

Comunicação e Jornalismo: Conceitos e Tendências

Thaís Helena Ferreira Neto
(Organizadora)

Atena
Editora

Ano 2018

Thaís Helena Ferreira Neto
(Organizadora)

Comunicação e Jornalismo:
Conceitos e Tendências

Atena Editora
2018

2018 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Geraldo Alves e Lorena Prestes

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

C741 Comunicação e jornalismo: conceitos e tendências [recurso eletrônico] / Organizadora Thaís Helena Ferreira Neto. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2018. – (Comunicação e Jornalismo: Conceitos e Tendências; v. 1)

Formato: PDF

Requisitos de sistemas: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-026-1

DOI 10.22533/at.ed.261190901

1. Comunicação social. 2. Jornalismo. 3. Mídia digital. I. Ferreira Neto, Thaís Helena. II. Série.

CDD 303.4833

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

DOI O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores.

2018

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A obra “Comunicação e Jornalismo: Conceitos e Tendências” volume 1 é composta por 13 artigos que abordam discussões envolvendo comunicação e produção de conteúdo através de dispositivos móveis, como aplicativos (apps), mídias digitais, plataformas interativas, mobilidade e convergência midiática. Tendências que permeiam o Jornalismo nas multtelas.

Pensar o Jornalismo como impulsionador dessas ferramentas digitais é oportunizar novas opções de diálogo para o cenário, seja no jornalismo televisivo, radiofônico, impresso, investigativo, na assessoria de imprensa ou no próprio jornalismo digital.

A digitalização do jornalismo, as capacidades que a internet oferece aos jornalistas na obtenção de dados e de acesso à informação, a proliferação de canais de comunicação e a potencialmente da interatividade entre jornalistas e fontes e entre jornalistas e público, são fatores que apontam para a existência de um campo jornalístico envolvendo todos os agentes sociais.

Essa tendência de pesquisa com foco no jornalismo digital é reflexo do cenário que hoje tem como alguns temas latentes as redes sociais, polarização política, checagem de fatos, jornalismo de dados, audiência e estatísticas, desinformação e representatividade. Assuntos em pauta, importantes para um diálogo plural e consciente.

Thaís Helena Ferreira Neto

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	7
INTERAÇÃO, INTERATIVIDADE E SUBJETIVIDADE: UM ENSAIO SOBRE CONTRATO DE LEITURA NAS REDES DIGITAIS	
César Steffen	
DOI 10.22533/at.ed.2611909011	
CAPÍTULO 2	19
A INTERATIVIDADE NOS CIBERMEIOS DE DOURADOS: COMO OCORRE A PARTICIPAÇÃO DO LEITOR NA PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS NA WEB	
José Milton Rocha	
DOI 10.22533/at.ed.2611909012	
CAPÍTULO 3	31
A COBERTURA DO NOVO JORNAL NOS ATENTADOS DO CRIME ORGANIZADO NO RN: PRODUÇÃO NOTICIOSA E INTERAÇÃO NO <i>FACEBOOK</i>	
Adriano Charles Silva Cruz	
DOI 10.22533/at.ed.2611909013	
CAPÍTULO 4	42
REDESSOCIAIS E SEXUALIDADE: CONCEPÇÕES A PARTIR DAS VIVÊNCIAS DOS ADOLESCENTES DO <i>CAMPUS IFAM/HUMAITÁ</i>	
Alline Penha Pinto	
Paulo Severino da Silva	
Flávia Heloísa da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.2611909014	
CAPÍTULO 5	50
FACEBOOK E NUTRIÇÃO	
Samara Carolina Fernandes Ferreira	
Graciele Stolarski	
Ana Paula Machado Velho	
Tiago Franklin Rodrigues Lucena	
DOI 10.22533/at.ed.2611909015	
CAPÍTULO 6	57
MÍDIA ONLINE: COMO O CIBERJORNALISMO ABORDA AS DOENÇAS PSÍQUICAS	
Jacir Alfonso Zanatta	
Bianka Macário	
Valesca Soares Consolaro	
DOI 10.22533/at.ed.2611909016	
CAPÍTULO 7	66
UMA ENQUETE <i>ONLINE</i> : MODELAMENTO MATEMÁTICO DE TEMPOS DE RESPOSTA E ANÁLISE CRÍTICA	
Paulo Roxo Barja	
Cláudia Regina Lemes	
DOI 10.22533/at.ed.2611909017	

