

Data de aprovação: ____/____/____

**ALIMENTAÇÃO SOB A ÓTICA DA MÍDIA:
ANÁLISE DE UMA REVISTA NÃO CIENTÍFICA DE SAÚDE NO BRASIL**

Dilene Prisciane do Nascimento Dantas Pedroso¹

Anna Waleska Nobre Cunha de Menezes²

RESUMO

A dimensão social da alimentação tem como um dos determinantes importantes o espaço culinário onde são discutidas questões relacionadas ao preparo e simbolismo do alimento. Esse trabalho teve como objetivo demonstrar que o foco visual, em combinação com as capas nomeando esses atributos e/ou avaliando os produtos anunciados, constroem o vínculo entre o discurso do culto ao corpo. A pesquisa foi realizada por meio de um estudo transversal descritivo sobre os alimentos da moda publicados numa revista não científica de saúde, nos meses de janeiro a dezembro de 2017. constatou-se que esse tipo de abordagem comunicacional na alimentação não traz resultados benéficos, pelo contrário, pode acarretar complicações a saúde. Para hostilizar essa prática é imprescindível a intervenção nutricional ideal, aliada a equipe de saúde multidisciplinar e o controle do que é veiculado pela mídia. Conquistar uma vida saudável corresponde à marca discursiva encontrada com maior frequência em nosso cotidiano. Diante disso, faz-se necessário mais investimento em pesquisa, monitoramento e sensibilização dos profissionais da saúde e da notícia, no que se refere aos temas sobre alimentação.

Palavras-chave: Mídia. Dieta da moda. Culto ao corpo.

**FOOD UNDER THE OPTICS OF THE MEDIA:
ANALYSIS OF A NON-SCIENTIFIC HEALTH REVIEW IN BRAZIL**

¹ Acadêmica do Curso de Graduação em Nutrição do Centro Universitário do Rio Grande do Norte (UNIRN). E-mail: dilkeme@hotmail.com

² Professora Doutora. Orientadora do Curso de Graduação em Nutrição do Centro Universitário do Rio Grande do Norte (UNIRN). E-mail: annawaleskinha@gmail.com

ABSTRACT

The social dimension of food has as one of the important determinants the culinary space where issues related to the preparation and symbolism of food are discussed. This work aimed to demonstrate that the visual focus, in combination with the covers naming these attributes and / or evaluating the products advertised, build the link between the discourse of worship to the body. The research was carried out through a descriptive cross-sectional study on the fashionable foods published in a non-scientific health magazine, from January to December 2017. It was found that this type of communicational approach in food does not bring beneficial results, due to the may lead to complications of health. In order to harass this practice, it is essential to have an ideal nutritional intervention, together with the multidisciplinary health team and the control of what is transmitted by the media. Conquering a healthy life corresponds to the discursive mark found most frequently in our daily lives. Given this, it is necessary to invest more in research, monitoring and awareness of health professionals and news, regarding the topics on food.

Keywords: Media. Fashion diet. Body Worship.

1 INTRODUÇÃO

A dimensão social da alimentação tem como um dos determinantes importantes o espaço culinário onde são discutidas questões relacionadas ao preparo e simbolismo do alimento. No entanto, esse tipo de determinante pode ser mais relevante para alguns indivíduos e menos para outros, como é o caso dos adolescentes que valorizam a opinião de amigos, a influência da família, valores culturais, campanhas publicitárias e programas de televisão (SILVA, 2012).

O comportamento alimentar refere-se às atitudes relacionadas com as práticas alimentares em associação aos atributos socioculturais, como aspectos subjetivos intrínsecos do indivíduo e próprios de uma coletividade, que estejam envolvidos com o ato de se alimentar ou com o alimento em si (COSTA, 2010).

O uso de redes sociais e sua influência são um fenômeno relativamente recente e alvo de estudos de várias áreas do conhecimento para compreender os efeitos à sua exposição em diferentes populações. Essas novas mídias reforçam o

narcisismo e os padrões de beleza vigentes e alguns estudos avaliaram seu impacto sobre a imagem corporal (TAVARES, 2013).

