido, Scheufele e Tewksbury (2007) argumentam que é possível desenvolver uma compreensão mais parcimoniosa de *agenda-setting*, *priming* e *framing* se assumir todos os três conceitos no âmbito do guarda-chuva da *Agenda-Setting*. Weaver (2007) afirma que há semelhanças e conexões entre *agenda setting*, *priming* e *framing*, mas considera que as abordagens não são idênticas.

Buscando identificar algumas aplicações da Teoria do Enquadramento, encontraram-se os estudos de Lawrence (2004), em que afirma que para a indústria médica e farmacêutica, a obesidade enquadra-se como uma desordem biológica, podendo ser entendida e potencialmente curada pela ciência. Por outro lado, no enquadramento ambiental, as escolhas individuais decorrem das influências do ambiente e das escolhas políticas. Muitos *experts* em saúde pública enquadram a obesidade como um sintoma decorrente da alimentação não saudável e do ambiente construído (inadvertidamente ou intencionalmente) pelas empresas e pelas políticas públicas.

4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

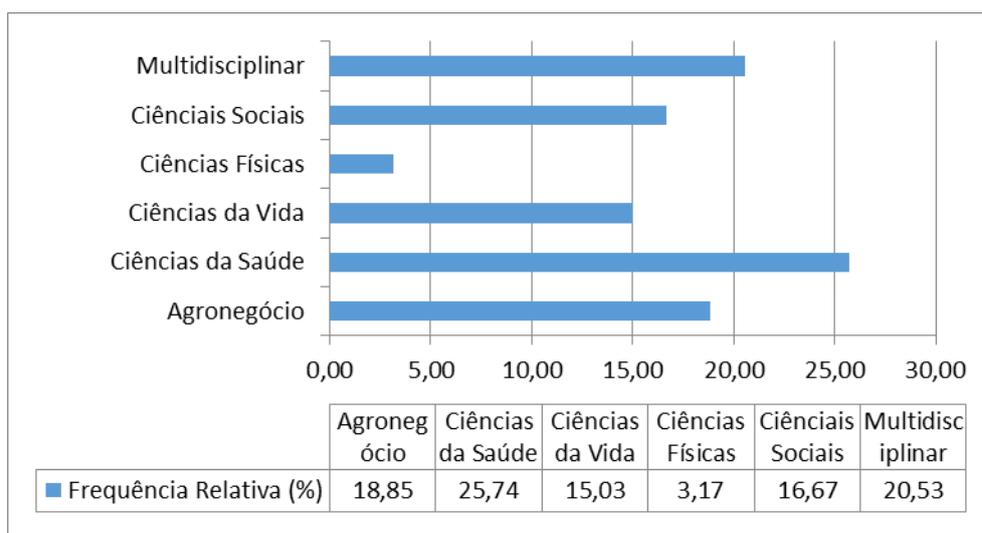
Para a análise dos dados foram utilizadas as *disciplinary words* de cada uma das dimensões disciplinares, descritas no capítulo referente à metodologia. A Figura 3 ilustra a evolução das categorias ao longo da série analisada em que se observa a predominância das dimensões Ciências da Saúde e da Multidisciplinar ao longo da série analisada. Na Figura 4, encontram-se as frequências relativas das categorias, em que se verifica a predominância das Ciências da Saúde, seguida da Multidisciplinar, Agronegócio, Ciências Sociais, Ciências da Vida e Ciências Físicas.

Figura 3 - Frequência relativa (%) das dimensões disciplinares presentes nos artigos jornalísticos da mídia (2003-2013).



Fonte: Dados da pesquisa.

Figura 4 - Frequência relativa (%) por dimensão disciplinar no conteúdo dos artigos jornalísticos dos Estados Unidos.

