

A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO COMPORTAMENTO FEMININO

MEDIA INFLUENCE ON FEM BEHAVIOR

¹BONATO, L.; ¹RIBEIRO, N.; ¹TOMBA, T.; ²CARVALHO, E. L. L.; ²PEREZ, D. K.

^{1e2}Departamento do Curso de Psicologia - Faculdades Integradas de Ourinhos–FIO/FEMM

RESUMO

O objetivo deste estudo foi verificar a percepção feminina a respeito da influência da mídia sobre o estilo de vida e determinados comportamentos. Que são, respectivamente, o contexto familiar e sua formação, os hábitos alimentares e alguns distúrbios associados e a exibição e erotização da mulher. Conduziu-se um estudo descritivo quantitativo com alunas do curso de direito das Faculdades Integradas de Ourinhos da Fundação Educacional Miguel Mofarrej. Devido à inexistência de materiais validados para verificar e avaliar a influência da mídia sobre o estilo de vida e certos comportamentos, optou-se por utilizar um questionário desenvolvido pelas autoras. Quanto ao contexto familiar verificou-se que o modelo de família constituído por pai-mãe-filhos, considerado um modelo tradicional, ainda é considerado pela maioria como ideal para a construção de valores e ideais para o sujeito, também se verificou que os modelos familiares representados na mídia exercem influências sobre os comportamentos familiares atuais. Apesar da maioria das entrevistadas não admitir sofrer influência midiática em seus hábitos alimentares, por outro lado, assumiram conhecer alguém que já tenha desenvolvido problemas de saúde ou distúrbios alimentares em busca de um peso considerado ideal. Com relação à exposição e erotização feminina, os resultados encontrados correspondem à pesquisa literária feita, ou seja, que a maioria acredita ser excessiva.

Palavras-chave: Influência Midiática. Estilo de Vida. Comportamento Feminino.

ABSTRACT

The objective of this study was to verify the female perception about the media's influence on the lifestyle and certain behaviors, which are respectively the family background and their formation, eating habits and some associated disorders and the show off and sexualization of women. We conducted a quantitative descriptive study with law students of the Faculdades Integradas de Ourinhos da Fundação Educacional Miguel Mofarrej. Due absence of validated materials to check and evaluate the influence of media on the lifestyle and certain behaviors, it was decided to use a questionnaire developed by the authors. As for the family context it was found that the family model consisting of father-mother-children, considered a traditional model, is still considered by many to be ideal for the construction of values and ideals for the subject, it was also found that family patterns represented in the media exert influence on current family behaviors. Although the majority of respondents did not admit suffer media influence on their eating habits, on the other hand, assumed to know someone who has already developed health problems or eating disorders in search of an ideal weight considered. Related to the exposure and eroticism female, the results correspond to the literary survey, meaning that most believe to be excessive.

Keywords: Media Influence. Lifestyle. Female Behavior.

INTRODUÇÃO

Para Coll, Amorim e Hallal (2010), a mídia é atualmente uma importante ferramenta de transmissão de informação à população, além de ser capaz de influenciar tanto positivamente quanto negativamente o estilo de vida das pessoas.

A família exerce grande influência sobre o desenvolvimento do indivíduo. É considerada como forte formadora de valores ideológicos, culturais, de identificação efetiva e moral. As estruturas familiares sofrem modificações históricas e sociais. (BOCK; FURTADO; TEIXEIRA, 2002).

Gonçalves, Lago e Borges (2013) afirmam que o modelo da família monogâmica, baseado nos padrões do casamento de duas pessoas, de sexos opostos, constituído sobre um propósito de pai - mãe - prole, genericamente considerado um modelo tradicional, atualmente tem se tornado cada vez mais escasso nos novos contextos familiares.

No entanto, Morassi e Matos (2004) mencionam que é possível estabelecer relações entre as mudanças ocorridas nos contextos familiares atuais e as influências exercidas pelos meios de comunicação em massa, particularmente a TV, visto que a mesma tem ocupado grandes espaços nas casas e na vida das pessoas, exercendo a transmissão de interesses econômicos e, principalmente, contribuições para a negação da existência dos demais tipos de culturas, subjetividades e possibilidades de outras realidades.