Um modelo de alimentação equilibrada deve obedecer alguns princípios básicos para que não provoque deficiências nutricionais e, conseqüentemente, danos à saúde (PACHECO, 2012). Considerando tal afirmação e ainda preocupado com a textura, aparência e palatabilidade de uma refeição, Pedro Escudero, estudioso da nutrição, estabeleceu quatro leis que regem uma boa alimentação, sendo elas: lei da quantidade, lei da qualidade, lei da harmonia e lei da adequação (MARANGONI, 2017).

Estudiosos afirmam que dietas não individualizadas, sem quantificação de macro e micronutrientes e com valor energético reduzido ferem as leis de quantidade e qualidade, não atingem requerimentos nutricionais específicos das fases da vida e não promovem hábitos de vida saudáveis (MARANGONI, 2017). Desta forma, o presente estudo teve como objetivo conhecer como ocorre a exposição midiática dos alimentos nas capas de revistas não científicas de saúde no Brasil.

2 METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada por meio de um estudo transversal descritivo sobre os alimentos da moda publicados numa revista não científica de saúde, nos meses de janeiro a dezembro de 2017. É uma das revistas de maior tiragem na área de saúde.

Foi selecionada uma revista impressa mensal de grande tiragem no mercado brasileiro, totalizando doze (anual) capas de maior tiragem que são especializadas em saúde e bem-estar. Por motivos éticos, os nomes das revistas analisadas, bem como as editoras, foram omitidos nesta pesquisa.

A análise de dados foi realizada de forma descritiva por meio de análise textual, considerando de forma conjunta a imagem das capas e seus textos escritos.

Foram analisados através de um quadro sinóptico contendo os meses, os alimentos e a forma como foram abordados nas capas das revistas, a fim de conhecer como o discurso midiático percebe e manipula o comportamento alimentar dos seus leitores.

3 RESULTADOS

A partir das capas encontradas no site da editora da revista chegou-se aos seguintes resultados:

Quadro 1 – Capas das Revistas de Saúde do ano de 2017 de jan./jun.

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN
C A P A						
I M A G E M	Alho, tomate, cúrcuma e hortelã.	Um brigadeiro em cima de uma ratoeira.	Sanduche mordido.	Castanha do Brasil, castanha de caju, avelã e amêndoas em cima de uma colher de madeira.	Mulher de costas e com as mãos sobre o Pescoço.	Um bule derramando café em uma xícara.
T E X T O	Ervas e especiarias. Seleccionamos 23 temperos que afastam (mesmo) doenças. Tire o máximo proveito deles para ganhar saúde e sabor.	45 armadilhas para perda de peso. Guloseimas à vista, ambiente bagunçado e até geladeira vazia. Identifique ciladas onde você menos imagina e emagreça.	Comer a noite. Lanche, jantar ou jejum? Carboidrato ou proteína? O horário faz muita diferença? As respostas para evitar ganho de peso à pressão alta.	Nozes e castanhas: um punhado por dia. Um pequeno mix ajuda a afastar as 8 doenças que mais preocupam.	Dor, alívio sem remédio. As melhores técnicas para acabar com o incômodo nas costas, no pescoço, na cabeça e no joelho - de massagem e meditação.	Café na dose certa. Na quantidade ideal, ele faz muito bem! Protege o coração e reduz até o risco de câncer - sem efeitos indesejados. Aprenda o preparo mais saudável.
I N T E R T E X T U A L I D A D E	Valorização do tempero no preparo dos alimentos, bem como, da estética, cor.	A ratoeira remete a armadilha, ameaça. Uma demonização do açúcar.	Sanduche natural em formato de lua expondo a ideia de uma alimentação noturna.	Pequenas quantidades de oleaginosas, as quais podem ser consumidas em qualquer lugar.	Reporta-se ao autocuidado, concepção de uma pessoa relaxada.	Em primeiro plano uma xícara de café grande, bastante apetitosa, gerando no leitor a vontade de tomar café.