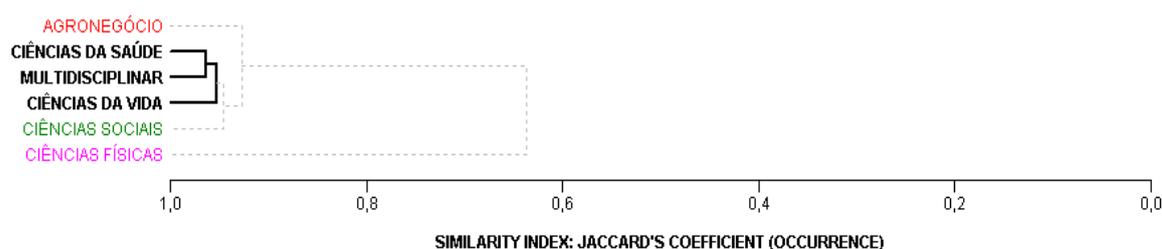


Fonte: Dados da Pesquisa.

Com o objetivo de conhecer quais dimensões apresentam maior similaridade, elaborou-se um dendograma (Figura 5) e a matriz que apresenta o índice de similaridade entre as dimensões disciplinares (Tabela 2). A partir do dendograma foi possível verificar a existência de dois grupos com elevada similaridade. O primeiro envolvendo as Ciências da Saúde e a dimensão Multidisciplinar e o outro envolvendo o primeiro grupo e as Ciências da Vida.

Os dendogramas são recursos gráficos utilizados para representar agrupamentos. Assim, no método aglomerativo, cada elemento inicia representando um grupo e a cada passo um grupo ou elemento é ligado ao outro de acordo com a sua similaridade. O método utilizado para a elaboração é baseado na co-ocorrência de palavras-chave, em que um grupo de palavras aparece próximo de outro em um mesmo caso. O WordStat utiliza o método de agrupamento hierárquico para criar a matriz de similaridade, considerando a ocorrência das dimensões em cada documento. Assim, categorias que tendem a aparecer juntas são combinadas na fase inicial, enquanto que as que são independentes uma das outras ou aquelas que não aparecem juntas tendem a ser combinadas ao final do processo (Provalis Research, 2011).

Figura 5 - Dendograma elaborado a partir da análise do conteúdo dos artigos jornalísticos da mídia dos Estados Unidos.



Fonte: Dados da Pesquisa.

De maneira geral, nota-se na Tabela 2 que os índices de similaridade são relativamente altos para a mídia, revelando a existência de uma maior proximidade entre todas as dimensões disciplinares. No entanto, essas relações de similaridade são mais evidentes entre as dimensões: Agronegócio e as Ciências da Saúde (0,946), Agronegócio e as Ciências da Vida (0,925), Agronegócio e as Ciências Sociais (0,926) e Agronegócio e a Multidisciplinar (0,93). Elevados índices de similaridade podem ser visualizados entre a dimensão Ciências da Saúde e Ciências da Vida (0,956), Ciências da Saúde e as Ciências Sociais (0,953) e as Ciências da Saúde e Multidisciplinar (0,969). Verificam-se, também, elevados índices entre as Ciências da Vida e as Ciências Sociais (0,945), bem como entre a primeira e a Multidisciplinar (0,962). Por fim, verifica-se um elevado índice de similaridade entre as Ciências Sociais e a Multidisciplinar (0,956).

Considerando a dimensão Agronegócio, nota-se que os coeficientes de Jaccard são relativamente elevados, variando entre 0,624 nas Ciências Físicas e 0,946 nas Ciências da

Saúde. Com isso, afirma-se que a dimensão Agronegócio apresenta maior similaridade com as Ciências da Saúde, Ciências da Vida, Multidisciplinar e as Ciências Sociais.

Tabela 2 - Coeficiente de similaridade de Jaccard entre as dimensões disciplinares dos documentos da mídia dos Estados Unidos.

