

A REPRESENTAÇÃO DO IDEAL FEMININO NAS REVISTAS ADOLESCENTES



Exclusivo!

Um estudo de
representatividade
na revista *Todateen*

Trabalho de Conclusão de
Curso
Relações Públicas
ECA USP / 2019

Autora: Laura Napolitano
Sant'Ana
Orientadora: Profª Drª Valéria
de Siqueira Castro Lopes.

JUNHO 2019 | ECA USP |
RELAÇÕES PÚBLICAS

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PROPAGANDA E TURISMO

LAURA NAPOLITANO SANT'ANA

**A representação do ideal feminino nas revistas adolescentes:
um estudo de representatividade na revista *Todateen***

São Paulo
2019

LAURA NAPOLITANO SANT'ANA

**A representação do ideal feminino nas revistas adolescentes:
um estudo de representatividade na revista *Todateen***

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas ao Departamento de Relações Públicas, Publicidade e Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

Orientação: Prof.^a Dr.^a Valéria de Siqueira Castro Lopes.

São Paulo
2019

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados inseridos pelo(a) autor(a)

Sant'Ana, Laura Napolitano
A representação do ideal feminino nas revistas
adolescentes: um estudo de representatividade na revista
Todateen / Laura Napolitano Sant'Ana ; orientadora, Valéria
de Siqueira Castro Lopes. -- São Paulo, 2019.
116 p.: il.

Trabalho de Conclusão de Curso - Departamento de Relações
Públicas, Propaganda e Turismo/Escola de Comunicações e
Artes / Universidade de São Paulo.
Bibliografia
Versão corrigida

1. Representatividade 2. Comunicação das revistas teen I.
de Siqueira Castro Lopes, Valéria II. Título.

CDD 21.ed. - 659.2

Elaborado por Sarah Lorenzon Ferreira - CRB-8/6888

LAURA NAPOLITANO SANT'ANA

**A representação do ideal feminino nas revistas adolescentes:
um estudo de representatividade na revista *Todateen***

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas ao Departamento de Relações Públicas, Publicidade e Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

Data de aprovação: ___/___/_____

MEMBROS COMPONENTES DA BANCA EXAMINADORA:

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Valéria de Siqueira Castro Lopes

Membro Titular

Membro Titular

Local: Universidade de São Paulo — Escola de Comunicações e Artes

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Tereza e Guaracy, por todo o suporte e apoio durante estes anos. Por nunca terem duvidado do meu potencial, mesmo quando nem eu mesma acreditava mais. Por me fornecerem uma base rica em respeito, carinho e força. Obrigada por todos os ensinamentos e pelo amor incondicional a cada passo que dou.

Ao meu irmão, Pedro, pelo companheirismo, carinho, parceria e pelas perspectivas diferentes. Conviver com você enriquece o meu viver. Obrigada também aos meus irmãos Fábio e Luana, que mesmo não desfrutando do mesmo convívio diário contribuem tanto para a minha formação como irmã, mulher e profissional. Obrigada pelo carinho, eu não tenho palavras para vocês três.

Aos amigos que carrego há mais tempo do que consigo recordar, que cresceram comigo e me lembram todos os dias da minha essência e de onde eu vim. Carrego vocês comigo em todos os lugares.

Aos amigos que a Universidade de São Paulo me trouxe durante a graduação. Me faltam palavras para descrever toda a parceria e cumplicidade compartilhada durante estes anos de descoberta e evolução. Aos irmãos de ECA Júnior, às amigas feitas na matrícula que viraram irmãs ao longo dos anos, às pessoas que vieram e foram, e que, de alguma forma, contribuíram para o meu ser.

Ao meu namorado, Marcos Kendi, que a ECA me trouxe de presente. Obrigada por todo o amor, todo o respeito, paciência e cumplicidade ao longo desses anos. Obrigada por acreditar nos meus sonhos e me permitir crescer tanto sozinha quanto com você.

Aos profissionais que passaram pela minha vida e me ajudaram a evoluir. Aos meus professores, chefes, colegas de trabalho, psicóloga e demais pessoas que me ajudaram nessa trajetória de autoconhecimento.

À Escola de Comunicações e Artes, a tão amada ECA, que de sonho virou realidade e que me acolheu com tanto carinho e compreensão. Obrigada por ter me ensinado tanto, me feito questionar tanto e por ter me mudado tanto. Foi incrível.

À minha orientadora, Prof. Valéria Castro, pela atenção, preocupação, paciência e dedicação em cada etapa deste processo. Obrigada pela inspiração e pelos infinitos ensinamentos, passados de forma tão leve.

Às experiências que vivi até aqui, aos estágios, trabalhos, projetos sociais e viagens, que contribuíram para ampliar as minhas perspectivas e me ajudaram a entender que quem faz o meu lugar no mundo sou eu mesma.

E, por fim, a todas as pessoas que, de algum modo, cruzaram o meu caminho e me tocaram com suas histórias de autoconhecimento, superação e amor-próprio, fonte inspiradora deste trabalho.

RESUMO

SANT'ANA, Laura Napolitano. **A representação do ideal feminino nas revistas adolescentes**: um estudo de representatividade na revista *Todateen*. 2019. 116f. Dissertação (Bacharelado em Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas). Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

Os grandes meios de comunicação de massa possuem um papel central na formação de pontos de vista, conceitos e opiniões daqueles que os acessam. Com caráter exploratório, esse estudo busca analisar exemplares da revista *Todateen* e compreender seu papel formador de leitoras, os recursos comunicacionais que utiliza para tal e, por fim, entender e traçar qual é o ideal feminino trabalhado por esse tipo de revista e seus possíveis impactos nas leitoras consumidoras desse conteúdo. Tomando como base textos teóricos, pesquisas e entrevistas em profundidade e com a finalidade de levantar hipóteses a partir das análises aqui feitas, este estudo será baseado em dez exemplares da *Todateen* de 2018 e nos esforços comunicacionais nelas presentes.

Palavras-chave: Comunicação de Massa; Revistas; Adolescentes; *Todateen*; Feminino; Comunicação; Linguagem; Autoestima; Representatividade.

