

LA COBERTURA PERIODÍSTICA DE LA OBESIDAD EN LOS CIBERDIARIOS ESPAÑOLES: TRATAMIENTO Y ESPECIALIZACIÓN POR SECCIONES¹

DR. GUILLERMO GURRUTXAGA-REKONDO

<https://orcid.org/0000-0002-6770-979X>

Universidad del País Vasco, España

guillermo.gurrutxaga@ehu.eus

DR. JOSE-LUIS ARGIÑANO

<https://orcid.org/0000-0001-8191-6309>

Universidad del País Vasco, España

joseluis.arginano@ehu.eus

Recibido: 13 de diciembre del 2023 / Aceptado: 27 de marzo del 2024

doi: <https://doi.org/10.26439/contratexto2024.n41.6714>

RESUMEN. La obesidad es un problema con cada vez mayor incidencia en sociedades como la española, donde las proyecciones apuntan a la existencia de 26 millones de personas afectadas para el año 2030. Esta investigación analiza el grado de especialización que los cibermedios españoles muestran cuando abordan este problema en sus informaciones. Para ello se ha acudido, por un lado, al análisis de contenido y, por otro, a la teoría de la *agenda setting*. Se han analizado las noticias publicadas por *ABC*, *El País*, *La Vanguardia* y *El Mundo* en su edición electrónica, así como por *El Confidencia.com* y *El Diario.es* en las que se le hace alguna mención ($n=2,760$) y en las que es abordada como tema principal. Los resultados muestran una creciente aparición de la temática en los medios de comunicación españoles. Sin embargo, en la mayoría de las ocasiones en las que la mencionan no lo hacen para abordarla como el problema de salud que representa, lo que conllevaría la inclusión habitual de estas noticias en secciones específicas vinculadas directamente con la salud o la ciencia. Por el contrario, las informaciones en las que se hace alguna alusión a la obesidad son incluidas en muy diversas secciones. Al mismo

1 Este trabajo se enmarca dentro del proyecto "Tratamiento mediático y prevención de la obesidad: cibermedios, redes sociales y comunicación institucional", financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación en la convocatoria 2020 (PID2020-118090RB-I00). Sus autores forman parte del grupo Mediaker, reconocido en la convocatoria de 2021 de ayudas para apoyar las actividades de grupos de investigación del sistema universitario vasco (IT1686-22).

tiempo, y en conexión con la conclusión anterior, son escasas las piezas periodísticas donde se aborda la obesidad infantil, ante la que la OMS ha puesto especial atención. De ahí se puede concluir que los medios abordan la obesidad con una escasa especialización periodística.

PALABRAS CLAVE: obesidad / obesidad infantil / agenda setting / cobertura periodística / especialización periodística

PRESS COVERAGE OF OBESITY IN SPANISH ON-LINE NEWSPAPERS: TREATMENT AND SPECIALIZATION ACCORDING TO THE SECTIONS

ABSTRACT. Obesity is a problem with increasing affection in societies such as Spain, where projections point to the existence of 26 million people affected by the year 2030. This research analyzes the degree of specialization that the Spanish on line media show when addressing this problem in your information. To do this, we have resorted, on the one hand, to content analysis and, on the other, to the theory of agenda setting. The news published by the on line editions of *ABC*, *El País*, *La Vanguardia* and *El Mundo*, as well as by *El Confidencial* and *El Diario* in which some mention is made (n=2.760) have been analyzed as well as those in which it is addressed as the main theme. The results show a growing appearance of the subject in the Spanish media. However, on most occasions when they mention it, they do not do so to address it as the health problem it represents, which would entail the regular inclusion of these news in specific sections directly linked to health or science. On the contrary, information in which some allusion is made to obesity is included in very different sections. At the same time, and in connection with the previous conclusion, there are few journalistic pieces that address childhood obesity, to which the WHO has paid special attention. Hence it can be concluded that the media address obesity with little journalistic specialization.

KEYWORDS: obesity / childhood obesity / agenda setting / journalistic coverage / journalistic specialization

COBERTURA JORNALÍSTICA DA OBESIDADE EM CIBERJORNAIS ESPANHÓIS: TRATAMENTO E ESPECIALIZAÇÃO POR SEÇÕES

RESUMO. A obesidade é um problema com afecção crescente em sociedades como a espanhola, onde as projeções apontam para a existência de 26 milhões de pessoas afetadas até o ano 2030. Esta pesquisa analisa o grau de especialização que a cibernídia espanhola mostra ao abordar esse problema em sua informação. Para isso, recorreremos, por um lado, à análise de conteúdo e, por outro, à teoria do agendamento. Foram analisadas as notícias publicadas por *ABC*, *El País*, *La Vanguardia* e *El Mundo* em suas edições

online, bem como *El Confidencial.com* e *El Diario.es* nas quais é feita alguma menção (n=2.760), bem como aquelas em que é abordada como tema principal. Os resultados mostram uma crescente presença do tema na mídia espanhola. No entanto, na maioria das vezes, quando o mencionam, não o fazem para abordá-lo como o problema de saúde que representa. Pelo contrário, a informação em que é feita alguma menção à obesidade está incluída em muitas secções diferentes. Ao mesmo tempo, e em ligação com a conclusão anterior, são poucas as peças jornalísticas que abordam a obesidade infantil, às quais a OMS tem dado especial atenção. Assim, pode-se concluir que a mídia aborda a obesidade com pouca especialização jornalística.

PALAVRAS-CHAVE: obesidade / obesidade infantil / agenda setting / cobertura jornalística; / especialização jornalística

INTRODUCCIÓN

La obesidad es un problema global, puesto que paradójicamente no solo afecta a los países desarrollados, sino que también, cada vez más, tiene incidencia en los que están en vías de desarrollo (Arroyo-Johnson & Mincey, 2016). Técnicamente implica la acumulación excesiva de grasa, lo que conlleva afecciones negativas en la salud y contribuye al surgimiento de enfermedades crónicas (Organización Mundial de la Salud [OMS], 2016). La Asociación Médica Americana (AMA, 2015) y la Asociación Médica Canadiense (Rich, 2015) la declararon enfermedad crónica. La incidencia de la enfermedad se duplicó en más de setenta naciones y se mantuvo creciente en la mayoría del resto (Kim & Willis, 2007). En el caso español, las cifras de 2018 mostraban la existencia de 23 millones de individuos con sobrepeso y, hasta 2030, se esperan por encima de 3 millones más (Hernández et al., 2019).