	AGRONEGÓCIO	CIÊNCIAS DA SAÚDE	CIÊNCIAS DA VIDA	CIÊNCIAS FÍSICAS	CIÊNCIAS SOCIAIS	MULTIDISCIPLINAR
AGRONEGÓCIO	1					
CIÊNCIAS DA SAÚDE	0,946	1				
CIÊNCIAS DA VIDA	0,925	0,956	1			
CIÊNCIAS FÍSICAS	0,624	0,636	0,651	1		
CIÊNCIAS SOCIAIS	0,926	0,953	0,945	0,631	1	
MULTIDISCIPLINAR	0,93	0,969	0,962	0,642	0,956	1

Fonte:Dados da Pesquisa.

Buscando identificar as palavras mais frequentes nas dimensões que apresentaram maior proximidade (Figura 5), observa-se a existência de termos em comum entre elas. As palavras mais frequentes da categoria Ciências da Saúde são: **alimento**, **saúde**, açúcar, bebidas, restaurante e vegetal que aparecem em 82,9%, 43,9%, 26,1%, 24,3%, 22,9% e 24,8% dos documentos, respectivamente. Já as palavras mais frequentes da categoria Ciências da Vida são: **alimento**, dieta, **saúde**, peso e corpo presentes em 82,9%, 40,2%, 33,1%, 12,3% e 13,4% dos documentos. Na dimensão Multidisciplinar verifica-se, também, a palavra **alimento**, presente em 82,9% dos documentos, escola (45,8%), dieta (40,2%), **saúde** (35,5%) e saudável (37,4%). A existência de termos semelhantes auxilia na compreensão da proximidade existente entre as referidas dimensões, uma vez que ocorrem conjuntamente na maioria dos casos.

Com o objetivo de interpretar os resultados na perspectiva das teorias revisadas, buscou-se retomar o conceito de *priming* que se baseia na saliência das questões (SCHEUFELE, 2000). Em outras palavras, as questões que estão em estado de agendamento e/ou *priming* são aquelas mais frequentes (SCHEUFELE; TEWKSBURY, 2007). Nesse

contexto, apresentam-se as dimensões disciplinares que estão sendo *priming* na mídia norte-americana: Ciências da saúde, multidisciplinar, agronegócio, ciências sociais, ciências da vida e por último as ciências físicas.

Para Entman (2004), os quadros (*frames*) utilizados pela mídia emergem por meio da presença ou ausência de palavras-chave, frases comuns, imagens, fontes de informação e suas conexões. O autor destaca ainda que essas palavras-chave se distinguem das demais por sua ressonância e magnitude. A ressonância refere-se às palavras que tem maior probabilidade de influência, enquanto a magnitude refere-se a repetição das palavras.

Nesse sentido, ao analisar os resultados a partir da Teoria do Enquadramento, nota-se que a obesogenicidade é enquadrada de diferentes maneiras, sobretudo quando se considera as *disciplinary-words* que são as mais frequentes em cada dimensão. No Quadro 1 é possível verificar o resumo dos resultados.

Quadro 1 - Enquadramento da obesogenicidade por Stakeholder

Stakeholder	Dimensões disciplinares	<i>Disciplinary words</i> mais frequentes
MÍDIA	Ciências da Saúde Multidisciplinar Agronegócio Ciências Sociais Ciências da Vida Ciências Físicas	Alimento, saúde, açúcar, bebidas, restaurante Alimento, escola, dieta, saúde, saudável Alimento, companhia, produto, indústria, efeitos Alimento, caloria, saúde, bebida, taxa Alimento, dieta, saúde, peso, corpo Alimento, peso, gordura, sobrepeso, dieta

Fonte: Elaborado pela autora.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desta pesquisa foi identificar as áreas do conhecimento presentes nas publicações sobre obesogenicidade da mídia norte-americana entre 2003 e 2013. Para tanto, foi realizada a análise de conteúdo dos artigos jornalísticos em que se utilizou a metodologia de mineração de texto.

O referencial teórico sobre agenda-setting, priming e framing forneceram os subsídios necessários para as análises. Nesse contexto, Chyi e McCombs (2004) afirmam que o foco da *agenda-setting* é o aparecimento de um objeto na agenda da mídia, sendo que o volume da cobertura da mídia sobre o objeto aumenta sua saliência. Weaver (2007) acrescenta que a

agenda-setting e o *priming* são baseados em processos cognitivos similares, uma vez que ambos são baseados na saliência das questões.