ABSTRACT

SANT'ANA, Laura Napolitano. **The representation of the feminine ideal in teen magazines:** a study of representativeness in the *Todateen* magazine. 2019. 116f. Dissertation (Bachelor Degree in Social Communication with Habilitation in Public Relations). School of Communications and Arts, University of São Paulo, São Paulo, 2019.

The mass media has a central role in shaping the points of view, concepts and opinions of those who access them. With an exploratory character, this study aims to analyze editions of the *Todateen* magazine and to understand its role as a reader influencer, the communicational resources that it uses, and finally, to understand and to trace the feminine ideal exposed by this kind of magazine and the possible impacts on its consumers. Based on theoretical texts, researches and in-depth interviews and with the purpose of raising hypotheses from the analysis made here, this study will be based on ten copies of *Todateen* from 2018 and its communication efforts.

Keywords: Mass Media; Magazines; Teens; *Todateen*; Feminine; Communication; Language; Self-esteem; Representativeness.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 — The Genderbread Person.....	23
Figura 2 — Página 43, edição 266, janeiro de 2018.....	27
Figura 3 — Página 44, edição 266, janeiro de 2018.....	28
Figura 4 — Página 45, edição 266, janeiro de 2018.....	29
Figura 5 — Página 46, edição 267, fevereiro de 2018	30
Figura 6 — Página 47, edição 267, fevereiro de 2018	31
Figura 7 — Página 52, edição 268, março de 2018.....	32
Figura 8 — Página 53, edição 268, março de 2018.....	33
Figura 9 — Página 46, edição 269, abril de 2018	34
Figura 10 — Página 47, edição 269, abril de 2018	35
Figura 11 — Página 40, edição 270, maio de 2018.....	36
Figura 12 — Página 41, edição 270, maio de 2018.....	37
Figura 13 — Página 42, edição 271, junho de 2018.....	38
Figura 14 — Página 43, edição 271, junho de 2018.....	39
Figura 15 — Página 48, edição 272, julho de 2018	40
Figura 16 — Página 49, edição 272, julho de 2018	41
Figura 17 — Página 52, edição 273, agosto de 2018	42
Figura 18 — Página 53, edição 273, agosto de 2018	43
Figura 19 — Página 42, edição 274, setembro de 2018.....	44
Figura 20 — Página 43, edição 274, setembro de 2018.....	45
Figura 21 — Página 44, edição 274, setembro de 2018.....	46
Figura 22 — Página 50, edição 275, outubro de 2018	47
Figura 23 — Página 51, edição 275, outubro de 2018	48

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 — Abreviações, símbolos e adaptações.....	52
Tabela 2 — Gírias e expressões	55
Tabelas 3 — Estrangeirismos	56

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 MEIOS DE COMUNICAÇÃO COMO INFLUENCIADORES DE OPINIÕES	13
3 A IMPORTÂNCIA DA REPRESENTATIVIDADE E O FEMININO TRABALHADO	18
3.1. Por que importa?	18
3.2. De que feminino estamos falando?	21
4 UM ESTUDO DE CASO: A REVISTA <i>TODATEEN</i>.....	25
4.1. A revista.....	25
4.2. Recorte analisado.....	26
4.3. Temática abordada.....	49
4.4. Recursos linguísticos/visuais	50
<i>4.4.1. O internetês e as variações linguísticas</i>	<i>52</i>
<i>4.4.2. Gírias e expressões.....</i>	<i>54</i>
<i>4.4.3. Injunções e interpelações</i>	<i>57</i>
<i>4.4.4. Imagens e ilustrações</i>	<i>59</i>
4.5. Sexoleto	60
4.6. O ideal feminino representado	61
5 O REFLEXO NAS ADOLESCENTES	63
5.1. Conversando com elas	63
5.2. E o que elas falaram?	64
<i>5.2.1. Perfil da amostra</i>	<i>64</i>
<i>5.2.2. A relação com as revistas</i>	<i>65</i>
<i>5.2.3. Consumo de conteúdo.....</i>	<i>68</i>
<i>5.2.4. Representatividade</i>	<i>69</i>
5.3. Conclusão da pesquisa.....	78
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	82
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	80
APÊNDICE A — Entrevista transcrita de Maria Eduarda	84
APÊNDICE B — Entrevista transcrita de Juliana	88
APÊNDICE C — Entrevista transcrita de Julia	92
APÊNDICE D — Entrevista transcrita de Lisandra	95

APÊNDICE E — Entrevista transcrita de Maria	99
ANEXO I — Edição 266, janeiro de 2018	103
ANEXO II — Edição 267, fevereiro de 2018.....	104
ANEXO III — Edição 268, março de 2018	105
ANEXO IV — Edição 269, abril de 2018	106
ANEXO V — Edição 270, maio de 2018.....	107
ANEXO VI — Edição 271, junho de 2018.....	108
ANEXO VII — Edição 272, julho de 2018	109
ANEXO VIII — Edição 273, agosto de 2018.....	110
ANEXO IX — Edição 274, setembro de 2018.....	111
ANEXO X — Edição 275, outubro de 2018	112
ANEXO XI — Termo de Consentimento Maria Eduarda	113
ANEXO XII — Termo de Consentimento Lisandra.....	114
ANEXO XIII — Termo de Consentimento Julia	115
ANEXO XIV — Termo de Consentimento Juliana	116

1 INTRODUÇÃO

Foram noites intermináveis de matérias e testes das revistas com minhas amigas para entender como conquistar o menino que eu gostava, qual roupa eu deveria usar e como praticar para que o meu primeiro beijo fosse perfeito, igual àqueles descritos pelas leitoras. As revistas adolescentes, por muitos anos, foram meus guias e fonte de verdade para as primeiras decisões de vida e tiveram papel fundamental nas fases iniciais de construção da mulher que hoje eu sou. Tendo isso em vista, é importante ressaltar o papel e a função que não somente as revistas, mas também os grandes meios de comunicação desempenham e quais são os possíveis impactos disso.

Já é sabido que os meios de comunicação de massa possuem forte poder influenciador na formação de gostos, comportamentos e identidades de seus leitores e consumidores. Atentar-se à comunicação e ao conteúdo trazido por eles é de extrema importância, uma vez que existe a necessidade de sermos cada vez mais críticos com aquilo que pode influenciar nossa visão de mundo.

