

Estratégias discursivas para uma ‘infância saudável’: uma análise do quadro “Medidinha Certa” do Fantástico¹

Paloma Faustino Dantas de SOUSA²

Patrícia Monteiro Cruz MENDES³

Faculdade Maurício de Nassau, João Pessoa, PB.

Resumo

O papel que a mídia assume na sociedade atual contribui para disseminar práticas, valores e influências no comportamento das pessoas, em relação ao consumo, alimentação, mas principalmente no que diz respeito à aparência física. A televisão é um dos meios nos quais esta influência é notória, para públicos de diversas faixas etárias. A proposta deste artigo é compreender como o padrão de corpo difundido pelo telejornalismo se transforma em referencial no cotidiano infantil. Para isso, o produto analisado é o quadro “Medidinha Certa”, veiculado no Fantástico, que se define como uma “revista eletrônica semanal”.

Palavras-chave: telejornalismo; infância; saúde; corpo.

Introdução

Os padrões de estética, preocupação com a aparência, prática de exercícios físicos e, por trás de tudo isso, a busca pela qualidade de vida, são assuntos abordados com frequência no telejornalismo, que procura aliar entretenimento com informações sobre como ter uma vida saudável. É dentro desse âmbito que o quadro “Medidinha Certa”, do Fantástico, se apresenta. Na série, três crianças são desafiadas a inserir hábitos saudáveis em seu estilo de vida, através da prática de exercícios e reeducação alimentar.

Investindo em noções arraigadas ao discurso jornalístico, como as noções de credibilidade, verdade e interesse público, o quadro “Medidinha Certa” pretende enquadrar a infância a partir do enfoque do corpo e da saúde. A justificativa para este discurso, no entanto, está baseada em estatísticas que apontam o aumento de crianças obesas e do índice de sedentarismo na infância e na adolescência.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – VII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante do 2º semestre do curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, na Faculdade Maurício de Nassau. E-mail: paloma_faustino@hotmail.com

³ É orientadora do trabalho. Professora e coordenadora do curso de Jornalismo da Faculdade Maurício de Nassau, doutoranda em Comunicação pela UFPE e mestre em Comunicação pela UFPB. E-mail: patricia.monteiro.mendes@gmail.com

Jornalismo e construção do real

Inserido no campo da comunicação social, o jornalismo tem como objetivo essencial reunir fatos e acontecimentos, noticiando-os a um determinado público, de forma a tornar tais informações dignas de credibilidade e confiança a partir do momento em que estão sendo veiculadas. Diante disso, as notícias passam a ter uma participação ativa na vida das pessoas, transformando-se em modos de enxergar o mundo.

De acordo com Traquina (2005), quando passou a ser incorporada à pesquisa em Jornalismo (aqui entendido como disciplina), na segunda metade do século XX, a Teoria Construcionista se opôs à noção de que o jornalismo seria um reflexo fiel da realidade, sendo esta uma antiga noção positivista, superada pelas teorias que surgiram a partir dos anos 70, passando a conceber o jornalismo como “uma parte seletiva da realidade”.

Em seu livro “Teoria do jornalismo: identidades brasileiras”, Marques de Melo (2006) reforça essa concepção, observando a impossibilidade de se tentar desvincular a cobertura noticiosa de quem a produziu e/ou do meio em que foi veiculada, a bem de difundir as ideias de isenção, imparcialidade ou de puro reflexo do real.

Neste artigo partimos do entendimento de que os textos jornalísticos não são a própria realidade, mas um modo de reescrevê-la, baseado em técnicas específicas que se valem de critérios como atualidade e interesse público. A concepção de jornalismo como forma de conhecimento nos faz entender que ele tanto transmite, quanto produz e recria os acontecimentos.

O paradigma construcionista indica pistas acerca das estratégias do telejornalismo para construir uma realidade sobre o corpo infantil. A primeira delas é que as referências estabelecidas pelas crianças, acerca de si mesmas, estão diretamente vinculadas à “realidade” formulada pela mídia.

Um segundo pressuposto, ligado ao primeiro, é de que as crianças que participam do “Medidinha Certa” entendem a realidade sobre o corpo a partir do conjunto de significados oferecido pelo programa, cuja linguagem jamais é neutra ou opaca, ou seja, refletir nitidamente a realidade ou o cotidiano é impossível.