Fonte: Revista... (2017).

Quadro 2 – Capas das Revistas de Saúde do ano de 2017 de jul./dez.

	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
CAPA						
IMAGEM	Rosto de uma mulher com os olhos fechados	Copo com suco rosa e uma folha de hortelã	Célula em explosão	Brócolis em formato de cérebro	Metade de um prato onde tem um macarrão com molho de tomate e a outra parte vazia	Sorvete de chocolate com uma cereja por cima
TEXTO	A mente tem poder. Conheça e aprenda a usar o mindfulness - a técnica de meditação e concentração que ajuda a domar a ansiedade, comer melhor e prevenir doenças.	O peso dos líquidos . O que bebemos nas refeições e ao longo do dia engorda muito mais do que você imagina. Suco, chá, água de coco... Descubra as melhores opções para evitar os quilos extras.	Vitória contra o câncer. Novos tratamentos usam as próprias defesas do corpo para vencer a doença. As chances de cura nunca foram tão altas - e há muito menos efeitos colaterais.	Alimente sua memória. Os 10 itens que não podem faltar no cardápio se você deseja melhorar o foco e preservar as lembranças.	A verdade sobre o jejum. Ele virou mania entre quem quer emagrecer. Investigamos se ficar horas sem comer é a melhor saída para perder a barriga.	Diabetes: muito além do açúcar. Sal, insônia, poção... Descubra 12 fatores ocultos por trás da doença e aprenda a se defender.
INTERTEXTUALIDADE	Refere-se a uma mulher relaxada, paciente, tranquila, feliz e presumivelmente com a mente esvaziada.	Suco bem aperitivo, atraente.	Demonstração de uma célula sendo destruída, em explosão.	Brócolis em formato de cérebro, já que um dos seus benefícios são a memória e doenças relacionadas.	O prato está como forma de relógio, lembrando-se de passar uma parte do dia sem se alimentar.	Imagem de mensagem dupla, visto que está em forma de sorvete, porém parte sua está invisível.

Fonte: Revista... (2017).

4 DISCUSSÃO

O acesso a informação têm sido facilitado pela inclusão de diversas mídias em nosso cotidiano, figurando entre as mais populares estão as mídias impressas (FREIRE, 2011) participando ativamente do processo de difusão de conceitos e atitudes relativas à saúde (SOARES; MILANEZ, 2002). Essas reportagens possuem a finalidade de reconstruir o discurso das pessoas para levar a uma nova prática social, como, por exemplo, melhorar comportamentos relacionados ao processo saúde-doença (TEIXEIRA; MIN; TOLEDO, 2009).

A mídia de massa é um dos espaços utilizados para promoção da saúde de maneira atrativa para a população fornecendo informações e tentando promover mudanças de comportamento (CORCORÁN, 2010). Ela medeia à temática e a

mantém sempre presente na vida cotidiana, informando a leitora/espectadora sobre as últimas novidades e descobertas tecnológicas e científicas, ditando e incorporando tendências (CASTRO, 2003).

À medida que os estudos epidemiológicos passaram a demonstrar associação entre a dieta e algumas doenças não transmissíveis, a sociedade vem se preocupando em realizar mudanças nos padrões alimentares (MARINHO; HAMANN; LIMA, 2007).

A Carta de Ottawa já mencionava a mídia como um dos espaços para possibilitar a promoção da saúde, que se traduz em um processo de capacitação da comunidade para atuar na melhoria de sua qualidade de vida e saúde, com maior participação no controle desse processo. Ou seja, a promoção da saúde não é responsabilidade exclusiva do setor saúde, e o acesso à informação é fundamental para que as pessoas possam tomar decisões que resultem em uma saúde melhor (BRASIL, 2002).

Conquistar uma vida saudável corresponde à marca discursiva encontrada com maior frequência em nosso cotidiano. O ideal imaginário de ser saudável assume a liderança em relação à frequência com que esse tema aparece nas diversas reportagens selecionadas associadas ao tema alimentação. A conquista de um estado saudável é almejada numa forma globalizada, numa vivência contemporânea de transição nutricional, mas nem sempre é fácil manter ou ter uma rotina saudável (VIEGAS et al., 2012).