Visando um melhor direcionamento da discussão, tem-se aqui como estudo de caso a revista *Todateen*, junto a uma análise de seu papel social, da comunicação e do discurso usado nas últimas dez edições impressas de 2018, do ideal feminino construído e representado e um levantamento dos possíveis impactos desse quadro geral. Ou seja, busca-se entender aqui quais são os elementos usados para que haja a aproximação com as leitoras, como isso é feito e quais as possíveis consequências de tais usos.

Entre os possíveis impactos, busca-se explorar aqui o fato de que o ideal feminino construído e representado na revista *Todateen* é limitado e não explora a mulher/menina em sua multiplicidade. Tal representação limitada pode resultar em desmotivação e desânimo nas leitoras, por pregar um ideal inalcançável ou, muitas vezes, distante da realidade de muitas.

Tornou-se necessária essa análise na medida em que a mesma pode vir a contribuir para um fortalecimento do pensamento crítico acerca do conteúdo e do discurso que é trazido para as meninas adolescentes leitoras, fazendo-as refletir sobre questões como representatividade e espaços de gênero e, conseqüentemente, abrindo espaço para novas visões e possibilidades de atuação que vão além daquelas trazidas pelas revistas *teen*.

Para o desenvolvimento do presente trabalho, foi realizada uma pesquisa bibliográfica em publicações de sites e revistas, livros de autores acerca do poder das mídias, representatividade, construção de gênero e discurso, redes sociais e sites da *Todateen*, entre

outros. Por fim, foram realizadas cinco entrevistas em profundidade com meninas leitoras de revistas adolescentes.

O presente trabalho de conclusão de curso estrutura-se em quatro capítulos. O primeiro trata do poder dos meios de comunicação, passando pela opinião pública e pelo mito da neutralidade do discurso e aprofundando nas revistas e na sua trajetória no Brasil. Logo em seguida, o segundo capítulo busca explorar questões como representatividade e sua importância, principalmente no período da adolescência. Ainda dentro dele, busca-se especificar o feminino que será trabalhado ao longo da monografia. Visando aprofundar a análise, o terceiro capítulo traz o estudo de caso e os recursos discursivos e visuais utilizados no recorte selecionado da *Todateen*. Por fim, o quarto e último capítulo traz as entrevistas em profundidade com leitoras de revistas adolescentes e o levantamento de possíveis impactos.

Partindo de uma experiência particular e buscando explorar e problematizar como essa relação entre as revistas adolescentes e suas leitoras se deu e se dá, este estudo possui caráter exploratório e tem o propósito de levantar hipóteses que podem vir a ser testadas depois, acerca das consequências e dos impactos dos discursos utilizados nas revistas.

2 MEIOS DE COMUNICAÇÃO COMO INFLUENCIADORES DE OPINIÕES

Para iniciar a discussão, acredito ser importante, desde já, fazer uma diferenciação entre canais, meios e veículos. O termo “canal” faz referência a como a mensagem será passada para o seu público e quais as características desse espaço, como canais impressos ou canais eletrônicos. Já quando falamos em meios de comunicação, estamos especificando e detalhando um pouco mais, traçando uma subdivisão dentro dos canais. Por exemplo, dentro do canal impresso temos como meios os jornais, os *flyers*, revistas, entre outros. Sendo assim, uma organização pode optar por concentrar os esforços comunicacionais em um canal específico e, ainda assim, trabalhar comunicações de formatos diferentes para meios distintos dentro dele.

Por fim, quando falamos de veículo, exploramos mais uma camada do funil de comunicação. Se o canal pode ser impresso e o meio uma revista, a revista *Veja*, por exemplo, é um veículo. O veículo, sendo o termo mais específico dos três aqui trazidos, representa as organizações/fontes que estão divulgando suas mensagens dentro de seu meio específico.

Neste estudo em questão, serão feitas análises acerca dos meios de comunicação de massa e, posteriormente, do veículo revista *Todateen*. Maria Cristina Strocchi (2007) traz o conceito de comunicação de massa como aquela que é dirigida a uma massa de pessoas heterogêneas, de maneira monodirecional (de um para todos) e em grande escala, superando a barreira física entre fonte e emissor. Em geral, os meios de comunicação de massa são aqueles usados na transmissão de mensagens a um grande número de receptores. Nas relações sociais de comunicação, os meios de comunicação de massa mais comuns são os jornais e revistas, o rádio, a televisão e a Internet — que, segundo a autora, foram todos meios de escalar e baratear a comunicação.

Os meios de comunicação estão cada vez mais onipresentes no cotidiano e nas relações humanas. Intrínseca a essa comunicação está a transmissão de modelos de comportamento, culturas, ideologias e visões de mundo que acabam influenciando seus receptores. Ao selecionarmos uma forma de consumir conteúdo, é muito difícil separarmos o fato de que o que vemos, lemos e escutamos acaba nos colocando em uma determinada categoria não somente de consumo, mas também de comportamento.

José Luiz Fiorin (2012) traz o fato de que em toda comunicação, ou seja, em todo discurso, não há objetividade nem neutralidade. Mesmo quando o enunciador cria um efeito de objetividade, é evidente que o ponto de vista do sujeito vai estar ali marcado por meio dos substantivos, adjetivos e demais recursos usados. A fim de explorar mais esse ponto, Adilson Citelli (2002) também fala sobre o “conhecido mito da neutralidade jornalística” (2002, p. 5).

Ele narra um acontecimento com uma famosa revista americana chamada *Newsweek*, que dizia ser responsável por informar, e não persuadir. No entanto, o fato de afirmar tal questão nos remete à ideia de que o veículo em questão é honesto, diferente dos demais no mercado, o que nos leva a confiar nele. Sendo assim, de maneira muito sutil e quase impessoal, ao trazer a negação no enunciado, a revista traz ao mesmo tempo uma afirmação que visa persuadir o leitor. Como o autor traz, existem “graus de persuasão: alguns mais ou menos visíveis, outros mais ou menos mascarados. Generalizando um pouco a questão, é possível afirmar que o elemento persuasivo está colado ao discurso como a pele ao corpo. É muito difícil rastreamos organizações discursivas que escapem à persuasão” (CITELLI, 2002, p. 6).

