

Percepção de adolescentes e adultos referente à influência da mídia sobre o estilo de vida

Perception of adolescents and adults on the influence of media on lifestyle

Carolina de Vargas Nunes Coll¹
Tales Costa Amorim²
Pedro Curi Hallal^{1,2}

1 Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) – Escola Superior de Educação Física – Pelotas (RS), Brasil.
2 Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) - Programa de Pós Graduação em Epidemiologia

Resumo

O objetivo do estudo foi avaliar a percepção populacional referente à influência da mídia sobre o estilo de vida, analisando quatro fatores comportamentais: atividade física, tabagismo, consumo de álcool e alimentação. Conduziu-se um estudo transversal de base populacional na zona urbana de Pelotas, RS. A amostra foi composta de 2096 indivíduos com 10 anos ou mais de idade. O processo de amostragem foi aleatório por conglomerados. Devido à inexistência de instrumentos validados para avaliar influência da mídia sobre o estilo de vida, optou-se por utilizar um questionário criado pelos autores. O estudo encontrou alto percentual de respostas positivas (valor médio de 80%), quando os indivíduos foram questionados se acreditavam que a mídia influenciava no estilo de vida individual. O percentual de relato positivo para lembrança de alguma abordagem midiática com relação à atividade física, tabagismo, consumo de álcool e alimentação também foi elevado (valor médio de 74%). Contudo, uma minoria dos entrevistados relatou ter modificado seu comportamento (valor médio de 24%) em consequência de alguma abordagem midiática. Embora a exposição à mídia tenha sido elevada, uma pequena parcela dos entrevistados referiu ter mudado seu comportamento com base na influência da mídia.

Palavras-chave: mídia de massa, estilo de vida sedentário, comportamento.

Abstract

The aim of the present study was to evaluate the population perception on the influence of media on lifestyle, with focus on four behavioral factors: physical activity, smoking, alcohol intake and diet. A population-based cross-sectional study was carried out in Pelotas, Brazil. The sample included 2096 individuals selected through a random cluster strategy. Due to the lack of validated instruments for measuring the influence of media on lifestyle, we created a questionnaire for this purpose. Our study found that a high proportion of the subjects (mean value 80%) believe the media can influence the lifestyle. In addition, most subjects (mean value 74%) reported to remember being exposed to a media campaign regarding physical activity, smoking, alcohol intake or diet. However, only a small proportion of the subjects (mean value 24%) reported to have modified his/her behavior as a consequence of the media. Although media exposure was high, a small fraction of the subjects reported to have changed behavior as a consequence of media messages.

Keywords: mass media, sedentary lifestyle, behavior.

Endereço para Correspondência

Carolina de Vargas Nunes Coll
Rua João Manoel 300
CEP 96010-040
Pelotas, RS, Brasil
Fone (53) 8125-0899
e-mail: carolnunes@hotmail.com

- Recebido: 14/01/2010
- Re-submissão: 04/03/2010
- Aceito: 08/03/2010

INTRODUÇÃO

A adoção de comportamentos de risco à saúde, como a inatividade física, o fumo, dietas inadequadas e o abuso de bebidas alcoólicas, é responsável por uma parcela significativa de mortes prematuras¹. Tendo em vista que esses comportamentos de risco estão presentes em grande parcela da população, o reflexo sobre a saúde pública torna-se alarmante. Estima-se, atualmente, que cerca de 1/3 da população adulta mundial seja sedentária e que, níveis insatisfatórios de atividade física para a promoção da saúde são encontrados em mais da metade da população, inclusive em nosso país².

Estudos mostram que a prática regular de atividade física tem sido considerada como um dos fatores moduladores mais importantes na melhoria, manutenção e recuperação do nível de saúde populacional, na medida em que o sedentarismo tem forte relação com a ocorrência de doenças crônico-degenerativas não transmissíveis^{3,4,5}.