Contrariamente, apesar de ser inequívoco o papel da mídia como influenciadora de comportamentos e disseminadora de informações, e, naturalmente, estarem presentes na mídia transmissões de matérias fidedignas e pautadas em princípios éticos, tem-se observado conteúdos absurdamente equivocados sendo disseminados quando o tema é alimentação, nutrição, suplementos alimentares, emagrecimento, propaganda de alimentos, entre outros (CHAUD; MARCHIONI, 2004).

Dias (2001) ressalta que atualmente a sociedade é incapaz de discernir entre o necessário e o supérfluo e que busca consumir tudo o que lhe apresente como ideal de felicidade. Cabe mencionar a busca dos indivíduos pelos produtos relacionados à alimentação, objetivando-se alcançar a excelência em saúde, conforme exaltado pelo marketing e que nem sempre apresentam efeitos condizentes com a saúde em longo prazo. Assim como estes exemplos, conceitos

incorretos, em forma de textos relacionados à nutrição, são veiculados e, o que é mais preocupante e frequente, com a participação, na forma de entrevistas ou consultoria de profissionais da saúde, os quais podem ser com estes comportamentos, categorizados como inescrupulosos e com tendências sensacionalistas (CHAUD; MARCHIONI, 2004).

O excesso informativo, porém, provoca uma desorientação. O jornalismo seduz, atrai a atenção e oferece dicas. No entanto, não há como seguir tantas prescrições que se sucedem e, às vezes, são conflitivas, sobre como ser saudável e evitar riscos. Em meio ao turbilhão de informações e apelos, a saúde tende a ser muito mais um estado ansiado do que uma experiência vivenciada (SILVA, 2012). Podemos perceber nas revistas do mês de fevereiro e dezembro o doce aparece de forma bem controversa, onde mostra que o açúcar não é tão vilão, para doenças tão características que nem o diabetes.

Os hábitos alimentares são construídos a partir da família e da convivência social. Neste contexto, os meios de comunicação em massa vêm contribuindo significativamente para o aparecimento de conceitos errôneos a respeito da saúde na busca pelo corpo considerado ideal pela sociedade, crescendo assim o aparecimento de dietas inadequadas do ponto de vista nutricional (SANTANA; MAYER; CAMARGO, 2003). Conseguimos verificar que não há nenhuma capa que remeta a hábitos, comportamento alimentar, atualmente elas vêm enfatizando de modo demasiado a venda de produtos.

O insucesso das dietas de divulgação em revistas não científicas se deve à falta de atenção aos hábitos alimentares dos indivíduos, visto que dietas muito restritivas são inadequadas por promoverem menor perda de tecido adiposo e maior perda de água e eletrólitos (BETONI; ZANARDO; CENI, 2010). Observamos que a revista do mês de novembro ela aborda um pouco sobre o jejum, no momento que é executada sob orientação de profissionais e de forma correta trará bons resultados, em circunstância contrária pode gerar exageros e compulsões.

Sendo assim, uma alimentação saudável, variada e completa, é importante para a promoção de saúde, prevenção e controle de doenças crônicas não transmissíveis, tornando-se fundamental a atuação do nutricionista por meio do planejamento individual e das orientações nutricionais necessárias para o alcance e manutenção da perda de peso.

Embora remonte às origens da civilização, a relação entre alimentação e

saúde nunca foi tão estreita quanto nos dias de hoje. Nenhum alimento isolado deve ser ingerido em detrimento de outros para prevenir uma doença específica. Diferentes alimentos fornecem diferentes substâncias vitais para a saúde. Portanto, uma dieta alimentar variada é essencial (CLARO et al., 2007). A capa do mês de outubro exibe algo bem parecido, sabe-se que um dos benefícios do brócolis é pertinente a memória, no entanto, um alimento único não será o remédio para uma doença singular.