Tendo isso em vista, Citelli (2002) traz o fato de que, por estarem — quase sempre — presentes, os discursos persuasivos, nas suas mais diversas formas (umas mais visíveis que outras), têm o poder de formar, reformar ou conformar pontos de vista dos receptores e perspectivas trazidas pelos emissores. Uma vez que nossos pontos de vista e opiniões são muitas vezes a base para tomarmos ações, os meios que carregam tais discursos têm o poder de formação e modificação de hábitos.

Buscando explorar mais o poder da opinião e dos meios como influenciadores da mesma, é importante entendermos o conceito de opinião pública — desde sua formação até seus impactos. Asa Briggs e Peter Burke (2006) exploram o fato de que, antes mesmo do termo “opinião pública” existir, ela já era amplamente considerada. No século XVI, o pensamento e a visão do povo já eram de interesse dos governos da época, por exemplo. Para o governo, saber da opinião de seu povo significava poder estruturar táticas para suprimi-la, moldá-la ou se apoiar nela.

O surgimento do conceito de “opinião pública”, por sua vez, se deu no final do século XVIII. Nesse período da história, a preocupação com as massas passou a ser ainda mais visível, uma vez que os jornais estavam começando a ajudar o público a moldar uma consciência nacional, contribuindo para o aparecimento da opinião pública, “termo que tem seu primeiro registro em francês por volta de 1750; em inglês, em 1781; e em alemão, em 1793” (BRIGGS; BURKE, 2006, p. 78). Os autores trazem o fato curioso de que, na época, os jornais muitas vezes eram descritos como “máquinas sociais”, com ênfase no seu poder sobre a opinião pública.

Walter Bagehot, editor do *The Economist* durante as décadas de 1840, 1850 e 1860, dizia que vivia na época da discussão, acreditando que os jornais e periódicos eram órgãos não somente formadores de opinião, mas também necessários para tornar as discussões e interações sociais possíveis. Segundo os autores Briggs e Burke, Bagehot

[...] era fascinado pelo contexto dentro do qual a comunicação acontecia — ou deixava de acontecer. Para ele, além da dimensão educacional para a disseminação de ideias, havia sempre também uma dimensão social e política. Achava axiomático que, em política, “a forma de governo se torna liberal na proporção exata em que aumenta o poder da opinião pública”. (BRIGGS; BURKE, 2006, p. 201)

Jürgen Habermas, filósofo e sociólogo alemão e membro renomado da Escola de Frankfurt, também trouxe uma grande contribuição nessa área de pesquisa. Habermas (2014) traz não somente a opinião pública, mas também a esfera pública. Se na opinião pública temos a noção de consenso (ideia de massificação das opiniões), na esfera pública temos a ideia de uma arena na qual os debates ocorrem, estimulando a argumentação racional e crítica (parecida com aquela descrita por Bagehot quando fala sobre sua época da discussão).

Sendo assim, a esfera pública representa uma dimensão do social que atua como mediadora entre o Estado e a sociedade, na qual o público se organiza como portador da opinião pública. Se na Grécia Antiga a opinião era expressa por meio da *Ágora*, dos sofistas e do teatro, na Europa industrial os livros, jornais e os espaços de diálogo e socialização assumem esse novo papel. No entanto, para que a opinião pública seja formada, são necessárias liberdade de expressão, reunião e associação, assim como direito e acesso aos meios de comunicação e informação da época. Diante de tal cenário, pode-se imaginar que esse espaço de discussão era ainda muito restrito.

Segundo Habermas (2014), o emergir dessa esfera pública crítica está ligada diretamente ao surgimento do capitalismo e da burguesia europeia. A opinião se tornou uma forma de poder e autoridade, sendo uma importante ferramenta política e social. Existem dois tipos de opiniões, a opinião pública como argumentação racional pública (sendo essa o verdadeiro produto e produtora de debates entre os indivíduos) e a opinião pública manipulativa (sendo essa falsa, que faz o papel de pública, mas na verdade representa interesses de grupos particulares e elitistas). Essa última seria a opinião como alienação.

No entanto, a opinião pública é algo de fato complexo. O escritor Pierre Bourdieu (1973) chegou a dizer, dentro de sua obra, que ela não existe. O autor estudou profundamente os públicos de sua época e conseguiu observar que, embora a opinião pública seja muito bem estruturada quando está estabelecida, ela pode se alterar com extrema facilidade, especialmente quando os meios midiáticos de comunicação trabalham nesse processo, seja a favor ou contra algum posicionamento específico.

Nessa linha, a opinião pública nem sempre é de toda forma pública. Os próprios públicos em si possuem uma opinião, e isso influencia na percepção de diversos órgãos dentro da

sociedade. Logo, um público ter uma opinião sobre uma empresa ou uma marca pode influenciar positiva ou negativamente a atuação da mesma perante o ecossistema em que funciona.

Bourdieu (1973) afirma que não se pode dizer, como a Escola de Frankfurt dizia, que os meios midiáticos de comunicação formam uma opinião, uma vez que a sociedade é complexa e não existe uma relação clara e unidirecional de causa e efeito. No entanto, segundo o autor, é impossível excluir o papel dos meios como influenciadores de opinião. Eles podem não formar, mas são uma variável importante no processo. Isso se dá também pelo fato de que cada pessoa constrói sua opinião e seu ponto de vista com bases diferentes e acessos a meios diferentes. A soma deles resulta em uma posição.

Quando Bourdieu (1973) afirma que, para ele, “a opinião pública não existe”, ele não somente critica a generalização e massificação feitas, mas também faz referência ao mau uso dos dados que por vezes são obtidos por pesquisas de opinião. Por exemplo, o mau uso da opinião pública pelas empresas, que muitas vezes manipulam dados ou mesmo ignoram públicos menos estratégicos a fim de suprir alguma demanda, seja ela mercadológica, seja ela comunicacional — uso que conversa com a opinião pública manipulativa trazida por Habermas (2014).

Com os avanços tecnológicos e uma maior democratização dos meios de comunicação, a pluralidade e a quantidade de informação disponível seguem em ritmo crescente, deixando de ser algo restrito à elite social e passando a influenciar (em graus diferentes) todos aqueles que têm acesso aos meios de comunicação e aos conteúdos neles veiculados.