A mulher que antes exercia o papel do cuidado com a casa e exclusivamente dos filhos, através das mudanças políticas e sociais, hoje tem sido vista principalmente por meio das mídias televisivas como uma figura independente e flexível. Considerando o percurso de uma história de luta e conquistas, a mulher tornou-se pertencente ao mercado de trabalho, ao espaço político, econômico e acadêmico. Estas mudanças reproduzem consequências no interior da família e em suas relações. (MEDEIROS, 2014).

A mesma mulher, que desempenha diferentes papéis como mãe de família, esposa e trabalhadora, precisa desdobrar-se para atender a todas as demandas dadas a ela: é ela quem deve tomar conta da casa, da educação dos filhos, dos cuidados com o marido e, além disso, precisa estar de acordo com os padrões de beleza e sucesso profissional impostos pela mídia.

A história das mulheres não é só delas, é também aquela da família, da criança, do trabalho, da mídia, da literatura (PRIORE; BASSANEZI, 2006).

De acordo com Santos e Santos (2009), a mudança das estruturas familiares são decorrentes de múltiplos fatores, entre eles, a industrialização, o emprego das mídias, as mudanças causadas entre as relações de homens e mulheres, tais como, a extinção da obrigação pela reprodução, alterações nas funções hierárquicas, autonomia por parte das mulheres para obter divórcios.

Outro fator perceptível e decorrente destas mudanças foi o aparecimento das famílias monoparentais. Este modelo familiar é constituído por apenas um genitor

que exerce o papel de pai e mãe, e se responsabiliza pelo papel da educação dos filhos.

É possível estabelecer relações entre as mudanças sociais e as influências exercidas pelos meios de comunicação em massa, principalmente a TV, através das telenovelas. Lopes (2003), afirma que a telenovela brasileira pode ser considerada um dos fenômenos que mais representam a modernidade brasileira.

Na medida em que as telenovelas foram abordando em seus episódios temas atuais, de âmbito público nas suas programações, houve um aumento significativo de interesse por parte dos telespectadores. Conseqüentemente, nas telenovelas veiculadas a partir dos anos 70, nota-se a alteração na retratação dos sentimentos nas relações de amor entre homem e mulher.

Pode-se notar também a maneira como a imagem da mulher e seus ideais, sua estrutura familiar, suas relações amorosas, sua independência e autonomia financeira, foram representadas nas telenovelas; ganhando cada vez mais destaque nas representações de amor e sexualidade, a princípio com as cenas de beijos e posteriormente com imagens associadas ao sexo, desvinculando-se da procriação; fatores estes, que influenciam a construção de novos arranjos familiares, tais como uniões homoafetivas, romances entre mulheres mais velhas e rapazes mais jovens etc. Segundo Lopes (2003, p. 29): “A novela parece configurar-se como uma linha de força na construção de uma sociedade multicultural no Brasil”. Desta forma, podemos dizer que os telespectadores se sentem participantes das novelas e de certa forma interiorizam os conteúdos transmitidos a sua realidade.

Paralelamente, também é possível estabelecer relações entre as influências exercidas pelos meios de comunicação em massa e os hábitos alimentares, e a tirania do corpo perfeito presentes em nossa cultura impostas, principalmente, às mulheres.

Atualmente é preocupante as influências culturais sobre a saúde mental e física das pessoas.

O comportamento alimentar é um fenômeno complexo, que vai além do ato de comer, podendo ainda relacionar a ingestão de alimentos, a estímulos internos e externos, considerando fatores orgânicos, psicológicos e sociais. Assim, pode-se dizer que o ato de comer vai além do valor nutritivo e as características sensoriais do alimento, pois possui motivações ocultas relacionadas às carências psicológicas e

às vivências emotivas e conflituosas do indivíduo que independem da fome. (SOUTO; FERRO-BUCHER, 2006).