Nesse contexto, Scheufele e Tewksbury (2007) destacam que as questões que estão em estado de agendamento e/ou *priming* são as mais frequentes. Sobre isso, os resultados revelaram que na mídia, a cobertura sobre a obesogenicidade sofreu variações durante a série analisada. Por exemplo, no início da série (2003-2004) observou-se um elevado número de notícias, seguido de um declínio no período de 2005-2007 e nova elevação a partir de 2008. Diante dessa variação, torna-se oportuno destacar que apenas um número limitado de questões ocupam as agendas durante um determinado período de tempo, fato que pode explicar a oscilação no quantitativo de publicações ao longo do tempo.

A análise revelou a presença das cinco áreas do conhecimento e do Agronegócio nos documentos, com a predominância das Ciências da Saúde, seguida da Multidisciplinar e do Agronegócio, Ciências Sociais, Ciências da Vida e as Ciências Físicas. Além disso, verificou-se a existência de uma elevada similaridade entre todas as dimensões disciplinares, evidenciado pelo índice de similaridade apresentado na Tabela 2.

Destaca-se, também, a elevada participação da dimensão Multidisciplinar, fato que permite retomar o exposto por Pinheiro, Freitas e Corso (2004), de que a obesidade decorre de um processo multifatorial, bem como por Vioque et al. (2010), de que a obesidade é uma doença multidisciplinar, necessitando de profissionais e disciplinas de diversas áreas para que possa ser compreendida.

Verifica-se, ainda, a evolução da dimensão Agronegócio ao longo da série analisada, sugerindo sua importância em temas relacionados à saúde pública. O fato representa um amplo campo de estudos para o Agronegócio, uma vez que os alimentos produzidos, processados e consumidos têm uma imbricada relação com a saúde dos indivíduos. Diante disso, nota-se um visível esforço empreendido, com vistas ao controle da obesidade, pelos atores do sistema agroalimentar mundial.

Esta pesquisa contribui com a academia ao apresentar as principais dimensões disciplinares presentes nas publicações sobre obesogenicidade nos artigos jornalísticos. Para tanto, chama a atenção para o fato de que as publicações não estão centradas somente na dimensão das Ciências da Saúde, mas que essa é apenas uma das dimensões sob as quais o tema pode ser abordado. Nesse contexto, ressalta-se a importante participação das dimensões Multidisciplinar, do Agronegócio e das Ciências Sociais.

Como limitação da pesquisa, destaca-se a impossibilidade de acesso ao conteúdo completo do jornal *The Washington Post*. Diante disso, foram utilizados os resumos dos artigos jornalísticos disponíveis no período de 2003 e 2013. Essa limitação não é válida para os artigos do *The New York Times*, uma vez que se obteve acesso ao conteúdo completo.

Sugere-se para novas pesquisas a inclusão das percepções do público (agenda pública) e da agenda governamental sobre obesidade tanto em países desenvolvidos como em desenvolvimento. Com isso, seria possível ter uma melhor compreensão do processo de agendamento, considerando o modelo teórico de Rogers e Dearing (1988).

REFERÊNCIAS

ANAWIS, M. **Text mining: the next data frontier**. Disponível em: <http://www.scientificcomputing.com/articles/2014/01/text-mining-next-data-frontier?fb_action_ids=10201299143781056&fb_action_types=og.likes&fb_ref=.Uswq6_v4-_A.like>. Acesso em: 07 jan. 2014.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977. 226 p.

CEOLIN, A. **Assimetria de informação e sinalização na cadeia de carne bovina**. 2011. 140 f. Tese (Doutorado em Agronegócios) - Programa de Pós-Graduação em Agronegócios, Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2011.