Ao sistematizar as teorias do jornalismo, Pena (2005) contribui para se pensar como as notícias se estruturam, o que motiva a produção de um discurso e não outro em seu lugar e quais os efeitos das informações jornalísticas no cotidiano da população.

Assim, pode-se dizer que o fazer jornalístico se nutre de notícias acerca de padrões de corpo e de vida saudável, a fim de estabelecer uma determinada realidade sobre o corpo infantil, produzindo, essencialmente, modos fabricados de se compreender a infância.

A produção da infância na mídia

A infância é o período da vida que se estende do nascimento até a adolescência. É considerada uma fase determinante, visto que nela ocorre a construção de diversos hábitos que podem se prolongar ao longo da existência. Nesse sentido, a mídia ocupa um espaço cada vez maior na forma como as crianças compreendem a lógica do mundo ao seu redor. Por isso, diversas pesquisas atuais tentam entender como as crianças têm feito uso da mídia e quais os efeitos dos meios de comunicação, sobretudo as mídias digitais, no processo de socialização das crianças, no comportamento infantil e de consumo (BELLONI, 2007).

A criança é parte desse mundo regido por transformações constantes no âmbito da comunicação. Com o avanço das tecnologias, é possível identificar que o envolvimento das crianças com a mídia começa cada vez mais cedo. Computador, celular, televisão e outros aparatos tecnológicos provocam mudanças na vida cotidiana, conforme indicam Monteiro e Lima:

Segundo os autores que trabalham os comportamentos do público infantil, as crianças utilizam as mídias como o rádio e a televisão para o entretenimento e também para encontrar referências para o comportamento e a formação da identidade. A formação de identidade na criança envolve vários aspectos que são carregados até a idade adulta. (MONTEIRO & LIMA, 2010, p. 1-2).

A noção que a sociedade atual tem sobre a infância é pautada pela mídia, por meio da publicidade e do jornalismo. As notícias e propagandas que abordam a infância ou que para ela são direcionadas constituem a criança enquanto um sujeito autônomo. E, desse modo, as escolhas passam a ser orientadas pela mídia. Para Monteiro e Lima (2010), os veículos de comunicação trabalham de forma conjunta no sentido de transformar a criança em um pequeno adulto e isso ocorre a partir do momento em que as escolhas de consumo começam a ser feitas.

É possível perceber quão elevada tem sido a penetração da mídia no imaginário infantil, quando telenovelas, programas de entretenimento e anúncios publicitários enfocam este público, e também quando elas estão envolvidas de forma ativa nesses produtos que atendem a sociedade de consumo. Não é à toa que também é notável o poder de persuasão

que o público infantil exerce sobre os pais, e em escolhas que ordenam a vida familiar como um todo.

Outro fator que envolve a produção da infância na mídia ocorre na escolha de crianças que são consideradas “fofas” e “inteligentes” (MONTEIRO & LIMA, 2010). Este modo de adjetivação e, sobretudo, de representação, marcado pelo esforço em constituir a subjetividade infantil, se torna um mecanismo importante para conquistar o público adulto, influenciando, ainda, o modo como outras crianças apreendem identidades sobre a infância. Em estratégias como esta se percebe o papel da mídia em elaborar e propagar um conceito de infância.

A mídia, em especial, a publicidade, também faz referência à infância no momento em que produz comerciais que influenciam no consumo de determinados alimentos como chocolates e *fast-foods*. Lanches rápidos e ovos de páscoa, por exemplo, são acompanhados por brinquedos, o que influencia as crianças ao consumo. E não é o tipo ou a qualidade do alimento que está em jogo nesse momento, mas, essencialmente, os brindes que enchem os olhos de meninos e meninas. Motivada por apelos da publicidade, a criança pode entrar, desde cedo, numa onda de consumo abusivo, no entanto, este não é o tema do presente estudo.