Com o passar dos anos os padrões de beleza feminino mudaram, alguns fatores contribuíram para isso, como o arsenal industrial da sociedade de consumo, academias de musculação, suplementos nutricionais, revistas sobre boa forma e saúde, regimes e cirurgias plásticas.

Segundo Serra e Santos (2003), os meios de comunicação produzem notícias, representações e expectativas nos indivíduos com propagandas em que de um lado estimulam o uso de produtos dietéticos e práticas alimentares para emagrecimento e, de outro instigam ao consumo de lanches tipo *fastfood*.

A obsessão pelo corpo perfeito denuncia um direcionamento da felicidade, ou seja, as pessoas, especialmente o público jovem e feminino, acreditam que o bem estar físico e mental só seria alcançado se tivessem seios perfeitos ou baixas taxas de gordura corporal. Isso porque, associada ao padrão do corpo magro, estão às mensagens de sucesso, controle, aceitação, conquistas e estabilidade. Assim, a mulher acredita que com o corpo magro alcançará todas essas qualidades.

Serra e Santos (2003), ainda afirmam que hábitos e práticas alimentares são construídos baseados em determinações socioculturais. Dessa forma, a mídia desempenha um papel estruturador na construção e desconstrução de procedimentos alimentares.

Segundo Ballone (2008), é possível observar alguns reflexos da submissão ao corpo perfeito, tais como a anorexia e a bulimia mais comuns às mulheres. Porém, ainda se pode citar outros reflexos psíquicos não tão patológicos que também fazem parte da obsessão pelo corpo, como a privação de contatos sociais, complexos de inferioridade, submissão aos “tratamentos milagrosos”, retraimento no contato com o sexo oposto, consumo de medicamentos com severos efeitos colaterais, etc.

O autor ainda define que a anorexia nervosa é um transtorno emocional que consiste numa perda de peso derivada de um intenso temor a obesidade. Já a bulimia nervosa é um transtorno mental que se caracteriza por episódios repetidos de ingestão excessiva de alimentos num curto espaço de tempo, seguido por uma preocupação exagerada sobre o controle do peso corporal, preocupação esta que leva a pessoa a adotar condutas inadequadas e perigosas para sua saúde, como por exemplo, o vômito frequente e o uso abusivo de laxantes e diuréticos.

Há também o problema imposto às pessoas com sobrepeso, e dois agravantes distintos à que elas são submetidas, uma é a influência recriminadora e de exclusão social e a outra, é a que estimula a manutenção e o próprio desenvolvimento da obesidade.

De acordo com Ballone (2008), sobre a autoimagem e dismorfia corporal, destacam a dismorfia como um termo usado para designar a discrepância ou diferença entre aquilo que a pessoa acredita ser (em termos de imagem corporal) e aquilo que realmente é. Na qual a crença de estar gordo tem características delirantes, ou seja, são irremovíveis pela argumentação lógica.

Mesmo que haja hipóteses biológicas para o transtorno dismórfico corporal, como por exemplo, eventuais alterações nos níveis de serotonina e outros neurotransmissores cerebrais, não há dúvidas de que os fatores sócio-culturais e educativos têm uma grande influência em sua incidência (BALLONE, 2008). Romper estereótipos culturais não consiste num processo simples, uma vez que as pessoas são catalogadas e classificadas culturalmente.

Outro fator perceptível no processo de influência das mídias é a erotização da mulher. Pode-se dizer que a sexualidade passou por várias modificações até os dias atuais, proporcionando as mulheres um espaço diferenciado ao longo desse processo, possivelmente por meio da revolução sexual que exigia a igualdade sexual entre homens e mulheres. Nesse contexto, os meios de comunicação foram os principais difusores dessa igualdade, entretanto, esse assunto ainda é muito polêmico. (MARGON; BERTOLDI, 2012).

De acordo com Fischer (2001), a exploração da sexualidade feminina vai além dos programas de auditórios, e essa exposição faz com que tudo se pareça mais autêntico e verdadeiro. A autora ainda ressalta o fato da mídia ser um construtor de conceitos e um produtor de sujeitos.

Segundo Furlani (2009) as mídias com suas propagandas exibicionistas pressupõem o certo e o errado a respeito da sexualidade feminina, ela nos remete a pensar, agir e vivenciar sobre o assunto.