El interés informativo por la obesidad ha crecido en el ámbito internacional en la medida en que lo ha hecho la propia enfermedad (Hilton et al., 2012; Kim & Willis, 2007). Se ha establecido que la obesidad aumenta la morbimortalidad de enfermedades no transmisibles (Gilbert et al., 2019). Incluso durante la última pandemia global causada por la COVID-19 se ha hallado que las personas obesas son más vulnerables (Tartof et al., 2020). En China, ha sido considerada por sus periódicos como “epidemia autorregulada” (Sun et al., 2021).

Pese a las elevadas cifras que la obesidad alcanza en España, los estudios sobre cómo los medios de comunicación reflejan la obesidad son relativamente recientes. Ortiz-Barreda et al. (2012) comprobaron que estos se dedicaban más a reflejar la dimensión del problema que a informar sobre cómo solucionarlo.

Este trabajo forma parte de un proyecto que pretende analizar la evolución de las informaciones sobre obesidad difundidas en los años 2020 y 2021 en la edición digital de seis cabeceras, dos de ellas nativas digitales (n=2,760). Estas dos últimas

son *Elconfidencial.com* y *Eldiario.es*. Por su parte, *ABC*, *El Mundo*, *El País* y *La Vanguardia* mantienen su edición impresa. Los seis medios abarcan tendencias ideológicas muy diversas: aunque con muchos matices entre unos y otros. Así, pueden englobarse como más cercanas a la izquierda, en el caso de *El Diario.es* y *El País*, y más a la derecha, en el caso de *ABC*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *El Confidencial*. El inicio del periodo de estudio coincidió con el año en el que la COVID se convirtió en pandemia mundial y concluyó el año siguiente. Las medidas gubernamentales, que incluyeron el confinamiento de la ciudadanía en sus casas, dificultaron la realización de ejercicio físico, una de las medidas recomendadas para luchar contra la obesidad. Por otro lado, la imposibilidad de comer fuera de casa durante el confinamiento y las restricciones posteriores para acudir a establecimientos hosteleros derivaron en una mayor responsabilidad de las personas adultas sobre lo que comían ellas, así como sus menores a cargo. El objetivo específico de esta investigación consiste en analizar el grado de inclusión de las noticias en las que se mencionaba la obesidad en secciones especializadas.

Estas son las hipótesis de la investigación:

1. A pesar de que la obesidad es una temática cada vez más recurrente en los medios, la mayoría de las informaciones en las que se menciona no la consideran el tema principal.
2. Los medios de comunicación incluyen las informaciones sobre obesidad en secciones generalistas en lugar de aquellas que están especializadas en salud y bienestar.
3. Cuando la obesidad es el tema principal de la información, aumenta el tratamiento de la cuestión en secciones especializadas.
4. Cuando se menciona la obesidad en la cobertura informativa, no se centra en las personas menores de edad.

MARCO TEÓRICO

La trascendencia que llega a tener qué es lo que se publica y no en la conformación de la opinión pública lleva a la conformación de la teoría de la *agenda setting*. En consonancia con ella, diferentes investigaciones demuestran que, en lo relacionado con el acceso a la información sobre ciencia y salud, los medios de comunicación constituyen la principal fuente de acceso (Arnaiz, 2009; Hilton et al., 2012; Parrot, 2004). De las conclusiones derivadas de estos estudios se extrae la posibilidad que estos tienen de modificar pautas de alimentación y estilos de vida con el fin de conseguir una mejora en la salud de la población. Sin embargo, eso requiere la utilización del mensaje, el canal y el lenguaje más adecuados (Aranceta Bartrina, 2015).

Tales son los efectos que la comunicación tiene sobre la ciudadanía, que la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) llevó a recomendar su inclusión en la estrategia y las medidas necesarias para hacer frente al aumento de la malnutrición como consecuencia de la COVID-19. Otros estudios llegan a establecer una relación entre lo que se publica y una culpabilización o estigmatización individual (Charrow & Yerramilli, 2018; Jackson et al., 2012; Rubino et al., 2020; Schvey et al., 2012; Vartanian & Shaprow, 2008; Wott & Carels, 2010). De hecho, la propia pandemia acució esa estigmatización (Camacho Markina et al., 2023).

Algunas investigaciones ponen de relieve el desinterés que habitualmente los medios de comunicación muestran ante las iniciativas que, en este sentido, nacen desde las administraciones, salvo cuando las medidas gubernamentales desatan el debate político (Ortiz-Barreda et al., 2012). En otras ocasiones, por el contrario, queda implícita una postura poco exigente, por ejemplo, con productos como las bebidas energéticas (Argiñano, 2021).

El interés que los temas relacionados con la salud despiertan en la ciudadanía (Crawford, 2006) sitúa a los medios en una posición creciente de autoridad a la hora de establecer lo que es saludable (Penkler et al., 2015). Los medios de comunicación han atribuido la responsabilidad tradicionalmente a las personas que la padecen; sin embargo, se detectan cambios en la tendencia (Jeong et al., 2014; Kim & Willis, 2007). Así, cada vez más investigaciones consideran que lo que hay detrás no es una elección de estilo de vida de la que pueda culparse al individuo (L'Hôte et al., 2018). Algunos estudios resaltan los factores socioeconómicos o educativos (Armentia & Marín, 2020; Mathieu-Bolh, 2021; Shekar & Popking, 2020).

La propia OMS (2016) señala al sistema alimentario internacional. Asimismo, al igual que, cada vez con mayor frecuencia, se nombra la responsabilidad social, se mencionan también los perjuicios que la obesidad ocasiona al conjunto de un país más allá de los daños individuales que provoca. Por ejemplo, impacta en el sistema sanitario por el aumento de los costes, pues, en el caso de España, se estima que alcanzarán los 3000 millones de euros en 2030 (Hernández et al., 2019).

La creciente conciencia en torno al problema que la obesidad supone llevará probablemente a cambios legislativos (Hilton et al., 2012). Las respuestas para atajarlo serán transversales y abarcarán desde crecientes impuestos a ciertos productos alimenticios a campañas de concienciación y educación en torno a la salud, así como otras que intenten atajar las desigualdades sociales (Hernández et al., 2019; Jenkin et al., 2011).

La línea editorial de los medios de comunicación no es ajena al enfoque sobre el problema. Los de centro-izquierda ahondan, en mayor medida que los de centro-derecha, en la dimensión social del problema (Nimegeer et al., 2019).