CHYI, H.I., MCCOMBS, M. Media Salience and the Process of Framing: coverage of the Columbine School Shootings. **Journalism and Mass Communication Quarterly**, Columbia, v.81, n.1, p.22-35, 2004.

COHEN, B. C. **The Press and Foreign Policy**. Princeton: Princeton University Press, 1963.

ENTMAN, R. B. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. **Journal of Communication**, Los Angeles, v. 43, p. 51–58, 1993.

ENTMAN, R. M. **Projections of power: Framing news, public opinion, and U.S. foreign policy**. Chicago: University of Chicago Press, 2004.

ENTMAN, R. M. Framing Bias: Media in the Distribution of Power. **Journal of Communication**, Los Angeles, v. 57, p. 163–173, 2007.

EGGER, G.; SWINBURN, B. A. An “ecological” approach to the obesity pandemic. **BMJ**, Londres, v. 315, n. 23, pp. 477-483, 1997.

FURLONG, E. A. Agenda Setting. In: MILSTEAD, J. A. (Org.). **Health Policy and Politics: a nurse's guide**. Burlington: Jones & Bartlett Publishers, 2013.

GAMSON, W. A., MODIGLIANI, A. Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power. A Constructionist Approach. **The American Journal of Sociology**, Chicago, v. 95, n. 1, p. 1-37, 1989.

GARCIA, R. W. D.; MEDEIROS, M. A. T.; DOMENE, S. M. A. Revista de Nutrição: espaço de interlocução interdisciplinar da área de alimentação e nutrição. **Revista de Nutrição**, Campinas, v. 23, n. 1, p. 5-6, 2010.

GOMES, J. **As dimensões disciplinares na comunicação científica em biocombustíveis**. 2009. 111 f. Tese (Doutorado em Agronegócios) - Programa de Pós-Graduação em Agronegócios, Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2009.

HAWKES, C. et al. Linking agricultural policies with obesity and noncommunicable diseases: a new perspective for a globalising world. **Food Policy**, Guildford, v. 37, n. 3, pp. 343-353, 2012.

HILGARTNER, S.; BOSK, C.L. The rise and fall of social problems: a public arenas model. **The American Journal of Sociology**, Chicago, v.94, n.1, p. 53-78, 1988.

IYENGAR, S.; KINDLER, D. R. **News that matters**. Chicago: The University of Chicago Press, 1987.

KIM, S. H., SCHEUFELE, D. A., SHANAHAN, J. Think about it this way: attribute agenda-setting function of the press and the public's evaluation of a local issue. **J&MC Quarterly**, Columbia, v.79, n.1, p.7-25, 2002.

LAWRENCE, R. G. Framing Obesity: The Evolution of News Discourse on a Public Health Issue. **The Harvard International Journal of Press/Politics**, Londres, v. 9, n. 3, p. 56-75, 2004.

LAKERVELD, J. et al. Sustainable prevention of obesity through integrated strategies: the SPOTLIGHT project's conceptual framework and design. **BMC Public Health**, Londres, v. 12, n. 793, pp. 1-7, 2012.

MALIK, V. S.; WILLET, W. C.; HU, F. B. Global obesity: trends, risk factors and policy implications. **Nature Reviews Endocrinology**, Londres, v. 9, n. 1, pp. 13-27, 2013.

MCCOMBS, M. E.; SHAW, D. L. The Agenda-Setting Function of Mass Media. **The Public Opinion Quarterly**, Oxford, v.36, n.2, p.176-187, 1972.

MCCARTHY, M. et al. Food and health research in Europe: structures, gaps and futures. **Food Policy**, Guildford, v. 39, pp. 64-71, 2013.

MILLER, M. J.; KROSNICK, J. A. News Media Impact on the Ingredients of Presidential Evaluations: Politically Knowledgeable Citizens are Guided by a Trusted. **American Journal of Political Science**, Austin, v. 44, n. 2, p. 301-315, 2000.

NIGGEL, S. J. et al. Adult obesity prevalence and state policymaking in the United States: is problem severity associated with more policies? **The Social Science Journal**, Flagstaff, v. 50, p. 565-574, 2013.