Morassi e Matos (2004) referem que a TV tem o poder de recriar e criar novas realidades, evidenciando a erotização feminina. Os autores salientam que os programas de auditório, em que as mulheres exibem o corpo, são uma produção e fabricação de mulheres sedutoras e erotizadas.

De acordo com Nassif (2009), a mídia torna massacrante a exposição sucessiva do corpo feminino, que cada vez mais aumenta a potência da erotização através de submissão, para a autora isso pode ser a explicação para a superficialidade nas relações sociais e familiares.

Diante disso, esta pesquisa busca verificar alguns fatores que podem ser influenciáveis no comportamento feminino, dentre eles, o contexto familiar e sua formação, os hábitos alimentares e distúrbios associados e a exposição da mulher vinculada à sua erotização.

MATERIAL E MÉTODO

Foi realizado um estudo descritivo quantitativo com alunas universitárias do curso de Direito das Faculdades Integradas de Ourinhos, fizeram parte da amostra 31 universitárias do primeiro e nono termo.

Tendo em vista a inexistência de instrumentos validados para a avaliação e verificação da influência da mídia sobre o estilo de vida e comportamento feminino, utilizou-se um questionário desenvolvido pelas autoras. O questionário continha 13 questões fechadas, com objetivo de verificar a percepção das estudantes sobre a influência da mídia no comportamento. Não houve uma seleção entre as estudantes, as mesmas foram orientadas sobre a pesquisa e convidadas a responder aos questionários. A coleta ocorreu após a autorização dos coordenadores dos cursos participantes e após as alunas assinarem um termo de consentimento livre e esclarecido.

Para a análise dos resultados, optou-se pela utilização de gráficos de coluna, método estatístico não probabilístico.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Das 31 participantes, constatou-se que 23% são do nono termo e 77% do primeiro termo, do curso de Direito.

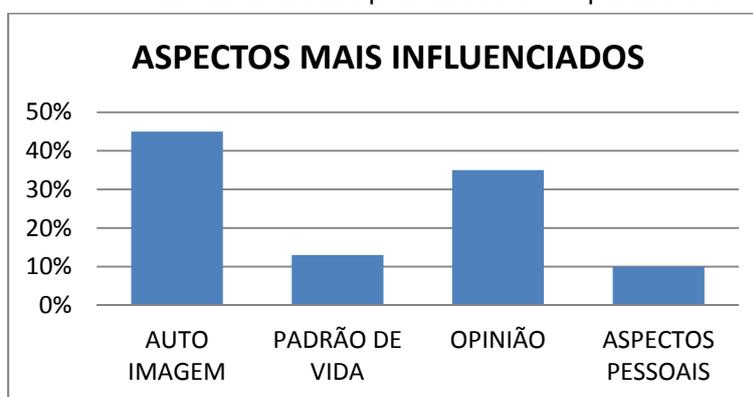
Com relação a idade, constatou-se que 65% da amostra foi composta por acadêmicas com idades entre 17 a 20 anos, 26% de 21 a 25 anos, 6% de 26 a 30 anos e acima de 30 anos apenas 3% das acadêmicas. Quanto ao gênero, optamos pelo público feminino visto que nosso objetivo era verificar a influência da mídia no comportamento deste. Quanto à religião, verificou-se que maioria, ou seja, 71% são

católicas, 16% evangélicas, 10% não tem religião e 3% não responderam.

Quando perguntado quanto ao meio de comunicação utilizado com maior frequência verificou-se que 97% utilizam a internet enquanto apenas 3% utilizam a televisão.

Conforme questionado sobre a influência da mídia no comportamento, 39% responderam que não são influenciadas, enquanto que 61% responderam sofrer influência, ainda questionadas em quais aspectos pessoais eram mais influenciadas, 45% responderam autoimagem, 35% opinião, 10% padrão de vida e 10% aspectos pessoais. (Dados ilustrados na figura 1).

Figura 1. Distribuição dos dados obtidos quanto aos aspectos mais influenciados pela mídia no comportamento.