Dado que la obesidad es un problema de salud, cabe esperar que un ámbito de información tan sensible sea tratado habitualmente en los medios de comunicación por periodistas que se hayan especializado en un área definida por su complejidad, alto impacto social y retos profesionales permanentes (Saavedra-Llamas et al., 2019). En la actualidad, se está tratando el tema de la nutrición como una hiperespecialización en el seno del periodismo sobre salud.

Entre las fuentes de la información sobre obesidad se encuentran los estudios científicos. Autoras como Vallejos Gancedo (2021) consideran que existen diferencias entre la información sobre ciencia y la divulgación científica, que define como “toda actividad de explicación y difusión de los conocimientos, la cultura y el pensamiento científico y técnico” (p. 1). Considera que esta última actividad requiere de la complementariedad de las personas que se dedican profesionalmente al periodismo y a la ciencia. Para esta autora, la información sobre ciencia requiere de una especialización periodística, que Belenguer Jané (2001) define como

la actividad profesional periodística que consiste en informar en profundidad, explicar y divulgar a través de los medios de comunicación sobre áreas determinadas y concretas del conocimiento, aplicando los métodos de investigación, redacción, formas y saberes propios del periodismo, articulados con los recursos cognitivos, teóricos y metodológicos de esas áreas concretas. (pp. 59-60)

Este autor contempla que la divulgación, por encima del personal científico, debe corresponder a periodistas (Belenguer Jané, 2003). En ese sentido, Graiño Knobel (2014) considera, de hecho, que desde finales del pasado siglo la figura del periodista especializado vive una etapa de consolidación. Por ello, Aranceta Bartrina (2015) estima necesario que el personal sanitario con experiencia en comunicar se implique también en la generación de contenido.

La falta, en todo caso, de una decidida apuesta de esa especialización lleva a que el periodismo presente dificultades para conocer suficientemente y contextualizar el sistema investigador del que emanan los trabajos científicos de los que informa, incluidos los que resultan fraudulentos (Meneses-Fernández & Santana-Hernández, 2020). En consonancia, el periodismo sobre ciencia y salud debe saber priorizar fuentes y activar procesos de verificación específicos (Saavedra-Llamas et al., 2019). Sin embargo, esta posición teórica choca con una realidad en la que prima el *clickbait* y reinan la falta de tiempo y la precariedad, lo que lleva a “contenidos cercanos al publirreportaje” (Saavedra-Llamas et al., 2019; Revuelta-de-la-Poza, 2018). Con todo, López-Borrull y Ollé (2019) detectan en ello una oportunidad de reivindicación de la figura del periodista especializado como arma contra la desinformación, mientras que Fernández-Castrillo y Magallón (2023) señalan la importancia de la inclusión de una fuente propia experta.

Fúster et al. (2009) detectaron en su estudio de quince medios escritos de España que, durante 2006, se publicaron 1432 artículos relacionados con la alimentación, de los

cuales el 56 % se difundió en secciones relacionadas con nutrición y salud. Por su parte, la Agencia Catalana de Seguretat Alimentària, en colaboración con el Observatorio de la Comunicación Científica de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona, halló 530 textos de cinco diarios relativos a alimentación, de los cuales el 39 % correspondía a la temática de dietética y nutrición (Armentia Vizuet et al., 2019).

En el caso de la obesidad infantil, los estudios detectan un aumento de las informaciones que la mencionan. Así lo pone de relieve Westall (2011), quien, sin embargo, encuentra una dicotomía entre las informaciones que afrontan sus causas y las que contribuyen a un “entorno obsogénico” o “sociedades obsogénicas” (Arnaiz, 2009; Wang, 2008), donde se promueven “alimentos repletos de grasas y calorías en vez de fomentar la actividad física y el deporte desde edades tempranas” (Westall, 2011, p. 236).

METODOLOGÍA

Con el propósito de alcanzar los objetivos de esta investigación, se ha acudido al análisis de contenido, definido como “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (Krippendorff, 1990, p.28), y a la teoría de la *agenda setting* (McCombs & Evatt, 1995) para cuantificar la presencia y relevancia de la obesidad en los diarios en línea. Los seis diarios de los que este estudio recoge la muestra son *ABC*, *El País*, *La Vanguardia*, *el Mundo*, *El Confidencial.com* y *El Diario.es*. Estos dos últimos son nativos digitales, mientras que los otros cuatro mantienen también su edición impresa. La selección de estos seis medios de comunicación se ha basado, por un lado, en los datos sobre tráfico web de España recogidos por Comscore en septiembre de 2020. Por otro lado, se ha tomado en cuenta también un estudio llevado a cabo por la Universitat de Valencia (Pavía et al., 2017), que considera a *El Diario.es* y a *El Confidencial.com* como los dos nativos digitales con mayor credibilidad para la audiencia. El periodo de estudio comprende los años 2020 y 2021.

El corpus se ha obtenido a través de las herramientas de búsqueda de los propios ciberdiarios, donde se utilizaron tres palabras clave: obesidad, obesidad infantil y sobrepeso. En total, se hallaron 2760 noticias. Posteriormente, se ha restringido la muestra a los artículos en los que la obesidad es el tema principal y el concepto de sobrepeso aparece en el titular o entradilla. En total, se obtuvieron 824 noticias.

En todos los casos se ha analizado la sección en que cada medio de comunicación ha incluido el artículo, así como si en él hay alusión al público infantil. A la hora de establecer el grado de conexión entre la sección en que la información fue clasificada y su grado de especialización, se ha considerado que los artículos insertados en secciones genéricas, como local, nacional-España, política, economía, internacional o gente, implican ausencia de especialización. Por el contrario, cuando la pieza periodística se ha colocado bajo el apartado de ciencia, salud, alimentación u otros cuya denominación

apele indirectamente a algunos de estos aspectos relacionados con el bienestar, se ha determinado la existencia de esa especialización.

En este sentido, un primer aspecto que se debe destacar es que los seis medios, objetos de este estudio, cuentan con secciones relacionadas directamente con la salud, el bienestar o la ciencia, aunque cada uno con distintas denominaciones (véase la Tabla 1).

Tabla 1

Secciones relacionadas con el bienestar, la salud o la alimentación saludable

ABC	El Diario.es	El Confidencial.com	El País	El Mundo	La Vanguardia
Bienestar	Tu mejor yo	Alimente	Buena vida	Ciencia y salud	Vivo
Familia	Consumo claro	Alma, corazón y vida	Mamás y papás	Zen	Vida
Salud			Planeta futuro	Vida sana	
Ciencia			Ciencia		

Con miras a comprobar la fiabilidad de los resultados, se realizó una prueba de fiabilidad intercodificadores con el 10 % de la muestra, donde se obtuvo de media un 0,82 (SD = 0,11) en el coeficiente de Kappa.