Tendo esse cenário traçado e buscando afunilar a análise aqui presente, passemos ao universo dos canais impressos, mais especificamente das revistas como meios de comunicação.

A primeira revista brasileira, chamada *As Variedades ou Ensaios de Literatura*, só veio a ser lançada no ano de 1812, em Salvador, e imitava os modelos das revistas estrangeiras. Com um maior envolvimento da elite intelectual, mais revistas passaram a ser produzidas, e em 1827 surgiu o ramo de revistas segmentadas, ou seja, especializadas em um tema ou um gênero, como a *Espelho de Diamantino*, a primeira revista feminina brasileira.

Em 1952, tem-se a publicação da revista *Manchete*, que revolucionou esse mercado, uma vez que trazia mais ilustrações e fotografias. Outro grande marco foi a revista *Realidade*, em 1966, que surgiu para suprir as necessidades de informação das classes A e B, principalmente. Por mais que não tenha resistido à crise e aos demais fatores, a *Realidade* foi inspiração e aprendizado para que seu diretor criasse a *Veja*, revista amplamente vendida até os dias de hoje. Nas décadas de 1950 e 1960, o contexto social de desenvolvimento industrial

propicia o surgimento de revistas segmentadas com mais força. A partir desse momento, diversas publicações começaram a surgir, atendendo a demanda de grupos específicos e passando a ter publicações cada vez mais segmentadas.

Nos anos 70, com a popularização das telenovelas, as revistas começaram a dar espaço também para novidades sobre a vida dos famosos, fatos da televisão e dos artistas. Em alguns casos, a soma dessas matérias chegou a originar revistas exclusivamente para tratar desses temas, como é o caso da *Contigo!*. No entanto, foi o surgimento da revista *Caras*, em 1993, que marcou o segmento de “revistas de celebridades”.

Pensando especificamente nas revistas voltadas ao público feminino, após a *Espelho de Diamantino*, surgiu a *Manequim*, em 1959, que, com um foco em moda, buscava ensinar suas leitoras a produzir vestidos, e a *Cláudia*, em 1961, que tratava e ainda trata de temas diversos de comportamento.

Especificando mais um pouco, quando pensamos nas revistas voltadas ao público feminino adolescente, encontramos a *Pop*, lançada em 1972, a *Revista da Gatinha* (inicialmente lançada em 1952 com o nome de *Capricho* e voltada para o meio das fotonovelas — nome que voltou a usar após uma mudança estratégica para se focar no público adolescente), de 1985, e posteriormente títulos como *Carícia*, *Querida*, *Atrevida* e *Todateen* — que analisaremos mais a fundo adiante.

Com todo esse cenário traçado, é importante lembrar que “a imprensa popular podia estimular ou produzir opinião, mas não conseguia determinar como os leitores reagiriam” (BRIGGS; BURKE, 2006, p. 210), assim como trazido por Stephen Koss (1985). A partir daí, surgem também discussões acerca das reações e dos impactos nos leitores de determinados conteúdos e das consequências que isso poderia vir a gerar.

3 A IMPORTÂNCIA DA REPRESENTATIVIDADE E O FEMININO TRABALHADO

3.1. Por que importa?

A forma como as pessoas e os grupos são retratados na cultura tem influência direta em como vemos o mundo e como nos vemos diante dele. Durante esse processo de retratar a realidade, acabam surgindo os estereótipos. Em linhas gerais, os estereótipos são elaborados para definir-se ou para definir o outro, normalmente apresentando uma imagem simplificada, generalizada e idealizada, em que os atributos e qualidades do representado são reduzidos, buscando englobá-lo em um único conceito.

Quando nos acostumamos aos estereótipos e quando os meios de comunicação reforçam os mesmos, tudo o que é estranho ao padrão passa a ser rejeitado. Walter Lippmann (2008) explora essa questão quando traz que

[...] o que é estranho será rejeitado, o que é diferente cairá em olhos cegos. Não vemos o que nossos olhos não estão acostumados a levar em conta. Algumas vezes conscientemente, mais frequentemente sem saber, nos impressionamos por aqueles fatos que se encaixam em nossa filosofia. Esta filosofia é mais ou menos uma série organizada de imagens para descrever o mundo não visto. Mas não somente para descrevê-lo. Para julgá-lo também. E, portanto, os estereótipos estão carregados de preferência, cobertos de afeto ou aversão, ligados aos temores, avidez, fortes desejos, orgulho, esperança. (LIPPMANN, 2008, p. 115)

Tendo isso em vista, e ainda segundo o autor, o estereótipo encontra força para existir devido a três fatores culturais principais. O primeiro de todos é a necessidade da sociedade em simplificar a realidade. O segundo é a necessidade do indivíduo de pertencimento a um lugar que o faça crer que possui uma identidade, que tenha similares e, a partir disso, tenha também os diferentes dele — aqueles a quem observa com aversão, mesmo que inconscientemente. Por último, e levando em conta os fatores históricos e sociais, entende-se o estereótipo como um modo de fixar posições de funções de cada grupo na sociedade. Em resumo, nos apoiamos nos estereótipos a fim de melhor compreender e simplificar a realidade.

No entanto, como se pode imaginar, a cristalização e representação constantes desses estereótipos podem ter efeitos prejudiciais ao convívio humano. Bruno Mazzara (1999) coloca ênfase no terceiro fator trabalhado por Lippmann (2008), na medida em que afirma que, uma vez que o indivíduo se conscientiza de um estereótipo, ele passa a cumprir uma função defensiva, já que, ao contribuir com o mantimento de uma cultura e de uma determinada organização social, acaba por garantir e manter as posições socialmente alcançadas também.

No entanto, o ato de generalizar e simplificar características de um grupo resulta em uma cristalização de preconceitos e na idealização de um inalcançável. Quando pensamos em um estereótipo de “mulher ideal”, automaticamente rejeitamos todas as características que não cabem nesse conceito, marginalizando aquelas que são diferentes, o que pode causar efeitos prejudiciais quando pensamos em autoestima e autopercepção.