O tabagismo é considerado pela Organização Mundial da Saúde (OMS) a principal causa de morte evitável em todo o mundo, e estima que um terço da população mundial adulta, ou seja, 1 bilhão e 200 milhões de pessoas sejam fumantes. O total de mortes devido ao uso do tabaco atingiu a cifra de 4,9 milhões de mortes anuais, o que corresponde a mais de 10 mil mortes por dia. Caso as atuais tendências de expansão do seu consumo sejam mantidas, estima-se que esses números aumentarão para 10 milhões de mortes anuais por volta do ano 2030⁶. No Brasil, estima-se que cerca de 200.000 mortes/são decorrentes do tabagismo⁷.

A alimentação é considerada um dos fatores modificáveis mais importantes para diminuir o risco de doenças crônicas não transmissíveis, devendo ser incluída entre as ações prioritárias de saúde pública. Atualmente, os problemas nutricionais dos países não são apenas resultantes da pouca disponibilidade de alimentos para os grupos de baixa renda, mas também da redução da qualidade dos alimentos, que se tornaram excessivamente industrializados. Desta forma, a anemia e a obesidade tornam-se grandes problemas de saúde pública, atingindo todas as classes sociais⁸.

Com relação ao álcool, a OMS o aponta como a substância psicoativa mais consumida em todo o mundo. Tal fato é especialmente relevante devido ao potencial do álcool em desenvolver dependência⁹. Atualmente, há diversos levantamentos sobre o consumo de bebidas alcoólicas no Brasil que indicam o impacto negativo deste hábito na vida das pessoas e no sistema de saúde^{10,11}.

A promoção da saúde, portanto, deve estimular uma mudança positiva dos comportamentos citados acima. Um dos aspectos importantes para a melhoria da qualidade de vida de uma população é o aumento da sua capacidade de compreender os fenômenos relacionados à sua saúde¹².

Acredita-se que a mídia, sendo atualmente uma importante ferramenta de condução de informação à população, seja capaz de influenciar tanto positivamente quanto negativamente o estilo de vida das pessoas. Com isso, surge a discussão sobre o impacto dos meios de comunicação de massa sobre o sistema de saúde da população¹³. Desta forma, a ação da mídia poderia ser um importante mecanismo de intervenção, permitindo uma rápida e abrangente penetração social que, para os programas de intervenção, é de extrema importância.

Visando analisar essa relação, o presente estudo avalia a percepção populacional referente à influência da mídia sobre o estilo de vida, procurando: (a) verificar o percentual de indivíduos que considera que a mídia pode influenciar o estilo de vida das pessoas no que se refere à prática de atividade física,

alimentação, tabagismo e consumo de álcool; (b) estimar o percentual de indivíduos que lembram ter visto alguma menção da mídia sobre os benefícios da atividade física, alimentação saudável e malefícios do tabagismo e consumo abusivo de álcool; (c) determinar a proporção de sujeitos que referem ter mudado seu estilo de vida como consequência de alguma mídia; e, avaliar a associação entre a percepção de influência da mídia sobre o estilo de vida, a exposição à mídia e as mudanças de comportamento em consequência de alguma exposição à mídia; (d) avaliar a associação entre as três variáveis citadas e sexo, idade e nível socioeconômico.

MÉTODOS

Foi realizado um estudo transversal de base populacional no final do ano de 2007 em Pelotas, RS. O processo de amostragem foi aleatório por conglomerados, realizado em dois estágios. As unidades amostrais primárias foram os setores censitários delimitados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Inicialmente foi feita uma listagem de todos os setores censitários domiciliares da cidade (n=404). Posteriormente, foram sorteados aleatoriamente os setores censitários que foram incluídos na amostra (n=45). Em cada setor censitário, foi identificado um ponto de partida, a partir do qual foram selecionadas sistematicamente as casas visitadas (20 por setor), respeitando um pulo de cinco domicílios. Foram incluídos na amostra todos os indivíduos com idade igual ou superior a 10 anos, residentes nos domicílios sorteados.