RESULTADOS

Hay diferencias significativas en cuanto al número de noticias en los que, de una u otra forma, cada medio de comunicación analizado alude a la obesidad. Dos de ellos destacan respecto al resto. Es el caso de *ABC*, que lidera el *ranking*, con 920 noticias, y *El Diario.es*, que le sigue de cerca con 847. A partir de ahí, la diferencia con los demás es abismal, por cuanto el siguiente medio en aparecer en el listado es *La Vanguardia*, con 451, es decir, con menos de la mitad que *ABC*. Tras él están *El Mundo* (302), *El País* (192) y *El Confidencial.com* (48).

De esas 2760 noticias difundidas por los seis medios de comunicación en los que se menciona la obesidad, esta enfermedad no llega a suponer el enfoque principal de un tercio de ellas. En total, de esas 2760, son 824 las que presentan este problema de salud como el argumento más importante, lo que representa exactamente el 29,61 %. A partir de estos datos, llama la atención la proporción de noticias con mención a la obesidad de las que *El Confidencial.com* hace su principal argumento, puesto que cuarenta de sus cuarenta y ocho noticias en que aparece el término se centran en él, lo que arroja un 83,33 % de los casos. Sin embargo, en el momento de analizar los datos, cabe recordar que es este nativo digital el que, con enorme diferencia, menos informaciones recoge con alguna alusión a la obesidad. Ninguno de los otros cinco medios llega a hacer de ella el argumento principal de la mitad de las noticias en las que aparece, aunque *El País* se sitúa cerca de ese 50 % con noventa y dos de 192 noticias que suponen, exactamente,

el 47,92 %. A cierta distancia porcentual está *La Vanguardia*, con el 36,14 % que arrojan sus 163 de 451 noticias. A cinco puntos porcentuales se encuentra *ABC* (31,2 %) con 287 de 920 noticias. *El Mundo* y *El Diario.es* cierran la lista con porcentajes muy similares: 21,59 % y 20,07 %, respectivamente; es decir, con sesenta y cinco de 301 noticias el primero y 170 de 847 el segundo.

Del total de 2760 noticias en que se alude a la obesidad durante el periodo analizado, aquellas que mencionan al público infantil no llegan a la cuarta parte. En concreto, son 623 los artículos periodísticos que lo hacen, que representan el 22,65 % del total. En esto no hay diferencias significativas entre los distintos medios, salvo en los casos de *El Confidencial.com* y *El Mundo*, que aluden a menores de edad en poco más del 10 % de las noticias sobre alimentación, puesto que el primero lo hace en el 12,5 % de los casos (seis noticias de cuarenta y ocho) y el segundo, en el 11,96 % (treinta y seis de 301). En el otro extremo, *El País* menciona la alimentación infantil en el 39,58 % de los casos (setenta y seis noticias de un total de 192). Los otros tres medios de comunicación restantes se sitúan en torno a esa media del 22,65 %. Así, *ABC* menciona a niños y niñas en el 24,14 % de esas noticias (222 de 920), *El Diario.es* en el 22,55 % (191 noticias de 847) y *La Vanguardia*, por último, en el 20,84 % con noventa y cuatro noticias de un total de 451.

Cuando la propia obesidad se convierte en el principal argumento de la información, la proporción de aquellas noticias que mencionan a niños y niñas aumenta. Así, son 344 las que abordan la obesidad infantil, lo que representa el 42,11 %. Es decir, pasan de constituir el 22,65 % a cerca de la mitad.

Tabla 2

Mención a la infancia cuando la obesidad es el tema principal

Obesidad infantil	2020	2021	Total
NO	258	215	473
SÍ	174	170	344

En cuanto al número de noticias con alusión a la obesidad difundidas por cada medio de comunicación, no se perciben diferencias relevantes en su año de difusión. Y es que de las 2760 noticias publicadas en total por los seis medios entre 2020 y 2021, 1476 se ofrecieron el primer año y 1283, el segundo. Esto implica que el 53,5 % corresponde a 2020 y el 46,5 %, a 2021.

En el caso de *ABC*, presenta sendas secciones que utilizan directamente los nombres de “Salud” y “Bienestar”, aunque tiene otra como “Familia” que, indirectamente, apela también a esos conceptos. A la primera le corresponden 237 noticias, 165 a la segunda y 198 a la tercera. Entre las tres suman 600 noticias, que representan cerca de un tercio de las noticias en las que aparece la obesidad en ese medio de comunicación. En el caso de *El Diario*, aunque explícitamente, “Tu mejor yo” es la sección que con mayor claridad

se acerca al ámbito de la salud y el bienestar, en la que difundió cincuenta y cinco de sus 847 noticias, aunque tiene otra también especializada como “Consumo claro”, en la que aparecieron veintiuno. Entre ambas no llegan al 10 % de aquellas en las que apareció la obesidad ofrecidas por este medio entre 2020 y 2021. De hecho, es la sección generalista “Sociedad” la que mayor número acaparó, con 121. Por otro lado, las noticias ofrecidas por sus distintas ediciones locales (Navarra, Valencia, Catalunya...) suman 150, junto con las de “Sociedad”, representan prácticamente un tercio (32 %). El otro nativo digital de este estudio, *El Confidencial.com*, se caracteriza porque, en su caso, su información especializada hace que, por ejemplo, el nombre de su sección “Alimente” vaya antes que la marca del diario en la URL. Solo fueron cuarenta y ocho las noticias donde apareció la obesidad entre 2020 y 2021 en este medio y más de la mitad (veintiséis) lo hicieron en “Alimente”. Su sección “Alma, corazón y vida”, que también apela a la vida saludable, publicó ocho, por lo que entre ambas superaron el 70 %. Y habría que añadir dos noticias de la sección “Bienestar”, con lo que ya se supera ese porcentaje. *El Mundo* cuenta con varias secciones relacionadas con la salud y el bienestar. Pueden incluirse en este ámbito “Ciencia y salud”, “Zen” y “Vida sana”. Solo la primera publicó 109 de las 301 informaciones publicadas entre 2020 y 2021, donde se mencionaba la obesidad, es decir, más de un tercio de ellas. A “Zen” le correspondieron veintidós noticias y a “Vida sana”, diez.