Lippmann (2008) traz que o fato de não vermos o que nossos olhos não estão acostumados a levar em conta. Não levamos em conta por entendermos não ser o ideal, não ser o padrão, não ser o desejado — e não ser o veiculado. Caso tenhamos alguma característica fora desse padrão, nossa tendência é negá-la ou buscar modos de contorná-la. Tais mecanismos são muitas vezes prejudiciais para o desenvolvimento humano e social. Diante desse cenário, torna-se cada vez mais evidente a necessidade dos meios de trazer e representar uma perspectiva mais diversa, buscando fugir dos estereótipos e explorar a multiplicidade do que é existir e ser.

Ver-nos representados em meios de comunicação pelo que realmente somos causa impactos extraordinários. Em uma matéria de 2015, o blog Gelédes Instituto da Mulher Negra trouxe o depoimento da atriz negra Whoopi Goldberg: “Bem, eu tinha 9 anos quando *Star Trek* foi ao ar. Eu olhei para a televisão e saí correndo pela casa gritando: ‘Vem aqui, mãe, todo mundo, depressa, vem logo! Tem uma moça negra na televisão e ela não é empregada!’”. Naquele exato momento eu soube que podia ser o que eu quisesse” (PILAR, 2015). Em seu depoimento, fica claro que as mulheres negras, fixadas em um estereótipo, eram sempre retratadas como empregadas, e Whoopi entendia isso como verdade, até que o a série *Star Trek* quebrou esse conceito e abriu portas para que ela desenhasse um caminho diferente.

Whoopi, contudo, teve uma experiência que muitos não chegam a ter. Ver-se como o “diferente” ou como o estereótipo “negado” pela sociedade causa sérios impactos na autoestima do indivíduo. De acordo com Simone Gonçalves Assis e Joviana Quintes Avanci:

Um indivíduo com baixa autoestima tende a: apresentar sentimentos de isolamento e ansiedade; ser sensível às críticas; ter maior dificuldade de afirmar as próprias opiniões e necessidades; desistir com facilidade, evitando desafios; ter reduzida a clareza e o entendimento de si próprio, evitando situações de risco e expondo-se pouco. (ASSIS; AVANCI, 2004, p. 18)

Ao especificar o olhar e focar a lente de análise nos adolescentes, o peso da autoestima e dos estereótipos aumenta. Erik Erikson (1972), psicanalista alemão responsável pelo desenvolvimento da Teoria do Desenvolvimento Psicossocial e importante teórico da psicologia do desenvolvimento, traz que a tarefa mais importante da adolescência é a construção da identidade.

Identidade, segundo o autor, é uma concepção do indivíduo de si mesmo, composta de valores, crenças e metas que ele mesmo traçou e se comprometeu a seguir. A formação dela, por sua vez, recebe influência de três tipos de fatores: os intrapessoais (capacidades de executar tarefas e traços de personalidade), os interpessoais (identificações com outras pessoas, normalmente do mesmo grupo) e os fatores culturais (caracterizados por valores sociais que cercam a pessoa).

Apesar de, para Erikson (1972), a construção da identidade ser uma tarefa marcante da adolescência, a formação dela não começa nem termina nesse período, sendo um processo que dura a vida toda. O que acontece é que, no período da adolescência, muitos indivíduos se deparam com a instância de identidade difusa — um estado em que o sujeito busca não estabelecer compromissos firmes com nenhuma ideologia. Isso acontece pois é uma fase em que buscamos definir quem somos, quais são os nossos valores e quais as direções que desejamos seguir pela vida — em que todo compromisso parece ser a cristalização perpétua de algo. Sendo assim, segundo a teoria, a adolescência é o período no qual o indivíduo pode explorar e experimentar funções sociais.

Por mais que o período de experimentação seja natural e necessário, é difícil explorar além dos estereótipos já tão fortemente estabelecidos na sociedade. Não obstante, os meios de comunicação estão o tempo inteiro os reforçando. Em meio a tudo isso, ainda é esperado que, ao final do período citado, o indivíduo chegue a um estado de autoconhecimento, em que ele passa a refletir sobre o que viveu e sobre que tipos de compromissos gostaria de assumir.

Erikson (1972) afirma que, por mais que a intensidade e duração desse período adolescente possa variar de sociedade para sociedade, em todos os cenários a ideia de não ter formado a própria identidade e não ter estabelecido compromissos ao final da adolescência é capaz de produzir um sofrimento severo para o indivíduo, uma vez que ele se encontra diante de uma difusão de papéis sociais. Ainda segundo o autor, tal confusão pode ser responsável pela aparição de futuros problemas psicológicos, desde se preocupar excessivamente com a opinião dos outros até vir a ser apático frente à opinião alheia.

Não ter sua identidade definida causa ansiedade, o que faz com que os adolescentes busquem formas de tentar se definir, procurando ideais e indo atrás, muitas vezes, do que é socialmente aceito e amplamente divulgado e representado nos meios de comunicação. Quando pensamos nas revistas, por exemplo, entende-se que o interesse que um sujeito leitor tem ante determinado veículo “apoia-se na hipótese de que este fica naturalmente motivado quando supõe que a informação que lhe é proposta será direta ou indiretamente útil para orientar sua conduta” (CHARAUDEAU, 2013, p. 80).

Segundo Charaudeau (2013), outra hipótese que leva o sujeito leitor à compra é o fato dele buscar não apenas informações que lhe digam como agir, mas também buscar se encaixar em uma posição social — que traz a sensação de pertencimento a um grupo e, conseqüentemente, uma identidade mais bem definida ou pelo menos encaminhada. Sendo assim, e retomando o poder dos estereótipos, entendemos a sua força, na medida em que, uma vez representados em revistas adolescentes, por exemplo, os estereótipos passam a ser modelos e a orientar os comportamentos e as personalidades dos indivíduos, que se encontram em um período de busca e consolidação de quem querem ser na sociedade. Caso o representado ideal seja diferente das características de determinado sujeito, este pode chegar a enfrentar sérios embates de autoestima, como vimos. O mesmo pode acontecer entre revistas adolescentes que representam um ideal feminino e suas leitoras, como é o caso da *Todateen*, explorado aqui neste trabalho.

3.2. De que feminino estamos falando?

Quando falamos de representatividade, estamos englobando uma série de conceitos e uma multiplicidade de vertentes. Com o intuito de especificar a análise e já direcionar para o estudo de caso aqui trabalhado, falaremos somente da questão de gênero feminino e, posteriormente, de como ele é retratado na *Todateen*.