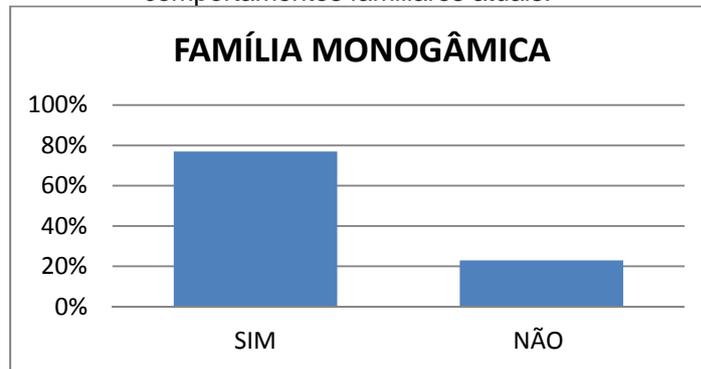
À respeito do conceito de família monogâmica (constituído por pai-mãe-prole), foi questionado se este modelo de estrutura familiar é considerado ideal para construção de valores e ideais para o sujeito, 52% afirmaram que sim, enquanto 48% afirmaram que não. De acordo com as ideias de Gonçalves, Lago e Borges (2013), esse modelo de estrutura familiar tem se tornado cada vez mais escasso nos novos contextos familiares, entretanto, foi possível perceber que a maioria das pessoas consideram este modelo, considerado tradicional, ideal para a construção de valores e ideais para o sujeito.

Quando questionadas se o modelo de estrutura familiar apresentado atualmente pela mídia influencia os comportamentos familiares, obtivemos os seguintes resultados, 77% acreditam que sim, enquanto que 23% acreditam que não. (Figura 2).

Para Lopes (2003), os conteúdos transmitidos nos meios de comunicação em massa, em especial nas telenovelas, exercem influências sobre os comportamentos

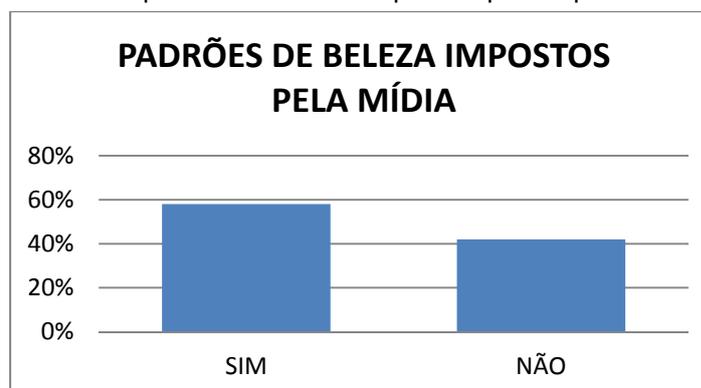
familiares, sendo que os telespectadores de certa maneira interiorizam os conteúdos transmitidos à sua realidade.

Figura 2. Distribuição dos dados obtidos a respeito dos modelos de estrutura familiar apresentados pela mídia e sua influência sobre os comportamentos familiares atuais.



Quando questionadas sobre os padrões de beleza e de peso exibidos pela mídia, 58% das entrevistadas se consideram no peso ideal, enquanto que 42% não se consideram. Souto e Ferro-Bucher (2006), afirmam que com o passar dos anos os padrões de beleza mudam, alguns conceitos contribuem para isso, como o arsenal da sociedade de consumo, academias de ginástica, revistas sobre boa forma e saúde, regimes e cirurgias plásticas. (Figura 3).

Figura 3. Distribuição dos dados obtidos a respeito da concepção de peso ideal com relação aos padrões de beleza e peso impostos pela mídia.