O questionário utilizado foi pré-testado. Tendo em vista a inexistência de instrumentos validados para a avaliação da influência da mídia sobre o estilo de vida individual, optou-se por utilizar um questionário criado pelos autores. O instrumento continha questões sobre percepção das pessoas da influência da mídia sobre o estilo de vida individual, exposição a anúncios midiáticos referentes ao estilo de vida, e relato de mudança de estilo de vida em decorrência de anúncios na mídia. As quatro variáveis relacionadas ao estilo de vida abordadas nesse estudo são: a prática de atividade física, a alimentação, o tabagismo e o consumo de álcool.

As variáveis independentes analisadas foram sexo, idade (categorizada em décadas) e nível socioeconômico (dividido em quatro categorias, tendo por base o Critério de Classificação Econômica da Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa) (ABEP 2008).

As entrevistas foram realizadas por entrevistadores que passaram por um processo de treinamento com duração de 40 horas. Um total de 10% da amostra foi revisitada para fins de controle de qualidade. Os dados obtidos pelo questionário foram duplamente digitados no programa Epi-Info 6.0 e as análises estatísticas foram realizadas no pacote estatístico Stata 9.

A análise de dados incluiu uma descrição da amostra, com cálculo de proporções. Posteriormente, realizou-se cálculo de percentuais conforme variáveis independentes, sendo a significância estatística avaliada pelo teste do qui-quadrado. O ponto de corte para significância estatística foi definido em 5%.

O projeto foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Escola Superior de Educação Física da Universidade Federal de Pelotas. As entrevistas somente foram realizadas após consentimento dos entrevistados.

RESULTADOS

A tabela 1 descreve a amostra conforme variáveis sócio-demográficas. Foram entrevistadas 2096 pessoas com 10 anos

Tabela 1**Descrição da amostra conforme variáveis sócio-demográficas**

Variáveis	N	%
Sexo		
Homens	965	46,0
Mulheres	1131	54,0
Idade		
10-19	401	19,1
20-29	399	19,0
30-39	318	15,2
40-49	335	16,0
50-59	294	14,0
≥ 60	349	16,7
Nível socioeconômico		
A	139	6,7
B	687	33,3
C	977	47,4
D/E	260	12,6
Escolaridade		
Nenhum – Primário incompleto	298	14,4
Primário completo - Fundamental incompleto	646	31,2
Fundamental completo – Médio incompleto	372	18,0
Médio completo - Superior incompleto	465	22,5
Superior completo	287	13,9

ou mais de idade dentre as quais 54% eram mulheres. Quanto à faixa etária, houve uma maior concentração de pessoas entre os 10 e 19 anos sendo que, dos 10 aos 29 anos estavam 38,1% das pessoas. A média de idade geral foi de 38,9 (DP 19,1) anos. Quanto ao nível socioeconômico, a maior concentração de pessoas da amostra ficou incluída dentro da classe C (47,4%). Houve um pequeno percentual de indivíduos classificados no nível socioeconômico E (mais pobres), os quais foram agrupados aos de classe D, totalizando 12,6%. A variável com maior número de valores ignorados foi o nível socioeconômico (N=33). O percentual de perdas e recusas do estudo foi de 9%. A maior parte da amostra (45,6%) tem menos de oito anos completos de estudo, e tal fato pode ter recebido força pelo fato de 19,1% da amostra ser composta por pessoas na faixa etária dos 10-19 anos.

A tabela 2 apresenta o percentual de respostas positivas para lembrança de algum tipo de informação veiculada na mídia (propaganda, reportagem ou programa), que abordasse malefícios do fumo, malefícios do consumo abusivo de álcool, benefícios da atividade física e benefícios da alimentação adequada. Os resultados mostram que informações sobre estes quatro importantes comportamentos relacionados à saúde, além de receberem espaço na mídia, têm sido acessadas por boa parte da população, pois mais de 70% da amostra revelou

lembrar-se do acesso a informações sobre tais comportamentos. A menor lembrança de algum tipo de mídia foi com relação aos benefícios da atividade física (70,6%).