No que se refere à construção dos hábitos alimentares, pesquisadores reforçam que nesta fase a criança necessita passar por processos educativos, para que ocorra mudança em seu hábito alimentar, visto que:

A infância é o período de formação dos hábitos alimentares. O entendimento dos fatores determinantes possibilita a elaboração de processos educativos, que são efetivos para mudanças no padrão alimentar das crianças (RAMOS & STEIN, 2000, apud VALE & EUCLYDES, 2007, p. 3).

Porém, cresce cada vez mais o número de crianças com maus hábitos alimentares e que não incorporam a atividade física em seu cotidiano, acarretando, assim, problemas de saúde a curto, médio e longo prazo, sendo um deles a obesidade. Segundo matéria veiculada no Portal G1 (2011), os dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009, do IBGE, mostram que em 20 anos os casos de obesidade mais do que quadruplicaram entre crianças de 5 a 9 anos, chegando a 16,6% (meninos) e 11,8% (meninas).

Um dos grandes desafios que envolvem a cobertura de notícias sobre a infância é, certamente, a forma de abordar determinados assuntos, ou seja, o modo de estruturação da própria linguagem jornalístico. No caso da televisão, veículo em que nosso objeto de estudo

está inserido, é necessário utilizar não apenas uma linguagem leve, objetiva e descontraída, mas investir em recursos visuais e sonoros, de forma a atrair a atenção desses telespectadores mirins.

Além da preocupação acerca de como abordar a infância e que recursos utilizar para tornar as reportagens interessantes, o telejornalismo costuma inserir a criança na mídia, ao realizar cobertura de fatos que dizem respeito ao interesse da criança e sua realidade. Mas, neste caso, as notícias são dirigidas aos adultos, ao governo, ao Ministério Público e a instituições que asseguram os direitos da criança.

É o que ocorre em campanhas contra a exploração sexual infanto-juvenil e o trabalho infantil, por exemplo. Nestas situações, o jornalismo costuma se posicionar como aliado da infância legal, no momento em que produz reportagens que constituem como defender, garantir e resguardar o direito da criança.

Na atualidade, a questão da saúde da criança tem sido uma das pautas recorrentes no jornalismo diário, o que motivou a produção desta pesquisa. Não se trata apenas de combater problemas históricos como a desnutrição infantil ou o acesso a uma alimentação de qualidade. A vida contemporânea apresenta novos contornos para a questão da saúde, tratando-se, agora, de pensar em que “medida” comer, quais os alimentos adequados e como viver bem numa época de tantos apelos comerciais e de consumo e considerando como primordial a fase denominada de “infância”.

Os fundamentos teóricos da Análise do Discurso

Para se entender como o quadro “Medidinha Certa” estrutura um conceito de corpo saudável é preciso entender as operações discursivas que estão em circulação. Como afirmam Charaudeau e Maingueneau (2004), um dos grandes pólos da Análise do Discurso é a Escola de linha francesa, que teve início na década de 60, sob o viés da psicanálise e do marxismo, e tendo Michel Pêcheux e Michel Foucault como seus principais expoentes. Segundo esta corrente, o discurso passa a ser investigado não apenas como enunciado lingüístico, mas também como produção social e do imaginário, visto que a AD trabalha com as relações entre o discurso, a língua, a história e o sujeito.

No quadro teórico da corrente francesa, com base em Foucault (2008), o discurso é inscrito a partir de uma ordem, que faz circular certos discursos e não outros em seu lugar, como também considera alguns indivíduos qualificados para fazê-lo em detrimento de outros. Em “A ordem do discurso”, o autor esclarece que a produção e a circulação

discursivas são controladas por determinados procedimentos, entre os quais, a oposição entre o discurso verdadeiro e o falso.

É a “vontade de verdade”, segundo Foucault, que separa um conjunto de práticas tidas como adequadas, apoiadas num suporte institucional e na cultura de uma época, daquelas consideradas inapropriadas.

O discurso é uma prática social dinâmica e não existe destituído de um contexto sócio-histórico. É por meio do discurso que os indivíduos manifestam sua visão de mundo e revelam o lugar social a partir do qual emitem sua fala. De acordo com Pinto, o discurso:

tem papel fundamental na reprodução, manutenção ou transformação das representações que as pessoas fazem e das relações e identidades com que se definem numa sociedade, pois é por meio dos textos que se travam as batalhas que, no nosso dia-a-dia, levam os participantes de um processo comunicacional a procurar “dar a última palavra”, isto é, a ter reconhecido pelos receptores o aspecto hegemônico do seu discurso. (PINTO, 1999, p.24).