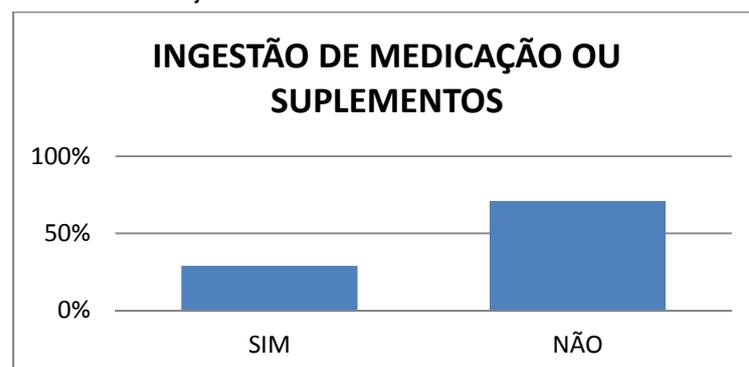


Ainda com relação aos padrões de beleza e peso impostos pela mídia, perguntamos se já haviam seguido alguma dieta sob influência da mídia e sem a orientação de um profissional capacitado, 48% responderam que sim, enquanto que

52% responderam que não. O alto índice de pessoas que afirmaram ter feito o uso de dietas sem orientação de um profissional capacitado, justificam o que Serra e Santos (2003) afirmam, que os meios de comunicação produzem representações e expectativas nos indivíduos os estimulando ao uso de produtos dietéticos e práticas alimentares para emagrecimento e, por outro lado também instigam ao consumo de lanches tipo *fastfood*.

Quando perguntadas a respeito do uso de medicação (remédios para emagrecimento, inibidores de apetite, etc.) ou suplementação (suplementos para aumento de peso, para melhoras no desempenho físico, etc.) com o objetivo estético, obtivemos o seguinte resultado, 71% afirmaram que não e 29% afirmaram que sim (Figura 4). Nessa pergunta a maioria afirmou não ter feito uso de medicação ou suplementação com o fim estético, no entanto, Serra e Santos (2003), dizem que a obsessão pelo corpo considerado ideal denuncia um direcionamento da felicidade, ou seja, as pessoas acreditam que o bem estar só seria alcançado se tivessem corpos considerados perfeitos segundo os conceitos sócio culturais, isso porque, associada ao padrão ideal de corpo, estão às mensagens de sucesso.

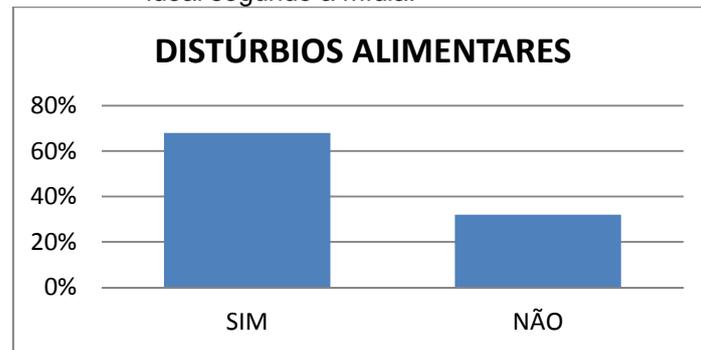
Figura 4. Distribuição dos dados obtidos a respeito do uso de medicamentos ou suplementação ingeridas com objetivo estético.



Questionadas se conhecem alguém que tenha desenvolvido distúrbios alimentares ou problemas de saúde através de dietas e/ou restrições alimentares em busca de um peso considerado ideal, 68% responderam que sim e 32% não. (Figura 5). Estes resultados comprovam o que diz Ballone (2008) a respeito da submissão ao corpo perfeito, podemos citar alguns reflexos, como a anorexia e a bulimia, e ainda citar outros reflexos psíquicos não tão patológicos, mas que também fazem

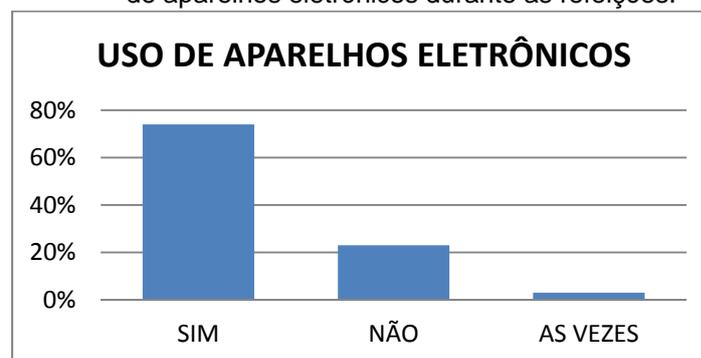
parte da obsessão pelo corpo, como a privação de contatos sociais, complexos de inferioridade, submissão aos “tratamentos milagrosos”, retraimento no contato com o sexo oposto, consumo de medicamentos com severos efeitos colaterais, etc.