“Buena vida” es, en *El País*, la sección cuyo nombre más directamente apela al bienestar y la salud. De sus 192 noticias del periodo analizado en el que aparecía la obesidad, publicó en ella treinta y tres. Con una publicación más (treinta y cuatro), aparecieron en “Mamás y papás”, sección especializada en el bienestar infantil. Por tanto, entre ambas representaron casi un tercio. Sin embargo, en el caso de este diario, aparecen otras dos secciones con un número importante de informaciones que, a pesar de que no están directamente vinculadas a la salud, sí cuentan con periodistas especializados en ámbitos como la ciencia y el desarrollo humano que le son tangenciales. Así, a su sección “Planeta futuro” le correspondieron treinta y tres informaciones, mientras que a la de “Ciencia”, diecinueve. Entre las cuatro secciones mencionadas acapararon, por lo tanto, cerca del 50 % del total. El último de los medios analizados, *La Vanguardia*, tiene varias secciones relacionadas con el bienestar, como “Vivo”, con cincuenta y cinco noticias. Pero fue la sección “Comer” en la que más informaciones con alusión a la obesidad publicó. En concreto, fueron 133 de 451, es decir, cerca de un tercio. Esta es una sección especializada en la alimentación, pero no específicamente en lo relacionado con sus aspectos saludables. Abarca desde noticias con un enfoque más frívolo, como “El restaurante que se ha hecho viral por cobrar 20 céntimos cada vez que el camarero viene a la mesa” (17 de julio de 2022) o “El cono de plata para tomar helado de 650 euros que promete triunfar entre las influencers” (14 de julio de 2022), a consejos sobre alimentación saludable, reseñas de restaurantes y marcas con un enfoque que se acerca al de la publicidad, así como recetas. También hay un número importante de informaciones (114) en “Cribeo”, 103 de ellas englobadas en la subsección “Vida”. Se trata de contenidos vinculados con el

entretenimiento, por lo que no pueden clasificarse como especializados en alimentación. Por el contrario, hay veinte noticias publicadas en “Ciencia”, pero que no representan ni el 5 % de estos contenidos. Cuando la obesidad es el argumento principal, las dos secciones más directamente especializadas en la salud y el bienestar apenas recogen veintitrés de 163 noticias (quince en “Vivo” y ocho en “Ciencia”). En este sentido, resulta significativo que la sección “Comer” solo recoja una noticia sobre la obesidad de las 133 en las que esta aparecía mencionada.

La Vanguardia no es, no obstante, el único medio que, en ocasiones, trata la obesidad en secciones más vinculadas con el entretenimiento. Aunque no arrojan porcentajes significativos, *ABC* publicó dieciocho informaciones en su sección “Estilo”, la mayoría de ellas en su subsección “Gente”, dedicada a las celebridades; *El Mundo*, once en “LOC”, y *El Confidencial.com* introdujo una en “Vanitatis”.

Cuando la obesidad es el tema principal de la información, la proporción de noticias tratadas en secciones especializadas aumenta. El medio donde con más claridad se ve esta relación entre el enfoque y su tratamiento es en *El Confidencial*. Este es el medio que menor número de noticias (cuarenta y ocho) dedicó entre 2020 y 2021 a la obesidad. Sin embargo, más del 80 % (cuarenta en total) hicieron de ella su tema principal, y de ellas treinta y dos fueron difundidas en secciones vinculadas a la salud (veintiséis en “Alimente”, cinco en “Alma, corazón y vida” y una en “Bienestar”). Llama la atención que otras siete de ellas fueran publicadas en una sección especializada, aunque en este caso, no directamente en cuestiones relacionadas con el bienestar, sino en la de “Tecnología”, en la que se incluyen las noticias de la subsección de “Ciencia”, con publicaciones como “Un medicamento para enfermedades cardíacas logra paliar la obesidad en ratones” (16 de abril de 2021).

Tabla 3

Secciones de El Confidencial cuando la obesidad es el tema principal

	2020	2021	Total
Alimente	9	14	23
Alma, corazón y vida	4	1	5
Vanitatis	0	0	0
Bienestar	1	0	1
Tecnología	6	1	7
			40

En el caso de *El Mundo*, se cuenta con un total de sesenta y cinco noticias que abarcan la obesidad como tema principal, treinta y seis de ellas fueron publicadas en “Ciencia y salud”; tres, en “Zen”, y dos, en “Vida sana”. Ello demuestra que más de dos tercios de las informaciones sobre obesidad fueron tratadas en secciones especializadas en salud. Otras once fueron abordadas en un suplemento especializado en la mujer, *Yo Dona*,

donde también se tratan estas cuestiones. Una de ellas, sin embargo, fue publicada en “LOC”, bajo el título “Pete Doherty y sus 50 kilos de más: Adiós, drogas; hola, tostaditas con queso francés” (3 de abril de 2021).

Tabla 4

Secciones de El Mundo cuando la obesidad es el tema principal

	2020	2021	Total
Ciencia y salud	17	19	36
Zen	2	1	3
Vida sana	1	1	2
Papel	1	1	2
<i>Yo Dona</i> (suplemento)	3	8	11
LOC	1	0	1
			65

ABC, por su parte, publicó setenta de sus 287 noticias redactadas con la obesidad como tema principal en su sección “Salud”. Pero a ellas hay que sumarles las sesenta y dos publicadas en la también especializada “Bienestar”. El periódico madrileño tiene otra sección, “Familia”, en la que incluye artículos que inciden en estas cuestiones, y donde publicó noventa noticias. Por ende, entre las tres sumaron 222 del conjunto de 287, lo que representa el 77,5 % del total. Hay también noticias publicadas en secciones más vinculadas a enfoques más frívolos, como “Estilo” y “Summum”.

Tabla 5

Secciones de ABC cuando la obesidad es el tema principal

	2020	2021	Total
Salud	35	35	70
Familia	51	39	90
Bienestar	24	38	62
Summum	0	1	1
Estilo	4	6	10
Favorito / Cuidado personal			
			287

A partir de ahí, *El País*, *La Vanguardia* y *El Diario.es* muestran un menor grado de inclusión de estas noticias en secciones vinculadas con la salud, la ciencia y el bienestar. El rotativo madrileño de Grupo Prisa incluyó catorce noticias en “Buena vida” y una en “Ciencia”, a las que deben sumarse las veinticinco de “Mamás y papás”, puesto que las tres son secciones directamente relacionadas con la salud. En total, son cuarenta noticias de noventa y dos, por lo que no llegan a la mitad de las 192 enfocadas en la obesidad.