Os discursos estabelecem, portanto, um conjunto de práticas que não podem ser ignoradas. Tais práticas estão, de alguma maneira, determinando o que pode ser dito em determinadas circunstâncias, indicando os fluxos de relações que caracterizam o seu próprio funcionamento.

Descritos alguns fundamentos teóricos da Análise do Discurso enquanto rota de investigação do presente estudo, passaremos à análise do material empírico, considerando algumas seqüências discursivas extraídas de edições do quadro “Medidinha Certa”.

Análise do quadro Medidinha Certa

A primeira edição de “Medidinha Certa” foi veiculada dia 1º de abril de 2012 e a última edição foi ao ar em 24 de junho de 2012. O quadro é a versão mirim do “Medida Certa”, exibido de abril a junho de 2011, tendo os jornalistas Zeca Camargo e Renata Ceribelli como personagens e o educador físico Márcio Atalla como idealizador do projeto e especialista responsável pelo desafio de “reprogramar o corpo em 90 dias”.

A versão mirim dá continuidade ao formato de *reality show*, mas, dessa vez, três crianças comuns são as protagonistas do método de reprogramação do corpo e da mente: Isabella, de 9 anos, João Victor, 10 anos, e Willame, de 11 anos. Os dois primeiros estão acima do peso, já Willame, que é magro, participa do desafio para tentar adquirir uma alimentação saudável.

É logo na estreia que o Fantástico justifica a importância de uma edição do projeto Medida Certa. O apresentador Zeca Camargo destaca:

Maus hábitos de alimentação e sedentarismo: esta é a realidade de muitas crianças brasileiras. Segundo dados do IBGE, a obesidade infantil no país aumentou 300% nos últimos 40 anos. Três em cada dez brasileiros estão com sobrepeso (FANTÁSTICO, 01/04/2012).

Reforçado por estatísticas de uma fonte confiável, como o IBGE, e amparado pela força dos números, o discurso jornalístico corrobora a importância da reprogramação como um modo de se contrapor à realidade de diversos ‘brasileirinhos’ que estão acima do peso.

Após a informação emitida pelo apresentador, Zeca Camargo, o educador físico Marcio Atalla acrescenta que o sobrepeso é a realidade de diversas crianças no Brasil, que não se movimentam mais, preferindo jogos eletrônicos a brincadeiras que geram movimento. Em seguida, a reportagem de estreia mostra os jornalistas Zeca Camargo e Renata Ceribelli, protagonistas do “Medida Certa”, num retorno às cidades onde passaram a infância e nos lugares em que brincavam. O objetivo é destacar o quanto as crianças se movimentavam na época em que não existiam computadores.

Diante desse quadro de uma infância ameaçada pelo sedentarismo, foram apresentados os perfis das crianças que entram no desafio do “Medidinha Certa”. Elas passam por avaliação médica para medir peso, altura e taxa de gordura.

Após os resultados, é apresentado o diagnóstico que evidencia a realidade e o risco à saúde de cada participante: Isabella está acima do peso e corre o risco de ficar hipertensa, João Victor, também acima do peso, tem a insulina alta e “está a caminho de ficar diabético” e Willame tem peso e altura exatamente proporcional por praticar esportes, porém a alimentação inadequada elevou o índice de colesterol ruim.

Pode-se afirmar que o diagnóstico médico do estilo de vida dos personagens se relaciona diretamente aos dados alarmantes acerca da relação infância e peso, apresentados na abertura do quadro. E a escolha de três crianças fora dos padrões considerados saudáveis ajuda a ilustrar os desafios de viver com qualidade de vida nos tempos atuais.

Os personagens exemplificam estereótipos associados à criança moderna, entre os quais, a ideia de que o farto acesso à tecnologia oferece um banquete de jogos eletrônicos, filmes e atrativos diversos que resulta em uma vida com pouco esforço físico e movimento, conforme o apresentador Zeca Camargo afirma, em *off* exibido na edição de 10 de junho:

[...] Mas esse comportamento poderia ser diferente se uma prática simples na vida de qualquer criança fosse levada mais a sério na época escolar: a aula de educação física. (FANTÁSTICO, 10/06/2012).