Tão logo, oferecer informações não é estratégia suficiente para a instalação de mudanças nos hábitos alimentares. O enfoque da abordagem educativa não deve se restringir apenas à transmissão de conhecimentos; é importante englobar também os aspectos subjetivos e emocionais que influenciam na adesão ao tratamento, indo além dos processos cognitivos (PERES; FRANCO; SANTOS, 2006).

Portanto, se a imprensa é um canal de informações em saúde para a população, é importante uma cobertura ampla e de qualidade (OLIVEIRA, 2014).

Em contra partida, a representação da alimentação e a sua influência na saúde, levando à formação e produção de um conhecimento para o leitor, uma vez que promove o acesso facilitado e abundante às informações. A consciência de um leitor em relação aos processos de construção de imagens e criação de identidades pode auxiliá-lo a compreender os mecanismos que definem a alimentação e a saúde e os fatores de riscos que as relacionam (VIEGAS et al., 2012).

A mídia, em seus mais diversos veículos de comunicação, exerce, no contexto das comunidades, “um papel de fundamental importância, seja na difusão de orientações e informações de interesse coletivo em relação a procedimentos sanitários básicos, seja na formação da opinião pública quanto à promoção da saúde como um direito subjetivo de cada cidadão” (SANTOS, 2006).

À medida que os estudos epidemiológicos passaram a demonstrar associação entre a dieta e algumas doenças não transmissíveis, a sociedade vem se preocupando em realizar mudanças nos padrões alimentares. Poucos estudos têm demonstrado a frequência da mudança comportamental em práticas alimentares. É sabido que determinadas práticas alimentares constituem fatores protetores de condições mórbidas como as doenças cardiovasculares, diabetes, vários tipos de neoplasias e a obesidade, entre outras. Fornecer subsídios para a implementação de intervenções que promovam mudanças de práticas alimentares é

o propósito de inúmeros estudos científicos (MARINHO; HAMANN; LIMA, 2007).

A utilização dos recursos da comunicação de massa para a veiculação de informações que contribuam para o bem-estar físico e psíquico dos indivíduos deve alcançar o entendimento de que a comunicação é, também, um processo social e educativo, além de informativo, pois se constitui como fonte inesgotável de se considerar a abrangência de sua potencialidade para colaborar com o desenvolvimento de um país desde que ela seja posta a serviço de uma comunidade visando ao seu progresso (FREIRE; VILAR, 2006). No mês de julho foi retratado sobre o poder que a mente têm, é preciso ter uma mente alinhada para compreender que o poder da mente está no pensar diferente, e a partir disso, agir diferente, percebemos que esse é o caminho para uma vida mais saudável.

Macedo (1999) ressalta que os temas relacionados à saúde, quando expostos na mídia, não promovem comportamentos saudáveis, em contrapartida, Beltren (2001) analisa e argumenta que a comunicação é fundamental para atuar na preservação da saúde. Sá (2001) relembra que a notícia tem como finalidade o interesse social e coletivo e que a informação deve ser divulgada de forma precisa e correta, destacando a importância de se investir na educação e na informação em saúde, tornando a linguagem acessível a pessoas comuns. Sugere que haja investimentos em equipes multiprofissionais e na integração entre médicos e jornalistas.

As reportagens sobre a alimentação não podem induzir o consumidor a erro, equívoco ou engano. Informações adequadas e compreendidas pelo consumidor permitirão que o ato de consumir gere uma atitude prévia de reflexão sobre a necessidade do consumo daquele bem (MARINS; ARAÚJO; JACOB, 2011).

À vista disso, é necessário que os indivíduos tenham acesso às informações e orientações pertinentes e façam uso prático dessas mensagens (VIEGAS et al., 2012).

5 CONCLUSÃO

A questão alimentar está presente na mídia como viés informativo, quando adequadamente divulgadas, dispendo de um extenso poder e influência na vida das pessoas sendo capaz de contribuir para conscientizar a população, promover hábitos de vida saudáveis, prevenir doenças, e informar sobre o tratamento correto.