Sin embargo, una cuestión destacable en *El País* estriba en la inclusión de otras catorce noticias en “Planeta futuro”, su sección de la edición electrónica dedicada a informaciones centradas en el bienestar humano de los países en vías de desarrollo.

Tabla 6

Secciones de El País cuando la obesidad es el tema principal

	2020	2021	Total
Buena vida	12	2	14
Mamás y papás	14	11	25
Planeta futuro	7	7	14
Ciencia	1	0	1
<i>El País Semanal</i> (suplemento)	2	0	2
			92

Tabla 7

Secciones de La Vanguardia cuando la obesidad es el tema principal

	2020	2021	Total
Comer	1	0	1
Vivo	7	8	15
Vida	13	27	40
Ciencia	6	2	8
Cribeo	3	4	7
LifeStyle	0	1	1
Natural	0	0	0
Gente	2	2	4
Tecnología	0	1	1
TV	0	2	0
Magazine / Buena vida	2	5	7
			163

A la hora de analizar las informaciones publicadas por *La Vanguardia*, resulta significativo que, de las 155 de la sección “Comer” en las que aparecía la temática de la obesidad, solo una la abordara como cuestión principal. A partir de ahí, sus secciones especializadas de “Vida” y “Vivo” publicaron, respectivamente, 103 y 55 del total de 453 enfocadas en la cuestión, mientras que ocho fueron difundidas en “Ciencia”.

En *El Diario.es*, por último, las 170 informaciones enfocadas en la obesidad fueron tratadas habitualmente en secciones no especializadas en salud ni ciencia. Solo las publicadas en “Consumo claro” y “Tu mejor yo”, secciones a las que correspondieron ocho noticias a cada una, pueden considerarse abordadas con un enfoque especializado, lo que implica menos del 5 % del conjunto.

Tabla 8*Secciones de El Diario cuando la obesidad es el tema principal*

	2020	2021	Total
Consumo claro	7	1	8
Tecnología	3	7	10
Tu mejor yo	7	1	8
			170

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos en el estudio ponen de relieve la importante presencia de la obesidad en la agenda de los medios de comunicación, en consonancia con lo señalado por autores como Kim y Willis (2007) o Patterson y Teyhan (2012). Sin embargo, el hecho de que se mencione en artículos periodísticos no implica siempre una adecuada profundización en el tema que lleve a plantear sus raíces (Hernández et al., 2019).

Que la obesidad aparezca cada vez con mayor frecuencia en los medios tiene una enorme repercusión en lo que la sociedad conoce sobre ella (Parrot, 2004; Penkler et al., 2015). De ahí surge la pertinencia de los enfoques (Camacho Markina et al., 2023; Rubino et al., 2020), que el tratamiento especializado por parte de los medios puede contribuir positivamente (Belenguer Jané, 2001) mediante una información redactada por periodistas (Belenguer Jané, 2003) y asesorada por personal sanitario (Aranceta Bartrina, 2015). Especialmente relevante resulta esa especialización a la hora de afrontar informaciones sobre obesidad en las que sus protagonistas son menores de edad, así como para poner de relieve la problemática de la obesidad infantil, contribuir a prevenirla (Pixton, 2011) y evitar la estigmatización de quien la padece (Arnaiz, 2009; Wang, 2008).

Esta investigación constata la creciente aparición de la obesidad en las informaciones periodísticas. Si bien es cierto que en 2021 hubo una alusión sensiblemente menor a ella en comparación con el año anterior, el elevado número de artículos donde se menciona (2760) en total refleja la incidencia de este problema en la realidad social. Al mismo tiempo, muestra un creciente interés de los medios de comunicación por abordar la cuestión.

Sin embargo, que la obesidad aparezca con frecuencia en la prensa no implica que las informaciones se centren en lo que es, una enfermedad, de lo que se extrae la primera conclusión: la mayoría de los artículos periodísticos en los que se alude a ella no ponen el foco en el problema de salud. Por el contrario, la obesidad aparece mencionada en los medios en muy diferentes contextos, a veces, como el de las celebridades, con un enfoque frívolo, lo que lleva también a que se incluya en secciones de lo

más diversas. A partir de ello, como segunda conclusión se extrae que la especialización en el tratamiento informativo de la obesidad tiene aún, en ese sentido, un largo camino de mejora: la inclusión de las noticias sobre obesidad en secciones que recojan solo informaciones sobre salud, bienestar o ciencia implica un paso hacia una mayor especialización. Además, frente a la rigidez de la prensa en papel, en el que la existencia de una sección fija obliga a ofrecer páginas concretas en las que ofrecer informaciones diarias o semanales agrupadas mediante el correspondiente cintillo, los cibermedios tienen la ventaja de que las secciones sobre salud, bienestar y ciencia están siempre presentes a través de la correspondiente pestaña.

No obstante, como tercera conclusión se constata que en aquellos casos en que los medios sí han centrado la información en la obesidad aumenta su ubicación en secciones relacionadas con la salud y el bienestar. Esto se vincula con una mayor especialización, puesto que habitualmente las cuestiones abordadas en una sección concreta cuentan con redactores con un grado alto de experticia en las cuestiones que tratan en ella.

Por último, debe recordarse la responsabilidad social que los medios de comunicación tienen en la infancia y el tratamiento de sus problemas, uno de sus principales retos. La propia OMS pone el foco en la prevención en niños y niñas como forma de atajar la obesidad del futuro. Los cibermedios, sin embargo, tal y como pone de relieve este estudio como cuarta conclusión, cuando hablan de obesidad eluden, en la mayoría de las ocasiones, las implicaciones que tiene en las personas más jóvenes, así como las medidas específicas que pueden contribuir a una menor prevalencia de la enfermedad.