As reportagens da série associam atividades físicas a brincadeiras, num esforço discursivo de ressaltar o lado lúdico da infância e produzir o apagamento de toda e qualquer vinculação do “Medidinha Certa” a práticas radicais de emagrecimento. No dizer do educador físico, os movimentos fazem parte da adequação do corpo a uma vida saudável. Nesse esforço, é preciso recorrer ao saber e ao incentivo de especialistas e ao papel da educação física como lugar de constituição de uma cultura de cuidado com a mente e o corpo. Vejamos, acerca disso, o que diz Márcio Atalla:

O grande papel de um professor de educação física é criar a consciência na criança que o movimento é para o resto da vida. Se ela sai com essa consciência da escola, a educação física cumpriu seu papel. (FANTÁSTICO, 10/06/2012).

A edição de 10 de junho está inserida na ‘reta final’ do “Medidinha Certa”. O educador físico estimula cada participante a fazer uma avaliação pessoal sobre os benefícios da reprogramação do corpo. As três crianças são unânimes ao afirmar que duas são as principais mudanças: alimentação e disposição. A única menina do grupo acrescenta:

Antes eu não tinha muita disposição, hoje eu tenho mais (FANTÁSTICO, 10/06/2012).

O depoimento de Isabella situa “Medidinha Certa” como o responsável pelo novo condicionamento físico. O dizer faz supor uma criança autônoma, que sabe constituir suas preferências corporais e enxergar com propriedade o corpo antes e depois do programa. A opinião de João Victor trafega na mesma direção, mas acrescenta outras questões:

Você se diverte fazendo atividade física (FANTÁSTICO, 10/06/2012).

O depoimento do garoto é uma confirmação dos discursos formulados à exaustão durante a série: exercício físico não gera tormento, mas consequências agradáveis no modo como a criança constitui suas experiências diárias na relação entre corpo e saúde. Associar atividade física ao lazer e à diversão contribui para massificar a ideia de que emagrecer é apenas resultado de um estilo de vida saudável.

Na última etapa de “Medidinha Certa”, o Fantástico apresentou os resultados da balança e da fita métrica para as três crianças. Antes, os personagens enfrentaram uma prova final, para colocar em teste o condicionamento físico de cada um após os três meses

de disciplinamento do corpo. Todos foram aprovados e, ao final, o mais franzino da turma, Willame, declara:

Vou continuar até o resto da vida (FANTÁSTICO, 24/06/2012).

Referindo-se à mudança incorporada à alimentação, o garoto de 11 anos demonstra uma capacidade de autogoverno, ao decidir sobre os novos rumos do viver saudável. Sempre com o apoio dos pais das crianças, cuja presença era notória em cada reportagem, “Medidinha Certa” se apresenta como um programa de reprogramação do corpo e da mente que começa com as crianças e pretende envolver toda a família. Prova disso foi a adesão de Érica, mãe do menino João Victor. Ela também entrou no desafio do “Medidinha Certa” e perdeu dez quilos em cerca de dez semanas.

O que também chama a atenção na proposta do quadro é que, semelhante ao “Medida Certa”, a versão mirim surge com a pretensão de constituir um conceito de saúde atrelado à obtenção de certas medidas consideradas adequadas e que produzem, como consequência, mudanças por fora (no corpo) e por dentro (na mente). Nesse esforço, o programa não se encerra na televisão, mas continua por meio de mobilizações que pretendem ganhar as ruas do Brasil, conforme anuncia Zeca Camargo no encerramento da série no Fantástico:

O Fantástico vai levar o Medidinha Certa a dez cidades de todas as regiões do país e incentivar a prática de alimentação saudável e atividade física entre crianças e adolescentes (FANTÁSTICO, 24/06/2012).

Pelo exposto é possível afirmar que o telejornal se apresenta como o motor de importantes mudanças nos hábitos nacionais, reiterando a função social do jornalismo alicerçada em seus modos de representar a realidade. Ao percorrer várias partes do território brasileiro, com o intuito de alcançar preferencialmente o público infante-juvenil, mas também suas famílias, o Fantástico pretende disseminar a cultura da “diversão saudável” a uma nação que precisa sair da poltrona e se movimentar, para o bem das “medidas nacionais”.