Se feito de forma equivocada, porém, a mídia pode alarmar a população sem necessidade ou gerar falsas expectativas em torno de descobertas sem validação científica. É importante, pois, avaliar a informação em saúde na mídia, já que ela deve ampliar a consciência sanitária da população.

Em vista disso, informações de caráter científico adaptadas à linguagem coloquial podem formular noções incorretas sobre nutrição adequada, sobre as patologias advindas de distúrbios nutricionais como, também, sobre as formas de promover saúde e prevenir riscos.

Uma vez que, para uma abordagem específica de como e quanto uma pessoa deve alimentar, mediante suas necessidades, seu estilo de vida e sua condição de saúde, deve ser informada, de modo a ter um acompanhamento profissional especializado. Através da análise, constata-se a necessidade de investir na promoção da saúde como forma de possível controle sobre os fatores de riscos para o adoecimento, entre eles a alimentação, pois muitas enfermidades estão relacionadas não só ao excesso alimentar como também à inadequação qualitativa da dieta que predispõe às diversas doenças, independentemente do ganho excessivo de peso.

Conforme apresentado, a disseminação na mídia de conceitos relacionados à nutrição requerem debates e transformações, no intuito de que a população tenha acesso a conteúdos pautados em princípios científicos e éticos.

Diante disso, faz-se necessário mais investimento em pesquisa, monitoramento e sensibilização dos profissionais da saúde e da notícia, no que se refere aos temas sobre alimentação.

REFERÊNCIAS

BELTREN, L. R. La importancia de la comunicación na promoción de la salud. **Mídia e Saúde**, Co-Edição UNESCO, Universidade Metodista de São Paulo, Faculdades Adamantinenses Integradas, 355-372, 2001.

BETONI, F.; ZANARDO, V. P. S.; CENI, G. C. Avaliação de utilização de dietas da moda por pacientes de um ambulatório de especialidades em nutrição e suas implicações no metabolismo. **ConScientiae Saúde**, v. 9, n. 3, p. 430-440, 2010.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Políticas de Saúde. **Projeto Promoção**

da Saúde: as cartas da promoção da saúde. Brasília: Ministério da Saúde, 2002.

CASTRO, A. L. de. **Culto ao corpo e sociedade:** mídia, estilos de vida e cultura de consumo. São Paulo: Annablume, 2003.

CHAUD, D. M. A.; MARCHIONI, D. M. L. **Nutrição e mídia:** uma combinação as vezes indigesta, 2004. 14 f. Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, 2004.

CLARO, R. M. et al. Renda, preço dos alimentos e participação de frutas e hortaliças na dieta. **Rev. Saúde pública**, v. 41, n. 4, p. 557-564, 2007.

CORCORÁN, N. (Org.). **Comunicação em saúde:** estratégias para promoção da saúde. São Paulo: Roca, 2010. p. 67-86.

COSTA, Adriana Lucia Ferreira da; DUARTE, Daniel Elias; KUSCHNIR, Maria Cristina Caetano. A família e o comportamento alimentar na adolescência. **Adolescência e Saúde**, v. 7, n. 3, p. 52-58, 2010.

DIAS, R. B. Comunicação e saúde: aspectos Éticos e legais: pesquisa. **Mídia e Saúde**, Co-Edição UNESCO, Universidade Metodista de São Paulo, Faculdades Adamantinenses Integradas, 2001.

FISCHER, C. A. A McDonalldização dos costumes. In: FLANDRIN, J. L.; MONTANTARI, M. **História da Alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

FREIRE, C. **Alimentação na mídia impressa:** uma análise do conteúdo da revista Boa Forma, 2011. 43 f. Faculdade de Medicina, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

FREIRE, M. T. M.; VILAR, G. Comunicação e educação: processos interativos para a promoção da saúde. **UNirevista**, v. 3, n. 1, p. 1-11, 2006.

MACEDO, M. PósCom acolhe comunicólogos na área da saúde. **Comunicação e Sociedade**, v. 31, 262-263, 1999.