Mas afinal, o que é gênero? Por mais que existam diversos estudos nesse campo, a definição exata do termo “gênero” ainda é considerada complicada e múltipla. Para fins de análise (e com o conhecimento de essa não ser a única teoria nem com o objetivo de tomá-la como verdade absoluta), seguiremos com a teoria de Joan Scott (1991), cujo foco é nas interações sociais, que entende gênero como sendo construído no dia a dia das pessoas. Segundo a autora, estamos continuamente “fazendo” gênero.

Scott (1991), frente a um cenário em que o binarismo prevalecia e o determinismo biológico nas relações entre os sexos categorizava os indivíduos, trouxe uma nova perspectiva ao gênero ao entendê-lo como um conceito fundamentalmente social e questionando também a definição trazida pelas gramáticas, pois

[...] a relação com a gramática é ao mesmo tempo explícita e cheia de possibilidades inexploradas. Explícita, porque o uso gramatical implica em regras formais que decorrem da designação de masculino ou feminino; cheia de possibilidades inexploradas, porque em vários idiomas indo-europeus existe uma terceira categoria — o sexo 3 indefinido ou neutro. (SCOTT, 1991, p. 2)

Mais do que um simples conceito, a ideia de trazer gênero para a discussão surgiu também a partir de uma necessidade de enxergá-lo como uma categoria de análise, capaz de reescrever toda uma história. Juliana Anacleto dos Santos (2007, p. 5) complementa essa visão trazendo que “o uso do termo gênero destaca que tanto mulheres quanto homens são produtos do meio social e, desta forma, suas condições de vida são variáveis e históricas”. Seu uso, nesse contexto, rejeita as justificativas biológicas “como aquelas que encontram um denominador comum para várias formas de subordinação no fato de que as mulheres têm filhos e que os homens têm uma força muscular superior” (SCOTT, 1991, p. 7). Sendo assim, o gênero se torna uma maneira de indicar e ressaltar as construções sociais acerca dos papéis próprios aos homens e às mulheres, sendo uma maneira de se referir às origens sociais das identidades subjetivas dos homens e das mulheres e se tornando basicamente uma categoria social imposta sobre um corpo sexuado.

Segundo a teoria de Joan Scott (1991), existem quatro elementos principais inter-relacionados que auxiliam na compreensão de gênero e de suas relações. O primeiro elemento são os símbolos culturalmente disponíveis, por exemplo Maria e Eva como símbolo da mulher. No entanto, a autoria traz também o fato de os símbolos serem muitas vezes contraditórios, mas não excludentes, como os termos “santa” e “puta”, que podem ser usados para falar da mesma mulher.

O segundo elemento refere-se a “conceitos normativos que colocam em evidência interpretações do sentido dos símbolos que tentam limitar e conter as suas possibilidades metafóricas” (SCOTT, 1991, p. 21). Esses conceitos normativos são normalmente expressos nas doutrinas religiosas, educativas, políticas, jurídicas ou científicas, afirmando de maneira binária e fixa os “lugares” e significados de homem e de mulher — por exemplo, o fato de “homem não poder chorar” e ter de se mostrar “viril” o tempo todo, enquanto que a mulher deve demonstrar um comportamento mais “sensível”.

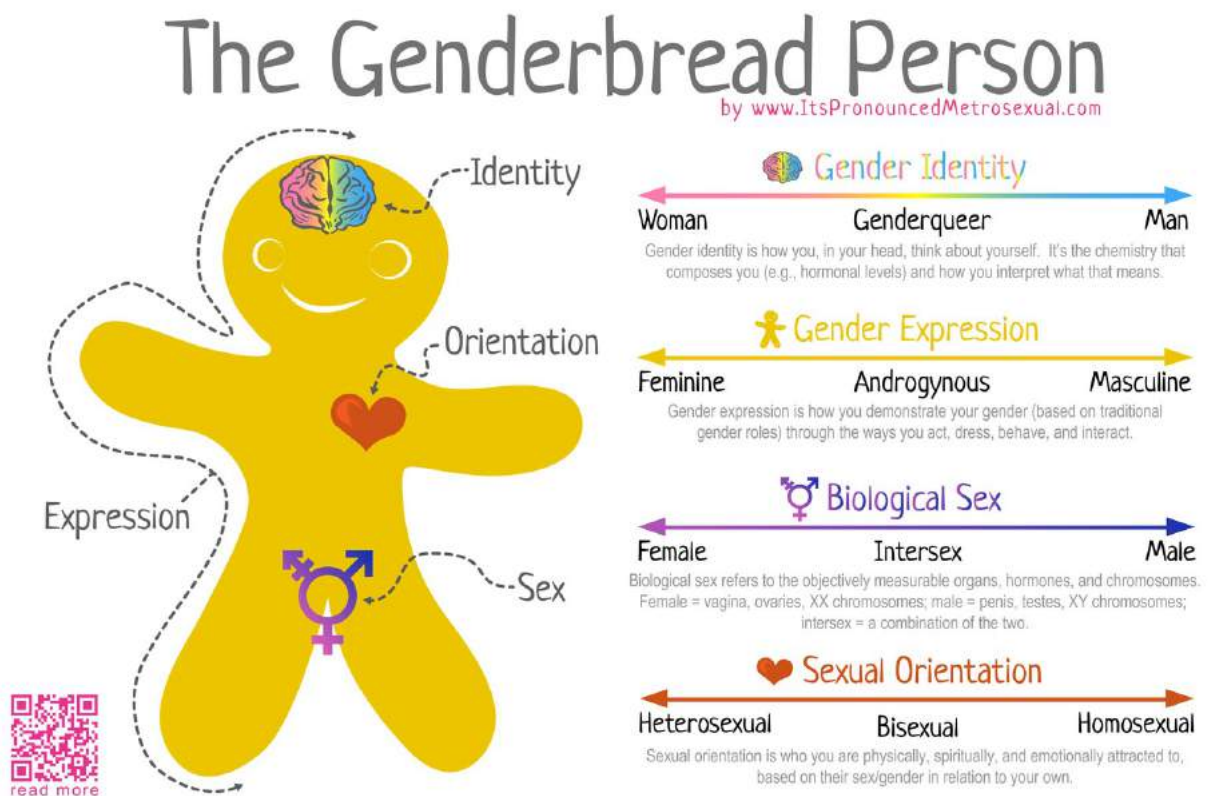
O terceiro elemento, diretamente ligado ao segundo aqui trabalhado, traz a noção de fixação dos conceitos binários. Frente a isso, Scott (1991) traz novamente a discussão de que precisamos superar esta visão binária. Por fim, mas não menos importante, o quarto elemento faz referência à noção de identidade subjetiva. Uma vez que as identidades de gênero são elaboradas a partir de conceitos, imagens e símbolos, fica clara a existência de uma carga cultural, fazendo com que as identidades de gênero sejam socialmente construídas e constituam parte da identidade do indivíduo como um todo.