Esta investigación arroja resultados genuinos en torno al tratamiento informativo de la obesidad como problemática que, de una manera u otra, afecta al conjunto de la sociedad, dado el elevado número de personas afectadas y la necesidad de prevenirla. La dimensión de la muestra es, por otra parte, uno de sus principales puntos fuertes y, al mismo tiempo, limita el análisis de otros aspectos que se deberán abordar en un futuro, como la utilización de fuentes especializadas del área de la nutrición y la salud a la hora de que los medios informen sobre el tema. Por ese motivo, este trabajo ha analizado la clasificación por secciones de las informaciones sobre obesidad como un indicador de su especialización, pero es cierto que existen otros, como la inclusión de fuentes expertas en el tratamiento de la información, que pueden ayudar a acotar la cuestión. También resultará interesante una comparación entre los resultados obtenidos entre los años 2020 y 2021, los más marcados por la pandemia de la COVID-19, con los de años anteriores y posteriores, con la finalidad de determinar si la emergencia condicionada por el coronavirus se tradujo en un mayor esfuerzo de los medios de comunicación españoles por transmitir todas sus consecuencias, incluidas las relacionadas con los hábitos alimentarios y el ejercicio físico, con la profundidad y capacidad divulgativa que caracteriza al periodismo especializado.

CONFLICTOS DE INTERÉS

Los autores declaran no tener conflictos de interés.

CONTRIBUCIÓN DE AUTORES

Conceptualización: G. G. R. y J. A.; Curación de datos: G. G. R. y J. A.; Análisis formal: G. G. R. y J. A.; Investigación: G. G. R. y J. A.; Metodología: G. G. R. y J. A.; Validación: G. G. R. y J. A.; Visualización: G. G. R. y J. A.; Preparación del borrador original: G. G. R. y J. A.; Revisión y Edición: G. G. R. y J. A.

REFERENCIAS

- American Medical Association. (9 de junio de 2015). AMA adopts new policies on second day of voting at Annual Meeting. <https://www.ama-assn.org/press-center/press-releases/ama-adopts-new-policies-second-day-annual-meeting>
- Aranceta Bartrina, J. (2015). *Periodismo y alimentación. Influencia de los medios en la elección de alimentos y en los hábitos de consumo alimentario* [Tesis doctoral, Universidad del País Vasco]. Archivo Digital Docencia Investigación. <http://hdl.handle.net/10810/18487>
- Argiñano, J.-L. (2021). Bebidas energéticas en los cybermedios: fuentes, encuadres y falacias en la construcción de un discurso indulgente. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12(1), 221-233. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM000002>
- Armentia, J. I., & Marín, F. (2020). How the Spanish press frames obesity: A study of content published by *El País*, *La Vanguardia*, and *El Correo* in 2015. *Journalism*, 21(12), 1932-1950. <https://doi.org/10.1177/1464884918754851>
- Armentia Vizquete, J. I., Marín Murillo, F., Rodríguez-González, M., & Marauri Castillo, I. (2019). De qué habla la prensa digital cuando habla de nutrición. Un análisis de *elpais.com* y *lavanguardia.com* durante 2017. *Doxa Comunicación*, (29), 19-41. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a1>
- Arnaiz, M. G. (2009). La emergencia de las sociedades obesogénicas o de la obesidad como problema social. *Revista de Nutrição*, 22(1), 5-18. <https://doi.org/10.1590/S1415-52732009000100001>
- Arroyo-Johnson, C., & Mincey, K. D. (2016). Obesity epidemiology worldwide. *Gastroenterology Clinics of North America*, 45(4), 571-579. <https://doi.org/10.1016/j.gtc.2016.07.012>
- Belenguer Jané, M. (2001). El periodismo científico, objeto de investigación. En C. Espejo-Cala (Ed.), *Periodismo: propuestas de investigación* (pp. 57-82). Padilla Libros.

- Belenguer Jané, M. (2003). Información y divulgación científica: dos conceptos paralelos y complementarios en el periodismo científico. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, (9), 43-53. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=860254>
- Camacho Markina, I., Goikoetxea Bilbao, U., & Marauri Castillo, I. (2023). Estigmatización social en el tratamiento informativo de la obesidad en la prensa española durante la pandemia. *Revista Latina de Comunicación Social*, (81), 250-274. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-1895>
- Charrow, A., & Yerramilli, D. (2018). Obesity as disease: Metaphysical and ethical considerations. *Ethics, Medicine and Public Health*, 7, 74-81. <https://doi.org/10.1016/j.jemep.2018.10.005>
- Crawford, R. (2006). Health as a meaningful social practice. *Health*, 10(4), 401-420. <https://doi.org/10.1177/1363459306067310>
- Fernández-Castrillo, C., & Magallón-Rosa, R. (2023). El periodismo especializado ante el obstruccionismo climático. El caso de Maldito Clima. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 14(2), 35-52. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.24101>
- Gilbert, M., Raman, J., & Sui, Z. (2019). Cognitive remediation-enabled cognitive behaviour therapy for obesity: a case series. *Eat Weight Disord*, 26, 103-114. <https://doi.org/10.1007/s40519-019-00823-4>
- Graño Knobel, S. (2014). La evolución de los argumentos justificadores de la divulgación y el periodismo científico. *Prisma Social*, (12), 232-297. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5429663>
- Hernández, A., Zomeño, M. D., Dégano, I. R., Pérez-Fernández, S., Goday, A., Vila, J., Civeira, F., Moure, R., & Marrugat, J. (2019). Exceso de peso en España: situación actual, proyecciones para 2030 y sobre coste directo estimado para el Sistema Nacional de Salud. *Revista Española de Cardiología*, 72(11), 916-924. <https://doi.org/10.1016/j.recesp.2018.07.009>
- Hilton, S., Patterson, C., & Teyhan A. (2012). Escalating coverage of obesity in UK newspapers: The evolution and framing of the "obesity epidemic" from 1996 to 2010. *Obesity*, 20(8), 1688-1695. <https://doi.org/10.1038/oby.2012.27>
- Jackson, T. D., Grilo, C. M., & Masheb, R. M. (2012). Teasing history, onset of obesity, current eating disorder psychopathology, body dissatisfaction, and psychological functioning in binge eating disorder. *Obesity Research*, 8(6), 451-458. <https://doi.org/10.1038/oby.2000.56>
- Jenkin, G. L., Signal, L., & Thomson, G. (2011). Framing obesity: the framing contest between industry and public health at the New Zealand inquiry into obesity. *Obesity Reviews*, 12(12), 1022-1030. <https://doi.org/10.1111/j.1467-789X.2011.00918.x>