CAPÍTULO 8	77
MT TV- 1ª EDIÇÃO: REFLEXOS DE INTERATIVIDADE NO CONTEÚDO NOTICIOSO DO TELEJORNAL	
Ulislávio Oliveira Evangelista	
Roscéli Kochhann	
DOI 10.22533/at.ed.2611909018	
CAPÍTULO 9	87
REMEDIAÇÃO SEM INTERAÇÃO: UM EXAME SOBRE A PRESENÇA DE O GLOBO NO FACEBOOK	
Telma Sueli Pinto Johnson	
Warley Bueno Pereira Jr.	
DOI 10.22533/at.ed.2611909019	
CAPÍTULO 10	104
THE ENTIRE HISTORY OF YOU: OBSESSÃO MNEMÔNICA E ARQUIVISMO COMPULSIVO NOS HARDWARES DE MEMÓRIA ARTIFICIAL	
Tiago Ricciardi Correa Lopes	
DOI 10.22533/at.ed.26119090110	
CAPÍTULO 11	112
SEMINÁRIO DE LINGUAGENS COMPARADAS: UNIR SABERES PARA UM JORNALISMO DE EXCELÊNCIA	
Caroline Maria Beccari	
Sônia Regina Schena Bertol	
DOI 10.22533/at.ed.26119090111	
CAPÍTULO 12	125
UMA REVISTA MAGRA: COMO A VEJA ONLINE ABORDA A ANOREXIA	
Bianka Macário	
Jacir Alfonso Zanatta	
DOI 10.22533/at.ed.26119090112	
CAPÍTULO 13	135
CONTEÚDO VOMITADO: COMO A VEJA ONLINE ABORDA A BULIMIA	
Ingrid Rocha de Moraes	
Jacir Alfonso Zanatta	
DOI 10.22533/at.ed.26119090113	
SOBRE A ORGANIZADORA	144

CAPÍTULO 5

FACEBOOK E NUTRIÇÃO

Samara Carolina Fernandes Ferreira

Mestre do Programa de Promoção da Saúde da
UniCesumar
Maringá – Paraná.

Graciele Stolarski

Mestre do Programa de Promoção da Saúde da
UniCesumar
Maringá – Paraná.

Ana Paula Machado Velho

Orientadora do trabalho. Professora Universidade
Estadual de Maringá.
Maringá – Paraná.

Tiago Franklin Rodrigues Lucena

Coorientador do trabalho. Professor do Programa
de Promoção da Saúde da UniCesumar
Maringá – Paraná.

RESUMO: A alimentação saudável é um conceito que contempla significado social e cultural, considerando necessidades nutricionais de acordo com um grupo social específico. Sendo assim, procura-se promover melhorias alimentares aos indivíduos (ELL et al, 2012), no sentido de garantir direitos fundamentais do cidadão. Considerando que as redes sociais online conectam sujeitos sociais que apresentam discursos públicos (BOYD et al, 2011), vê-se que esses espaços vêm divulgando informações relacionadas à alimentação saudável. Pergunta-se: as redes

vêm proporcionando a criação de novos hábitos alimentares e a melhoria da ingestão nutricional dos seus usuários? Até o momento, pode-se notar que, dentro dessa rede social online, há um segmento com discurso em nome da alimentação saudável, no qual pessoas se apropriam de termos médicos e nutricionais deliberadamente.

PALAVRAS-CHAVE: facebook; rede social online; tecnologia; alimentação; promoção da saúde.