A tabela 3 apresenta os percentuais de relato de mudança de comportamento por influência da mídia conforme sexo, idade e nível socioeconômico. Com relação à atividade física, houve maior percentual de mudanças de comportamento relatadas pela classe A ($p=0,02$), e pelo sexo feminino ($p=0,02$). No comportamento referente ao tabagismo, as mudanças foram mais relatadas pela faixa etária dos 50-59 anos ($p<0,001$) e pelo sexo masculino ($p=0,001$). No comportamento referente ao consumo de álcool, as mudanças ocorreram mais na faixa etária dos 50-59 anos ($p=0,02$) e no sexo masculino ($p<0,001$). E no comportamento referente à alimentação, as mudanças foram mais relatadas pela classe A ($p=0,002$), e pelo sexo feminino ($p<0,001$). As maiores mudanças foram relativas aos hábitos alimentares dos indivíduos entrevistados, independente do nível socioeconômico, faixa etária ou sexo dos mesmos.

A figura 1 mostra o comparativo entre acreditar que a mídia influencia na mudança de comportamento relacionado à prática de atividade física, ao tabagismo, ao consumo de álcool e à alimentação e o relato de mudança de comportamento. Quando questionados sobre a prática de atividade física, 89,6% dos entrevistados acreditam que a mídia influencia na

Tabela 2**Percentual de respostas positivas pra lembrança de alguma mídia (propaganda, reportagem ou programa) relacionada aos comportamentos**

Lembrança de propaganda, reportagem ou programa	N	%
Sobre malefícios do fumo	1633	77,9
Sobre consumo abusivo de álcool	1570	74,9
Sobre benefícios da atividade física	1480	70,6
Sobre benefícios da alimentação adequada	1586	75,7

Tabela 3

Relato de mudança de comportamento por influência da mídia (propaganda, programa ou reportagem)

Variáveis	Mudança de comportamento (%)			
	Atividade Física	Tabagismo	Álcool	Alimentação
NSE				
A	29,5	8,0	11,5	53,6
B	23,7	15,6	14,7	47,5
C	20,6	12,9	12,5	42,2
D/E	20,5	18,5	16,2	40,5
Valor-p	0,02	0,13	0,68	0,002
Faixa etária				
10-19	19,6	6,0	9,3	42,7
20-29	23,1	11,6	10,8	45,0
30-39	23,0	15,5	17,7	50,5
40-49	20,7	19,2	16,2	43,1
50-59	28,2	23,2	19,4	45,2
60+	20,5	13,5	11,5	40,4
Valor-p	0,39	<0,001	0,02	0,45
Sexo				
Masculino	20,0	17,1	17,8	40,0
Feminino	24,3	11,0	10,2	48,1
Valor-p	0,02	0,001	<0,001	<0,001

mudança de comportamento, mas apenas 22,3% relataram ter mudado de comportamento por influência da mídia. Com relação ao tabagismo, 72,3% dos entrevistados disseram acreditar na influência que a mídia exerce na mudança de comportamento relativa ao mesmo, mas apenas 14,3% relataram ter mudado o comportamento. Com relação ao consumo

de álcool, 69,6% dos entrevistados acreditam que a mídia influencia na mudança de comportamento, mas somente 13,8% relataram mudança. E, por fim, com relação à alimentação, 89,6% acreditam que a mídia influencia na mudança de comportamento, sendo que 44,4% relataram mudança de comportamento.