- Jeong, M., Gilmore, J. S., Bleakley, A., & Jordan, A. (2014). Local news media framing of obesity in the context of a sugar-sweetened beverage reduction media campaign. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 46(6), 583-588. <https://doi.org/10.1016/j.jneb.2014.04.294>
- Kim, S.-H., & Willis, L. A. (2007). Talking about obesity: news framing of who is responsible for causing and fixing the problem. *Journal of Health Communication*, 12(4), 359-376. <https://doi.org/10.1080/10810730701326051>
- Krippendorff, K. (1990). Metodología de análisis de contenido. Teoría y Práctica. Paidós Comunicación.
- L'Hôte, E., Fond, M., & Volmert, A. (2018). *Seeing upstream. Mapping the gaps between expert and public understandings of health in the United Kingdom*. FrameWorks Institute. https://www.health.org.uk/sites/default/files/2018-11/health_foundation_mtg_report_2018_final.pdf
- López-Borrull, A., & Ollé, C. (2019). La curación de contenidos como respuesta a las noticias y a la ciencia falsas. *Anuario ThinkEPI*, 13, 1-5. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2019.e13e07>
- McCombs, M., & Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos. Explorando una nueva dimensión de la agenda setting. *Comunicación y Sociedad*, 8(1), 7-32. <https://dadun.unav.edu/handle/10171/8401>
- Mathieu-Bolh, N. (2021). The elusive link between income and obesity. *Journal of Economic Surveys*, 36(4), 935-968. <https://doi.org/10.1111/joes.12458>
- Meneses-Fernández, D. M., & Santana-Hernández, J. D. (2020). Construcción periodística de la mala praxis científica: análisis en diarios digitales. *Prisma Social*, (31), 40-63. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7626001.pdf>
- Nimegeer, A., Patterson, C., & Hilton, S. (2019). Media framing of childhood obesity: A content analysis of UK newspapers from 1996 to 2014. *BMJ Open*, 9(4), 1-10. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2018-025646>
- Organización Mundial de la Salud. (2016, 17 de octubre). *Obesity and diabetes: the slow-motion disaster. Keynote address at the 47th meeting of the National Academy of Medicine*. <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/obesity-and-diabetes-the-slow-motion-disaster-keynote-address-at-the-47th-meeting-of-the-national-academy-of-medicine>
- Ortiz-Barreda, G., Vives-Cases, C., & Ortiz-Moncada, R. (2012). La cobertura periodística de la obesidad en la prensa española (2000-2005). *Perspectivas en nutrición humana*, 14(1), 23-32. <http://www.scielo.org.co/pdf/penh/v14n1/v14n1a3.pdf>
- Parrot, R. (2004). Emphasizing 'Communication' in Health Communication. *Journal of Communication*, 54(4), 751-787. <https://doi.org/10.1093/joc/54.4.751>

- Pavía, J. M., López García, G., Palau, D., Rubio, A., Valera L., & Gámir, J. (2017). *Encuesta GIPEyOP/Mediaflows sobre medios y comunicadores* [Informe]. Universitat de València. https://www.uv.es/pavia/Informe_Encuesta_Medios.pdf
- Penkler, M., Felder, K., & Felt, U. (2015). Diagnostic narratives: creating visions of Austrian society in print media accounts of obesity. *Science Communication*, 37(3), 314-339. <https://doi.org/10.1177/1075547015575791>
- Revuelta-de-la-Poza, G. (2019). Journalists' vision of the evolution of the (metaphorical) ecosystem of communication on health and biomedicine. *El Profesional de la Información*, 28(3), 1-9. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.10>
- Rich, P. (2015). *CMA recognizes obesity as a disease*. Canadian Medical Association. <https://web.archive.org/web/20181023022440/https://www.cma.ca/en/pages/cma-recognizes-obesity-as-a-disease.aspx>
- Rubino, F., Puhl, R. M., Cummings, D. E., Eckel, R. H., Ryan, D. H., Mechanick, J. I., Nadglowski, J., Ramos, X., Schauer, P. R., Twenefour, D., Apovian, C. M., Aronne, L. J., Batterham, R. L., Berthoud, H. R., Boza, C., Busetto, L., Dicker, D., De Groot, M., Eisenberg, D.,... Dixon, J. B. (2020). Joint international consensus statement for ending stigma of obesity. *Nature Medicine*, 26, 485-497. <https://doi.org/10.1038/s41591-020-0803-x>
- Saavedra-Llamas, M., Herrero-de-la-Fuente, M., Rodríguez-Fernández, L., & Jiménez-Narros, C. (2019). Información de salud: fuentes periodísticas y desafíos profesionales. *El Profesional de la Información*, 28(2), 1-9. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.mar.08>
- Shekar, M., & Popkin, B. (Eds.). (2020). *Obesity: health and economic consequences of an impending global challenge*. World Bank Publications.
- Schvey, N. A., Puhl, R. M., & Brownell, K. D. (2012). The impact of weight stigma on caloric consumption. *Obesity*, 19(10), 1957-1962. <https://doi.org/10.1038/oby.2011.204>
- Sun, Y., Krakow, M., John, K. K., Liu, M., & Weaver, J. (2016). Framing obesity: How news frames shape attributions and behavioral responses. *Journal of Health Communication*, 21(2), 139-147. <https://doi.org/10.1080/10810730.2015.1039676>
- Tartof, S.Y., Qian, L., Hong, V., Wei, R., Nadjafi, R., Fischer, H., Li, Z., Shaw, S., Caparosa, S., Nau, C., Saxena, T., Rieg, G., Ackerson, B., Sharp, A., Skarbinski, J., Naik, T. K., & Murali, S. (2020). Obesity and mortality among patients diagnosed with COVID-19: results from an integrated health care organization. *Annals of Internal Medicine*, 173(10). <https://doi.org/10.7326/M20-3742>
- Vallejos Gancedo, K. (2021). Periodistas especializados para una correcta divulgación científica. *Biología on-line*, 10(1), 1-2. https://revistes.ub.edu/index.php/b_on/article/view/33874

- Vartanian, L. R., & Shaprow, J. G. (2008). Effects of weight stigma on exercise motivation and behavior: A preliminary investigation among college-aged females. *Journal of Health Psychology, 13*(1), 131-138. <http://doi.org/10.1177/1359105307084318>
- Wang, Y. (2008). Child Obesity and Health. En K. Heggenhougen (Ed.), *International Encyclopedia of Public Health* (pp. 590-604). Elsevier.
- Westall, D. (2011). La obesidad infantil en la prensa española. *Estudios sobre el Mensaje periodístico, 1*(17), 225-239. http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.201.v17.n1.13P
- Wott, C. B., & Carels, R. A. (2010). Overt weight stigma, psychological distress and weight loss treatment outcomes. *Journal of Health Psychology, 15*(4), 608-614. <https://doi.org/10.1177/1359105309355339>