PETERSON, H. C. An epistemology for agribusiness: peers, methods and engagement in the agri-food bio system. **International Food and Agribusiness Management Review**, Washington, v. 14, n. 5, pp. 11-26, 2011.

PINHEIRO, A. R. O.; FREITAS, S. F. T.; CORSO, A. C. T. Uma abordagem epidemiológica da obesidade. **Revista de Nutrição**, Campinas, v. 17, n. 4, p. 523-533, 2004.

PRENTICE, A. M. The emerging epidemic of obesity in developing countries. **International Journal of Epidemiology**, Oxford, v. 35, n. 1, pp.93-99, 2006.

PROVALIS RESEARCH. **QDA Miner**: qualitative and mixed-method software: user's guide. Montreal: Provalis Research, 2011.

RAMOS, J. **Using TF-IDF to determine word relevance in document queries**. Piscataway: Rutgers University, 2012. Disponível em: <<http://www.cs.rutgers.edu/~mlittman/Pourses/ml03/iCML03/papers/ramos.pdf>>. Acesso em: 20 ago. 2014.

ROGERS, E.; DEARING, J.; BREGMAN, D. The anatomy of agenda-setting research. **Journal of Communication**, Los Angeles, v. 43, n.2, 1993.

ROGERS, E.M., DEARING, J.M. Agenda-Setting Research: where has it been, where is it going? In: ANDERSON, J. A. (Ed). **Communication Yearbook**. Newbury Park: Sage, 1988. p. 555-594.

SALTON, G.; BUCKLEY, C. Term-weighting approaches in automatic text retrieval. **Information Processing & Management**, Elmsford, v. 24, n. 5, pp. 513-523, 1988.

SCHEUFELE, D. A. Agenda-Setting, priming and framing revisited: another look at cognitive effects of political communication. **Mass communication and Society**, Mahwah, v.3, p. 297-316, 2000.

SCHEUFELE, D. A, TEWKSBURY, D. Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. **Journal of Communication**, Los Angeles, v. 57, p. 9-20, 2007.

SHAH, P. et al. Information extraction from full text scientific articles: where are the keywords? **BMC Bioinformatics**, Londres, v. 4, n. 1, pp. 20-28, 2003.

SWINBURN, B., GILL, T. KUMANYIKA, S. Obesity prevention: a proposed framework for translating evidence into action. **Obesity Reviews**, Oxford, v.6, p. 23-33, 2005.

SWINBURN B.; EGGER G.; RAZA F. Dissecting obesogenic environments: the development and application of a framework for identifying and prioritizing environmental interventions for obesity. **Preventive Medicine**, San Diego, v. 29, n. 6, pp. 563-70, 1999.

TALAMINI, E. **Ciência, Mídia e Governo na configuração do macroambiente para os biocombustíveis líquidos**. 2008. 301 f. Tese (Doutorado em Agronegócios) - Programa de Pós-Graduação em Agronegócios, Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2008.

ULIJASZEK, S. J. Frameworks of population obesity and the use of cultural consensus modeling in the study of environments contributing to obesity. **Economics & Human Biology**, Amsterdam, v. 5, n. 3, pp. 443-457, 2007.

VIOQUE, J. et al. Producción científica española en obesidad a través de PubMed (1988-2007). **Gaceta Sanitaria**, Barcelona, v. 24, n. 3, p. 225-232, 2010.

WEAVER, D. Thoughts on Agenda Setting, Framing, and Priming. **Journal of Communication**, Los Angeles, v. 57, p.142-147, 2007.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **Global status report on noncommunicable disease 2010**. 2011. Disponível em: <http://www.who.int/nmh/publications/ncd_report_full_en.pdf>. Acesso em: 09 nov. 2012.

_____. **Obesity and overweight**. Fact Sheet, n. 311, 2012. Disponível em: <<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/en/>>. Acesso em: 29 ago. 2012.