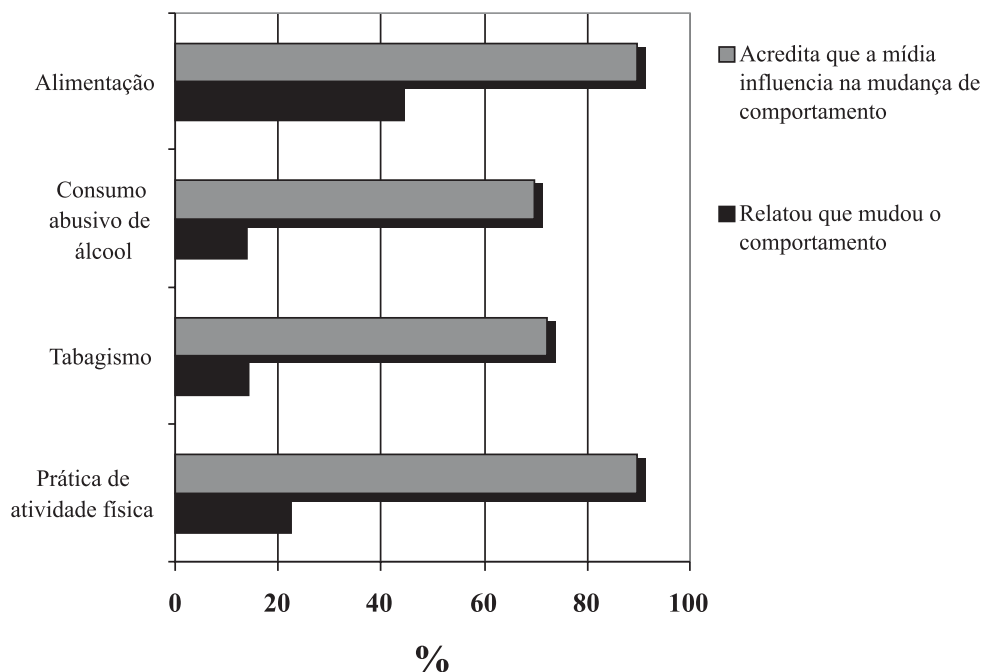


Figura 1

Comparação entre acreditar que a mídia influencia na mudança de comportamento e mudança de comportamento

DISCUSSÃO

O estudo encontrou alto percentual de respostas positivas (valor médio de 80%) quando os indivíduos foram questionados se acreditavam que a mídia influenciava no estilo de vida das pessoas. O percentual de relato positivo para lembrança de alguma abordagem midiática com relação à atividade física, tabagismo, consumo de álcool e dieta também foi elevado (valor médio de 74%). Contudo, ter acesso à informação por meio da mídia e reconhecer que esta pode influenciar no comportamento não pareceu suficiente para gerar mudanças de comportamento, pois apenas uma minoria dos entrevistados relatou ter modificado seu comportamento (valor médio de 24%). Menezes e colaboradores e Domingues e colaboradores já mostraram, em estudos prévios^{14,15}, que apesar da importância do conhecimento e da relação existente entre conhecimento e comportamento, o conhecimento isoladamente não é suficiente para promover modificações no comportamento da maioria das pessoas.

De acordo com Borges e colegas¹², esse paradigma de dualidade entre conhecimento e mudança de comportamento apresenta-se como desafiador para a saúde pública, visto que alarmantes prevalências de sedentarismo, tabagismo, consumo abusivo de álcool e obesidade são observadas exatamente em um momento no qual o conhecimento populacional é bastante elevado. Para os autores, o conhecimento embora não seja suficiente para mudança de comportamento, é fundamental, além de ser um passo importante em direção a uma população mais saudável.

Quando os indivíduos foram questionados sobre a mudança de comportamento por influência da mídia, a mudança relativa à prática de atividade física e à alimentação esteve diretamente associada ao nível socioeconômico dos indivíduos. Já a mudança de comportamento relativa ao tabagismo e ao consumo de álcool foi ligeiramente maior nos grupos mais pobres (D/E), embora a diferença não tenha sido estatisticamente significativa. Tais achados refletem o padrão epidemiológico desses comportamentos, visto que os indivíduos mais pobres no Brasil fazem mais atividade física (quando avaliados todos os domínios da atividade física)¹⁶, apresentam menor prevalência de obesidade (especialmente entre os homens)¹⁷, consomem álcool em maior quantidade do que os ricos¹⁸ e fumam mais¹⁹. Sendo assim, pode-se inferir que os grupos mais expostos aos comportamentos de risco são exatamente os que mais relatam mudança de comportamento devido à influência da mídia.