INTRODUÇÃO

A obesidade e o sobrepeso, problemas de saúde pública, acometem todas as faixas etárias e apresentam aumento significativo no Brasil, causando doenças crônicas, principal causa de morte entre adultos brasileiros (BRASIL, 2014). Sendo assim, muito se fala em alimentação e nutrição, de modo a orientar os programas de políticas públicas para promover a saúde (CARVALHO et al, 2011; ELL et al, 2012; FREITAS et al, 2011; DIEZ-GARCIA et al, 2011), sabendo que as escolhas alimentares individuais são condicionadas a fatores múltiplos (SANTOS et al, 2011).

As redes sociais online conectam sujeitos sociais que apresentam discursos públicos (BOYD et al, 2011) e estas pessoas divulgam

informações relacionadas ao assunto de seu interesse – o que pode englobar a alimentação e nutrição (RANGEL-S et al, 2012). Contudo, hábitos alimentares considerados saudáveis nem sempre são divulgados com a precisão nutricional devida, visto que o ambiente virtual permite publicações sem confirmação de veracidade.

A alimentação saudável, em países desenvolvidos e em desenvolvimento, é um conceito que contempla significado social e cultural da alimentação, considerando necessidades nutricionais de acordo com um grupo social específico. Sendo assim, procura-se promover melhorias alimentares não apenas a um indivíduo, mas no sentido coletivo (ELL et al, 2012).

Estudos mostram que temas como emagrecimento e estética são frequentes nas redes, divulgando hábitos alimentares que parecem utópicos por afirmarem resultado a curto prazo (MARINS et al, 2011; RANGEL-S et al, 2011; SANTOS, 2006; SANTOS, 2010). Porém, pergunta-se: as redes vêm proporcionando a criação de novos hábitos alimentares e a melhoria da ingestão nutricional dos seus usuários?

Justificativa

A relação entre alimentação e nutrição reforça o processo de promoção da saúde desde 1948, quando ser saudável passa a ser entendido como direito humano fundamental:

A alimentação e nutrição constituem direitos humanos fundamentais consignados na *Declaração Universal dos Direitos Humanos* e são requisitos básicos para a promoção e a proteção da saúde, possibilitando a afirmação plena do potencial de crescimento e desenvolvimento humano com qualidade de vida e cidadania. O direito à alimentação é um direito do cidadão, portanto, dever do Estado e responsabilidade da sociedade (FERREIRA E MAGALHÃES, 2007, p.1676).

Compreende-se que alimentação e nutrição fazem parte da formação do que se entende por qualidade de vida, deixando claro que, realmente, se fecha o ciclo biomédico de abordagem à saúde. Ao se tratar desse tema, no que diz respeito à promoção da saúde, fala-se em educação nutricional, entendida como a capacitação do indivíduo de identificar as características dos alimentos e reconhecer, por si só, aquilo que é mais saudável, ou seja, educar para que as pessoas façam escolhas alimentares mais saudáveis.

O Guia Alimentar para a População Brasileira (2014) propõe, no entanto, que o alimento possui funções culturais, comportamentais e afetivas, enfatizando que alimentação, nutrição e prática regular de exercícios físicos são fundamentais para manter um estilo de vida considerado saudável. Mas também destaca que as escolhas dos alimentos vão além de uma questão puramente nutricional, são volúveis à conduta dos indivíduos que se interrelacionam, indivíduos moldados por comportamentos e fatores ambientais diversificados. Isso significa que, além de valor nutricional, busca-se, na alimentação, considerar sabor, texturas, aromas, preço, o que está sendo

ofertado, sazonalidade e higiene (SANTOS et al, 2011; SARTI et al, 2011).

Todas essas questões vêm sendo foco de discussões, atualmente, na internet, um espaço de comunicação que facilita o acesso de pessoas a inúmeras informações, democratizando a circulação de questões de caráter social. Não se discute aqui o fato de que esses dados podem ou não ser verídicos. O foco de reflexão é o princípio de liberdade envolto nesse tipo de meio de comunicação, que permite a divulgação de estratégias importantes, como de promoção da saúde nutricional, quando sugere aos usuários da rede uma reflexão sobre hábitos alimentares (SANTOS, 2007; RANGEL-S et al, 2012; GUARDIOLA et al, 2012).