MARANGONI, Jhennifer Sienna; MANIGLIA, Fabíola Pansani. Análise da composição nutricional de dietas da moda publicadas em revistas femininas. **Revista da Associação Brasileira de Nutrição-RASBRAN**, v. 8, n. 1, p. 31-36, 2017.

MARINHO, M. C. S.; HAMANN, E. M.; LIMA, A. C. C. F. Práticas e mudanças no comportamento alimentar na população de Brasília, Distrito Federal, Brasil. **Rev. Bras. Saúde matern. Infant.**, v. 7, n. 3, p. 251-261, 2007.

MARINS, B. R.; ARAÚJO, I. S.; JACOB, S. C. A propaganda de alimentos: orientação, ou apenas estímulo ao consumo?. **Ciênc. Saúde coletiva**, v. 16, n. 9, p. 3873-3882, 2011.

MATTOS, Marília Costa et al. Influência de propagandas de alimentos nas escolhas alimentares de crianças e adolescentes. **Psicologia: teoria e prática**, v. 12, n. 3, 2010.

OLIVEIRA, M. (Des)informação sobre a saúde da mulher: investigar a imprensa é preciso. **Tempus, actas de saúde colet**, Brasília, v. 8, n. 4, p. 287-297, dez, 2014.

PACHECO, J. T. B.; TEIXEIRA, M. A. P.; GOMES, W. B. Estilos parentais e desenvolvimento de habilidades sociais na adolescência. **Psicologia: teoria e pesquisa**, v. 15, n. 2, 2012.

PERES, D. S.; FRANCO, L. J.; SANTOS, M. A. Comportamento alimentar em mulheres portadoras de diabetes tipo 2. **Rev. Saúde pública**, v. 40, n. 2, p. 310-317, 2006.

REVISTA SAÚDE. 2017. Disponível em: <<https://saude.abril.com.br/edicoes/>>. Acesso em: 29 nov. 2018.

SÁ, J. Ética, informação e saúde. **Mídia e Saúde**, Co-Edição UNESCO, Universidade Metodista de São Paulo, Faculdades Adamantinenses Integradas, p. 307-310, 2001.

SANTANA, H. M. M.; MAYER, M. D. B.; CAMARGO, K. G. Avaliação da adequação nutricional das dietas para emagrecimento veiculadas pela internet. **ConScientiae Saúde**, v. 2, p. 99-104, 2003.

SANTOS, A. (Org). **Caderno mídia e saúde pública**. Belo Horizonte: Escola de Saúde Pública/FUNED, 2006.

SILVA, Julyana Gall; TEIXEIRA, Maria Luiza de Oliveira; FERREIRA, Márcia de

Assunção. Alimentação e saúde: sentidos atribuídos por adolescentes. **Escola Anna Nery Revista de Enfermagem**, v. 16, n. 1, p. 88-95, 2012.

SILVA, Juremir Machado da. **Tecnologias do imaginário**. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2012.

SOARES, M. C.; MILANEZ, I. A. P. **A temática de saúde nos meios massivos**. 2002. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/5/52/08__TEMaTICA_DE_SAUDE_NOS_MEIOS_MASSIVOS.Pdf>. Acesso em: 22 abr. 2012.

TAVARES, Maria da Consolação G. Cunha et al. Imagem corporal: conceito e desenvolvimento. In: _____. **Imagem corporal: conceito e desenvolvimento**. São Paulo: Manole, 2013.

TEIXEIRA, R. A.; MIN, L. L.; TOLEDO, V. R. A divulgação do AVC por dois meios de comunicação de massa. **Revista Eletrônica de Jornalismo Científico**, jun. 2009. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/comciencia/?section=8&edicao=47&id=588>>. Acesso em: 17 abr. 2012.

VIEGAS, S. M. F. et al. Alimentação, uma das chaves para a saúde: Análise de conteúdo de reportagens da revista VEJA. **R. Enferm. Cent. O. Min.**, v. 2, n. 1, p. 78-92, jan./abr. 2012.