Alguns desses resultados encontram respaldo na literatura existente. Em estudo de Kaplan & Lynch (1999)²⁰, os autores questionam as razões pelas quais os grupos com menor nível socioeconômico parecem associar-se mais com o hábito de fumar do que com o sedentarismo.

A prática de atividade física total (considerados os domínios lazer, trabalho, atividades domésticas e deslocamento) tem se mostrado mais alta em indivíduos desfavorecidos quando comparados àqueles com nível econômico mais alto²¹.

Na análise por sexo percebeu-se uma mudança maior das mulheres nos comportamentos relativos à prática de atividade física e alimentação, e uma mudança maior dos homens nos comportamentos relativos ao tabagismo e ao consumo de álcool. Novamente, os grupos que mais relataram mudança são os mais expostos aos comportamentos de risco.

Algumas limitações do presente estudo devem ser consideradas. As limitações inerentes aos estudos de delineamento

transversal devem ser lembradas, pois impedem a determinação da relação causal entre as exposições e os desfechos. A abordagem puramente quantitativa gera limitações quanto à interpretação dos dados. Outro aspecto importante é a utilização de um instrumento criado pelos próprios pesquisadores, o que limita comparações com outros estudos que visem entender as possíveis associações entre mídia e comportamento. Todavia é importante ressaltar que não existe um padrão-ouro para avaliação de percepção populacional sobre a influência da mídia no estilo de vida e, por isso, optamos por utilizar um questionário pré-testado e adaptado à realidade local.

É importante ressaltar que, estudos populacionais que estudem percepção sobre a influência da mídia no estilo de vida são raros. A maioria das pesquisas sobre esse tema aborda a relevância e eficácia de programas de intervenção e campanhas midiáticas focadas na promoção da saúde. No Canadá, a intervenção participACTION²² vem promovendo a atividade física por meio de abordagens midiáticas há mais de três décadas. A exposição à intervenção tem se mostrado associada com maiores níveis de atividade física no lazer. No entanto, a intervenção tem tido dificuldade em atingir os grupos sociais mais desfavorecidos.

CONCLUSÕES

O alto percentual de relato positivo de lembrança de alguma abordagem significa que grande parte da população tem acesso a informações através da mídia. Portanto, ações para promoção da saúde através da mídia devem ser estudadas e estimuladas tendo em vista a grande abrangência populacional que se pode ter.

Essas informações, veiculadas na mídia, poderiam ser planejadas para que os diferentes grupos populacionais (adolescentes, adultos, idosos, classes sociais, gêneros) fossem atendidos, permitindo uma relação mais direta entre a forma de intervenção e a mudança do comportamento.

Estratégias governamentais de promoção da saúde são necessárias, visando aumentar o conhecimento populacional acerca dos comportamentos estudados e, como consequência, modificar o estilo de vida da população. No entanto, sabe-se que a abordagem midiática isoladamente não é suficiente para mudança de comportamento, e sugere-se que estratégias com múltiplas ações sejam implantadas a fim de modificar positivamente o estilo de vida da população brasileira.

Contribuição dos autores

Carolina Coll conduziu a revisão de literatura, efetuou a análise de dados e redigiu o presente artigo. Tales Amorim e Pedro Curi Hallal orientaram todas as fases do estudo. Tales Amorim coordenou a coleta de dados. Todos os autores comentaram sobre versões anteriores do manuscrito e aprovaram a versão final do artigo.

REFERÊNCIAS

1. Haskell WL, Lee I, Pate RR, et al. Physical Activity and Public Health: Updated Recommendation for Adults from the American College of Sports Medicine and the American Heart Association. *Med Sci Sports Exerc* 2007; 39(8): 1423-1434.
2. Nahas MV. Atividade física, saúde e qualidade de vida: conceitos e sugestões para um estilo de vida ativo. Londrina: Midiograf, 2006.
3. Cavill N. National campaigns to promote physical activity: can them make a difference? *Int J Obes* 1998; 22(2):48-51.
4. Rego RA, Berardo FA, Rodrigues SS, et al. Fatores de risco para doenças crônicas não transmissíveis: inquérito domiciliar no município de São Paulo (Brasil).