Enfim, com o advento da internet, as pessoas passaram a se comunicar com mais facilidade e ter acesso a informações que vêm ajudando a fortalecer um modelo de saúde preventivo (MANGIA et al, 2005), de modo a promover o bem estar em lugar de curar doenças.

As redes sociais online (RSO) – entendidas como grandes estruturas tecnológicas que conectam sujeitos sociais, com ou sem relação social, por meio de discursos públicos (BOYD et al, 2011) –, se enquadram no contexto de transmitir mensagens de interação multilateral relacionadas a vários temas, mas também à alimentação, nutrição, práticas esportivas regulares ou qualquer método de viver de maneira mais saudável (RANGEL-S et al, 2012).

Atualmente, o número de usuários de redes sociais online no mundo ultrapassa 2 bilhões pessoas, em torno de 29% da população da Terra (IDG NOW, 2015; CIDADE VERDE, 2015; WE ARE SOCIAL, 2014). A Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República divulgou, em 2014, que 42% dos brasileiros têm acesso à internet, sendo que “entre as redes sociais e os programas de trocas de mensagens instantâneas mais usadas (1º + 2º + 3º lugares), estão o Facebook (83%), o Whatsapp (58%), o Youtube (17%), o Instagram (12%) e o Google+ (8%)” (BRASIL, 2014, p. 49-50).

Esta plataforma, que reúne inúmeros softwares é conhecida como segunda geração da internet ou Web 2.0, aquela em que as pessoas passam realmente a participar e interagir umas com as outras através de redes de relacionamento (SANTOS; CYPRIANO, 2014; RABELLO, 2015). Isto significa que, antes da web 2.0, o uso da internet era instrumental, ou seja, vinculado à realização de atividades (como pesquisas em sites de busca). Dentro desse contexto, surgem as redes sociais online ou a chamada internet relacional.

Nesta rede, há visibilidade nas opiniões formadas por qualquer pessoa, seja a respeito de novela, futebol, política, alimentação – que é objeto desse estudo –, entre tantos outros tópicos que se pode abordar de forma opinativa com articulação de especialidade.

Além disso, por meio das redes sociais online, é possível compartilhar informações não apenas por meio da escrita, mas também fazer uso de áudios e vídeos. Os dispositivos móveis atuais, com acesso à internet o tempo todo, permitem

que os usuários façam postagens em tempo real de onde estiverem. Estes aparelhos têm câmeras fotográficas digitais com qualidade suficiente para enviar imagens de qualquer lugar instantaneamente.

O Facebook

O Facebook é uma das redes sociais online mais acessadas, uma plataforma na qual usuários fazem postagens, por exemplo, de suas refeições e lançam afirmações com relação à qualidade nutricional. Porém, nem sempre esses conteúdos são verídicos, isto é, possuem informações que têm mesmo verdades nutricionais. Este, enfim, é o objetivo desta pesquisa: avaliar a qualidade nutricional das refeições postadas no Facebook por meio da análise visual dos pratos apresentados.

Esta RSO disponibiliza aos usuários (cada um com seu perfil pessoal) diversas formas de interação, sendo a mais simples delas os chamados *posts* – intervenções livres – em seu mural. Dentro da mesma plataforma virtual, é possível criar e/ou fazer parte de grupos temáticos a partir de curiosidades em comum (participantes que tem um mesmo interesse e trocam informações sobre este tópico), páginas de divulgação (informações sobre uma loja, instituição, segmento, marketing pessoal, entre outros), e ainda acompanhar o seu *feed* de notícias, conteúdo publicado por todos os integrantes da rede de relacionamentos, com a possibilidade de utilizar filtros e dar preferência às notícias que se quer receber.