Figura 5: Distribuição dos dados obtidos a respeito de distúrbios alimentares e problemas de saúde adquiridos em busca de um peso considerado ideal segundo a mídia.



Perguntamos se faziam refeições ao mesmo tempo em que utilizam aparelhos eletrônicos ou assistem televisão, e os dados obtidos foram 74% disseram que sim, 23% disseram que não e 3% as vezes. (Dados ilustrados na figura 6).

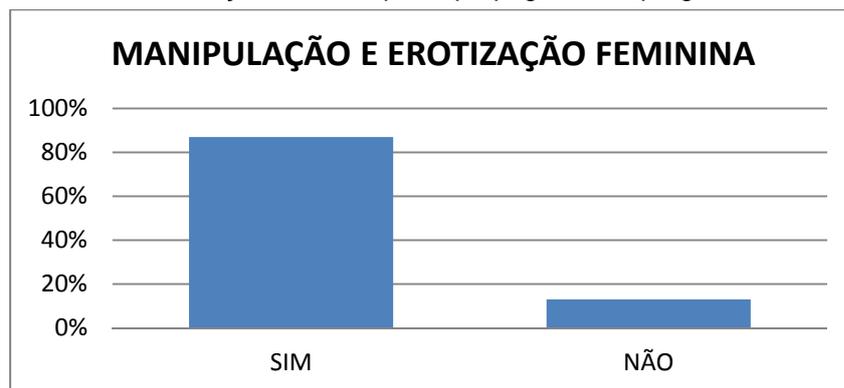
Figura 6. Distribuição dos dados obtidos a respeito do uso de aparelhos eletrônicos durante as refeições.



Questionadas sobre a influência da mídia em seus hábitos alimentares, 35% acreditam que são influenciadas, enquanto 65% acreditam não ser influenciadas. Apesar dos dados contrapor o que afirmam Serra e Santos (2003), hábitos e práticas alimentares são construídos e estruturados através de determinações socioculturais, onde a mídia desempenha um papel estruturador na construção e desconstrução de procedimentos e práticas alimentares. E essas práticas alimentares, por sua vez, baseiam-se num padrão estético de corpo ideal.

Quando perguntado se seguem ou acreditam em um padrão de beleza estereotipado pela mídia, 29% disseram que sim, 68% disseram que não e 3% responderam que não sabiam. De acordo com Morassi e Matos (2004) a tv torna a erotização feminina cada vez mais evidente, isso foi comprovado na figura 7. Perguntamos se as propagandas e programas de TV são manipuladores e reforçam a erotização feminina, 87% disseram que sim e 13% disseram que não.

Figura 7: Distribuição dos dados obtidos a respeito da manipulação e erotização feminina pelas propagandas e programas de TV.



Na última questão, afirmamos que o sexo feminino tinha sua imagem utilizada com grande frequência pela mídia, questionamos se consideravam essa exposição excessiva e necessária. Diante dessa questão, houveram alguns questionamentos, pois 19% consideraram a exposição excessiva, mas não necessária, 58% disseram que não e 23% disseram que sim.

CONCLUSÕES

Estudos que serviram de base para esta pesquisa demonstram que a mídia exerce influência sobre aspectos do comportamento, desde fatores internos ao indivíduo, como aspectos pessoais e subjetividade, como fatores externos ao indivíduo, como conceitos e estrutura familiar e ambiente social.

Estamos sujeitos às determinações impostas pela mídia, que constrói e reconstrói padrões e conceitos continuamente, e quando se tratam do público feminino, as exigências quanto aos padrões sócio culturais impostos são ainda maiores.