Conclusão

Neste artigo partimos da noção de que o jornalismo é responsável por um processo de construção da realidade, ao transformar fatos em notícias que repercutam no modo como as pessoas enxergam o real. Embora preliminar e considerando sequencias discursivas de

três edições do programa, as análises demonstraram que o discurso jornalístico constrói um referencial de corpo ao qual crianças e suas famílias precisam aderir.

Ao receber o título de “Medidinha Certa” e sendo uma espécie de versão mirim do “Medida Certa”, percebe-se que o telejornal, Fantástico, procura associar o método da série a algo leve e lúdico, daí o nome “medidinha”. A ideia, por trás desse discurso, é que não há qualquer intenção em provocar peso e radicalismos, comumente associados ao desafio de entrar em forma.

“Medidinha Certa” é uma prova de que a mídia televisual, sobretudo a emissora de TV aberta de maior audiência (Rede Globo), incorpora o discurso do viver saudável em suas narrativas, como forma de dar credibilidade e efeito de verdade a um assunto que, se não tomado com cuidado, pode ser simplesmente associado a noções de beleza, estética e emagrecimento. Ao apresentar que há uma ‘medida certa’ por meio da qual o corpo infantil deve ser constituído e propagado socialmente, o discurso jornalístico distancia tudo o que está fora dessa medida, excluindo o fato de que os indivíduos têm diferenças entre si.

Por último, entende-se que, ao tentar aproximar o conceito de saúde de uma noção mais subjetiva, ou seja, ligada ao modo como o sujeito constrói e apreende suas práticas corporais, “Medidinha Certa” busca promover a ideia – socialmente aceita – de que um corpo na ‘medida certa’ se traduz em diversos ganhos, como a mente e a aparência física em sintonia.

Tendo em vista que o quadro “Medidinha Certa” utilizou diversas vozes (de especialistas em saúde, pessoas comuns e de personalidades consagradas, como os jornalistas Zeca Camargo e Renata Ceribelli) para reforçar o discurso do corpo saudável, levanta-se a questão: até que ponto os personagens da série tiveram autonomia para decidir sua participação nos desafios impostos pelo programa? Será que as crianças conseguem discernir as diferenças entre o processo de reprogramação viabilizado e potencializado pela mídia e o propósito fundamentado na simples obtenção de um estilo de vida mais saudável?

Os questionamentos que provocam tais inquietações certamente são úteis para dar continuidade à pesquisa, ampliando as possibilidades de ver as nuances do objeto em questão, como também buscando entender como os discursos e imagens veiculados no quadro “Medidinha Certa” podem influenciar crianças e famílias brasileiras a adotar medidas mais saudáveis. Os eventos do “Medidinha Certa”, que vão reunir dicas de nutrição e brincadeiras, podem oferecer um farto material para os estudos em andamento.

Referências

CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **Dicionário de Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2004.

BELLONI, M. L. Infância, Mídias e Educação: revisitando o conceito de socialização. **Perspectiva**, Florianópolis, v. 25, n. 1, p. 41-56, 2007.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. 16. ed. São Paulo: Loyola, 2008.

MARQUES DE MELO, J. **Teoria do jornalismo: identidades brasileiras**. São Paulo: Paulus, 2006.

MONTEIRO, M. C. S; LIMA, R. N. As relações Culturais entre infância e mídia através da memória sonora. **Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Caxias do Sul: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010.

PENA, F. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PINTO, M. J. **Comunicação e Discurso: Introdução à análise do discurso**. São Paulo: Hacker Editores, 1999.

PORTAL G1. **Ritmo de aumento da obesidade infantil no Brasil preocupa médicos**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2011/08/ritmo-de-aumento-da-obesidade-infantil-no-brasil-preocupa-medicos.html>>. Acesso em: 09 de agosto de 2011.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo, volume 1: por que as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005.

VALLE, J. M. N. e EUCLYDES, M. P. A formação dos hábitos alimentares. **Revista APS**, v.10, n.1, p. 56-65, jan./jun, 2007.