Metodologia

O método de análise proposto é baseado na observação não participativa, sem interação com os perfis pesquisados, analisando informações visuais de forma não estruturada. O intuito deste estudo é averiguar a qualidade nutricional a partir das fotografias digitais postadas por usuários do Facebook que visam à alimentação saudável, tanto no que diz respeito a promover a saúde, como sobre a veracidade da informação nutricional vinculada à imagem. Sendo assim, os perfis investigados não serão de profissionais da saúde.

A coleta de dados foi feita mediante observação diária do *feed* de notícias disponibilizado pelas páginas selecionadas, salvando as fotografias digitais dos alimentos ou refeições em arquivos separados como uma imagem visual da tela em formato .jpeg.

As fotos analisadas serão comparadas aos modelos ideais para a alimentação saudável disponibilizada pelo Ministério da Saúde no Guia Alimentar para a População Brasileira, sendo esta a base para a divisão dos grupos alimentares. Este material foi escolhido por ser resultado de análises da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) feita pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de maio de 2008 a maio

de 2009 (BRASIL, 2014). Todas as fotografias foram acompanhadas dos comentários dos participantes da página, para averiguar se há interação relacionada à saúde.

As imagens foram divididas entre os grupos café da manhã, almoço, jantar e pequenas refeições, como apresentado pelo Guia. Caso na descrição da imagem postada não tenha uma indicação direta de que refeição se trata, foi incluído no grupo que melhor se identificar por semelhanças nutricionais.

As fotografias digitais foram avaliadas considerando o que o Guia Alimentar para a População Brasileira indica para proporções ou para substituir algum alimento por outro semelhante (quando necessário). Ou seja, não serão avaliadas as calorias de uma refeição, de modo que o foco do estudo é avaliar a qualidade nutricional, sem foco em emagrecimento, partindo do pressuposto de uma alimentação balanceada, saudável.

Considerações Finais

A partir da busca no Facebook, duas páginas foram encontradas seguindo os critérios de inclusão metodológicos, cada uma possui em torno de 12.000 pessoas inscritas, que são participativas. Em critério comparativo, enquanto uma das páginas tem como foco o incentivo ao consumo de sucos naturais na dieta, a outra se apropria de dicas de reeducação alimentar, sugerindo refeições mais completas, pratos prontos e, até mesmo, dicas de preparações “saudáveis” (no sentido de que há apropriação do termo, porém sem segurança de veracidade).

Os sucos indicados na primeira página sempre vêm acompanhados de uma descrição com ingredientes, modo de preparo e uma explicação sobre as funções medicinais do mesmo. Na segunda, isto nem sempre acontece, aparecem imagens de caráter opinativo, como, por exemplo, fotografias de refeições seguidas da descrição “achei interessante”, “[...] Delícia!” e “lindo e apetitoso prato”. Em ambos os casos, não há apropriação médica/nutricional ao se indicar que determinada porção do alimento é saudável, ainda assim, as postagens são interativas, ou seja, os participantes fazem questionamentos e o mediador da página responde, com respostas de afirmativas, demonstrando domínio no assunto.

Deve-se reforçar que a pesquisa está em desenvolvimento e esta análise é de caráter amostral. Não há, ainda, avaliação de fotografias para indicar correspondência nutricional entre as imagens postadas e o Guia Alimentar para a População Brasileira. Nesta etapa do trabalho optou-se por averiguar o discurso dos participantes, pois o desdobramento da pesquisa contará com a etapa de análise das imagens de forma mais profunda. Até o momento, conclui-se que, dentro dessa RSO, há um segmento com discurso em nome da alimentação saudável, no qual pessoas se apropriam de termos médicos e nutricionais deliberadamente e “vendem” um modelo de nutrição que nem sempre é o mais indicado.