Conclui-se que, com relação ao contexto familiar e a erotização da mulher a mídia exerce influência. Contudo, não foram encontradas evidências de influência nos hábitos alimentares.

REFERÊNCIAS

- BALLONE, G. J. **A tirania do corpo perfeito**. PsiqWeb, 2008. Disponível em: <<http://www.psiqweb.med.br/>>. Acesso em: 23 abr. 2015.
- BALLONE, G. J. **Transtorno dismórfico corporal e muscular**. PsiqWeb, 2008. Disponível em: <<http://www.psiqweb.med.br/>>. Acesso em: 23 abr. 2015.
- BOCK, A. M.; FURTADO, O.; TEIXEIRA, M. L. **Psicologias**: Uma introdução ao estudo de psicologia. 13. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.
- COLL, C. V.; AMORIM, T. C.; HALLAL, P. C. Percepção de adolescentes e adultos referente à influência da mídia sobre o estilo de vida. **Revista Brasileira de Atividade Física e Saúde**, Pelotas, v. 15, n. 2, p. 105-109, 2010.
- FISCHER, B.M.R. **Mídia e educação da mulher**: uma discussão teórica sobre modos de enunciar o feminino na TV, ano 9, 2001, 2º semestre.
- FURLANI, J. Representações da mulher e do feminino na mídia impressa brasileira: desconstruindo significados na educação sexual. **Sexualidade**. Curitiba, 2009.
- GONÇALVES, E.; LAGO, M.; BORGES, O. Conceito tradicional de família não explica o conceito atual. **Jornal UFG**. n. 64, nov./dez. 2013.
- GONZÁLEZ, C: Bahia põe 3 gerações de rebolado nas ruas. **Folha de São Paulo**, Salvador, 15 de fevereiro de 1998.
- GUERREIRO, G. **A trama dos tambores**: a música afro-pop de Salvador. São Paulo: 34, 2000.
- LOPES, M. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Comunicação & Educação**. São Paulo, v. 9, n. 26, p.17- 34, jan./abr. 2003.
- MARGON, C.; SANTOS, B.R. A erotização na televisão brasileira: o caso da abertura da telenovela Mulheres de Areia. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 17, 2012, Ouro Preto. **Anais...** Minas Gerais. p. 2-7.
- MEDEIROS, L. Jogos discursivos e redes de memória na mídia: a mulher, o trabalho e a família. In: CONGRESO INTERNACIONAL ASOCIACIÓN DE LINGÜÍSTICA Y FILOLOGÍA DE AMÉRICA LATINA, 17, 2014, Paraíba. **Anais...** Paraíba: Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, 2014. p.13.
- MORASSI, M.; MATOS, S. Erotização precoce e violência nos canais abertos da televisão brasileira. Guaíba: Ulbra, 2004.

NASSIF, M. F. Contra a exploração da imagem da mulher, do homem, da criança e do adolescente na publicidade. In: SEMINÁRIO PREPARATÓRIO PARA A CONFERENCIA NACIONAL DE COMUNICAÇÃO: CONTRIBUIÇÕES DA PSICOLOGIA, 2009. **Anais...** Brasília: CFP. p. 97-104.

PRIORE, M. D.; BASSANEZI, C. **História das mulheres no Brasil**. 8. ed. São Paulo: Contexto, 2006.

SANTOS, J.; SANTOS, M. Família monoparental brasileira. **Revista Jurídica**, Brasília, v. 10, n. 92, p. 01-30, out. 2008 a jan. 2009.

SERRA, G. M.; SANTOS, E. M. **Saúde e mídia na construção da obesidade e do corpo perfeito**. PsiquWeb, 2003. Disponível em: <<http://www.psiqweb.med.br/>>. Acesso em: 23 abr. 2015.

SOUTO, S.; FERRO-BUCHER, J. S. Práticas indiscriminadas de dietas de emagrecimento e o desenvolvimento de transtornos alimentares. **Rev. Nutr.**, Campinas, v. 19, n. 6, p. 693-704, nov./dez. 2006.