- Metodologia e Resultados Preliminares. *Rev. Saúde Pública* 1990; 24(4): 277-85.
5. Figueira Júnior AJ. Potencial da mídia e tecnologias aplicadas no mecanismo de mudança de comportamento, através de programas de intervenção de atividade física. *R. Bras. Ci e Mov* 2000; 8(3): 39-46.
 6. Brasil, Ministério da Saúde. Instituto Nacional de Câncer (INCA). Tabagismo: dados e números. Acessado em 03 de setembro de 2009. Disponível em: <http://www.inca.gov.br>.
 7. Organização Pan-Americana da Saúde. Instituto Nacional de Câncer (INCA). Tabagismo um grave problema de saúde pública. 2007, INCA: Rio de Janeiro. Acessado em 03 de setembro de 2009. Disponível em: <http://www.opas.org.br>.
 8. Bleil SI. O Padrão Alimentar Ocidental: considerações sobre a mudança de hábitos no Brasil. *Cadernos de Debate* 1998; 6.
 9. World Health Organization. Global Status report on alcohol. Geneva, 2004.
 10. Pinsky I, Pavarino Filho RV. A apologia do consumo de bebidas alcoólicas e da velocidade de trânsito no Brasil: considerações sobre a propaganda de dois problemas de saúde pública. *Rev Psiquiatr RS*. 2007; 29(1): 110-118.
 11. Galduróz JCF, Caetano R. Epidemiologia do uso de álcool no Brasil. *Rev Bras Psiquiatr* 2004; 26: 3-6.
 12. Borges TT, Rombaldi AJ, Knuth AG, Hallal PC. Conhecimento sobre fatores de risco para doenças crônicas: estudo de base populacional. *Cad. Saúde Pública RJ* 2009; 25(7): 1511-1520.
 13. Akira F, Marques AC. O papel da mídia nos serviços de saúde. *Rev. Assoc Med Bras* 2009; 55(3): 246.
 14. Menezes A, Assunção MC, Neutzling MB, et al. Effectiveness of an educational intervention on smoking, diet and physical activity among adolescents. *Pelotas: World Health Organization/Instituto Nacional de Câncer* 2008.
 15. Domingues MR, Araújo CLP, Gigante DP. Conhecimento e percepção sobre exercício físico em uma população adulta urbana do sul do Brasil. *Cad. Saúde Pública RJ* 2004; 20(1): 204-215.
 16. Hallal PC, Victora CG, Wells JCK, Lima RC. Physical Inactivity: Prevalence and Associated Variables in Brazilian Adults. *Med Sci Sports Exerc* 2003; 35:1894-1900.
 17. Moura EC, Malta DC, de Moraes Neto OL, Monteiro CA. Prevalencia y distribución social de los factores de riesgo de enfermedades crónicas no transmisibles em Brasil. *Rev. Panamericana Salud Publica* 2009; 26 (1).
 18. Costa JSD, Silveira MF, Gazalle FK, et al. Consumo abusivo de álcool e fatores associados: estudo de base populacional. *Rev Saúde Pública* 2004; 38(2): 284-291.
 19. Monteiro CA, Cavalcante TM, Moura EC, Claro RM, Szwarcwald CL. Population-based evidence of a strong decline in the prevalence of smokers in Brazil (1989- 2003). *Bull World Health Organ*. 2007; 85(7): 527-534.
 20. Kaplan GA, Lynch JW. Socioeconomic considerations in the primordial prevention of cardiovascular disease. *Prev Med*. 1999; 29: 30-35.
 21. Del Luca GF, Rombaldi AJ, Knuth AG, et al. Associação entre nível econômico e inatividade física em diferentes domínios. *RBAFS*. 2009; 14(2): 123-131.
 22. Spence JC, Brawley LR, Craig CL, et al. ParticipACTION: Awareness of the participACTION campaign among Canadian adults - Examining the knowledge gap hypothesis and a hierarchy-of-effects model. *Int J Behav Nutr Phys Act* 2009;9(6):85