REFERÊNCIAS

- BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. Guia alimentar para a população brasileira / Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde, Departamento de Atenção Básica. – 2. ed. – Brasília: Ministério da Saúde, 2014. 156 p.
- BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. – Brasília: Secom, 2014.
- BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B. **Social Network sites: Definition, History, and Scholarship.** *Journal of Computer-Mediated Communication*, V. 13, Issue 1, p. 210-230, 2007.
- CIDADE VERDE. Mundo já tem dois bilhões de pessoas usando redes sociais. 2015. Acesso em 13 de março de 2016. Disponível em: <<http://cidadeverde.com/masavio/67297/mundo-ja-tem-dois-bilhoes-de-pessoas-usando-redes-sociais>>
- ELL, Erica et al. Concepções de agricultores ecológicos do Paraná sobre alimentação saudável. **Rev. Saúde Pública**, São Paulo, v. 46, n. 2, p. 218-225, Apr. 2012 .
- FERREIRA, Vanessa A.; MAGALHAES, Rosana. Nutrição e promoção da saúde: perspectivas atuais. **Cad. Saúde Pública**, Rio de Janeiro , v. 23, n. 7, p. 1674-1681, July 2007 .
- GUARDIOLA-WANDEN-BERGHE, Rocío; SANZ-VALERO, Javier; WANDEN-BERGHE, Carmina. Quality assessment of the Website for Eating Disorders: a systematic review of a pending challenge. **Ciênc. saúde coletiva**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 9, p. 2489-2497, Sept. 2012.
- IDG NOW. Planeta já tem dois bilhões de pessoas usando redes sociais. 2015. Acesso em 13 de março de 2016. Disponível em: <<http://idgnow.com.br/internet/2015/04/06/planeta-ja-tem-dois-bilhoes-de-pessoas-usando-redes-sociais/>>
- MANGIA, E. F.; MURAMOTO, M. T. O estudo de redes sociais: apontamentos teóricos e contribuições para o campo da saúde. **Rev. Ter. Ocup. Univ. São Paulo**, São Paulo, v. 16, n. 1, p.22-33, jan./abr., 2005.
- MARINS, Bianca Ramos; ARAUJO, Inesita Soares de; JACOB, Silvana do Couto. A propaganda de alimentos: orientação, ou apenas estímulo ao consumo? **Ciênc. saúde coletiva**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 9, p. 3873-3882, Sept. 2011.
- RANGEL-S, Maria Ligia; LAMEGO, Gabriela; GOMES, Andrea Lizabeth Costa. Alimentação saudável: acesso à informação via mapas de navegação na internet. **Physis**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 3, p. 919-939, 2012.
- SANTOS, Francisco Coelho dos; CYPRIANO, Cristina Petersen. Redes sociais, redes de sociabilidade. **Rev. bras. Ci. Soc.**, São Paulo , v. 29, n. 85, p. 63-78, June 2014 .
- SANTOS, Lúgia Amparo da Silva. Os programas de emagrecimento na internet: um estudo exploratório. **Physis: Ver. Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, 17(2):353-372, 2007.
- SANTOS, Ligia Amparo da Silva. Da dieta à reeducação alimentar: algumas notas sobre o comer contemporâneo a partir dos programas de emagrecimento na Internet. **Physis**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 2, p. 459-474, 2010.
- SANTOS, Melina Valério dos; PROENCA, Rossana Pacheco da Costa; FIATES, Giovanna Medeiros Rataichesk; CALVO, Maria Cristina Marino. Os Restaurantes por peso no contexto de alimentação saudável fora de casa. **Rev. Nutr.**, Campinas, v. 24, n. 4, p. 641-649, Aug. 2011.
- SARTI, Flávia Mori; CLARO, Rafael Moreira and BANDONI, Daniel Henrique. **Contribuições de estudos sobre demanda de alimentos à formulação de políticas públicas de nutrição.** *Cad.*

Saúde Pública [online]. 2011, vol.27, n.4, pp. 639-647. ISSN 0102-311X.

WE ARE SOCIAL. Global social media users passa 2 billion. 2014. Acesso em 14 de março de 2016. Disponível em < <http://wearesocial.com/uk/blog/2014/08/global-social-media-users-pass-2-billion>>

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-026-1



9 788572 470261