Gênero, portanto,

[...] se tornou uma palavra particularmente útil, porque ele oferece um meio de distinguir a prática sexual dos papéis atribuídos às mulheres e aos homens. [...] O uso do “gênero” coloca a ênfase sobre todo um sistema de relações que pode incluir o sexo, mas que não é diretamente determinado pelo sexo nem determina diretamente a sexualidade. (SCOTT, 1991, p. 7)

É comum nos confundirmos com os termos e definições quando pensamos em gênero, sexo, orientação sexual, por exemplo. Para explicar a diferença dos conceitos, segue abaixo a “*genderbread person*”, desenvolvida pelo blog *It’s Pronounced Metrosexual*, que publica conteúdo sobre justiça social e de gênero, com o objetivo de informar a sociedade em prol de uma mudança positiva.

Figura 1 — The Genderbread Person



Fonte: KILLERMANN, 2013.

Em linhas gerais, são quatro principais conceitos que formam o todo. “Identidade de gênero” é como o indivíduo se enxerga, considerando sua composição hormonal e como ele a interpreta, indo desde se identificar como homem, mulher ou estágios entre os extremos. Já quando falamos em “expressão de gênero”, fazemos referência a como apresentamos nosso gênero para o mundo através de nossas ações, roupas, comportamentos etc. Em resumo, é como

você é e quer ser interpretado pelos outros, indo desde uma expressão feminina até uma masculina, mas também podendo ser um intermédio entre eles.

Quando falamos em “sexo”, muitas vezes chamado de sexo biológico ou anatômico, estamos falando dos órgãos sexuais, cromossomos e hormônios que formam o indivíduo. É importante ressaltar aqui que sexo não é gênero. Uma pessoa pode ser do sexo masculino, identificar-se com o gênero feminino (e se expressar por ele) e se entender como mulher quando falamos de identidade de gênero. Por fim, e não menos importante, vem a “orientação sexual” — também diferente de gênero. Esse conceito explora sobre por quem o indivíduo se sente atraído e traz classificações como heterossexual, homossexual ou bissexual.

Partindo do pressuposto da teoria trazida por Joan Scott (1991) e conseqüentemente da existência de gêneros como papéis sociais, trabalharemos aqui o gênero “feminino” trazido por Scott no sentido de identidade de gênero (exemplificada na *genderbread person*), ou seja, exploraremos com quais mulheres/meninas a revista *Todateen* se propõe a conversar (e representar) e quais multiplicidades estão englobadas nessa comunicação.

4 UM ESTUDO DE CASO: A REVISTA *TODATEEN*

4.1. A revista

Idealizada pela editora Alto Astral Ltda, a *Todateen* é uma marca brasileira de revistas cuja primeira edição foi publicada em 1995, com o intuito de concorrer com as revistas *Atrevida* e *Capricho*, das editoras Símbolo e Abril, respectivamente.

Planejada para alcançar o público feminino adolescente das classes A, B e C, desde o seu princípio a revista buscou trabalhar temas centrais como amor, relacionamentos, sexo, drogas, família, moda, beleza, saúde, música, ídolos, famosos, festas, entre outros tópicos entendidos como importantes e relevantes para a faixa etária entre 13 e 19 anos.

Como percebido na comunicação, que será analisada em profundidade posteriormente, a revista faz um papel de “melhor amiga”, buscando dar conselhos e manter as adolescentes sempre antenadas acerca das maiores novidades.

Buscando explorar outros canais de alcance ao público, em 1998, a *Todateen* lançou seu portal on-line (<https://todateen.com.br/>). No final de 2010, o site tinha, em média, 7 milhões de acessos mensais, somados a mais de 16 milhões de exemplares físicos que já haviam sido publicados.

A partir de 2016, a marca passou a publicar uma versão on-line idêntica à versão impressa em plataformas na internet, como no aplicativo de leitura de revistas GoRead. Desse modo, a leitora podia acessar exatamente o mesmo texto tanto na versão física quanto na on-line.

Hoje, com o sucesso dos portais on-line, o site e as páginas (Facebook e Instagram) da marca concentram praticamente toda a veiculação de informação para o seu público, uma vez que as revistas físicas deixaram de ser impressas em outubro de 2018. Caso hoje uma leitora queira ter acesso à versão impressa, ela ainda pode solicitar a compra das edições passadas através do Astral Shopping, por exemplo. No entanto, para acessar o conteúdo atual, somente pela internet.

Quando olhamos para os dados colhidos em março de 2019, temos mais de 447.000 seguidores da marca no Twitter, mais de 600.000 curtidas na página do Facebook e mais de 300.000 seguidores de conteúdo publicado na página do Instagram da *Todateen*.

Segundo a página Astral Shopping, ainda serão lançadas algumas edições impressas especiais, mas não existe uma previsão mais específica.

4.2. Recorte analisado

Temas como empoderamento, feminismo e machismo estrutural estão sendo cada vez mais trazidos para as discussões e, conseqüentemente, sendo cada vez mais debatidos. Com a internet, o acesso à informação acabou sendo facilitado, e as gerações mais jovens não somente podem procurar temas desse tipo, como também estão sendo o tempo todo impactadas por essas discussões. Tendo em vista o cenário atual, foi selecionado como recorte de análise as últimas edições impressas da revista *Todateen* para entender o quanto a sua comunicação estava caminhando junto às discussões e aos avanços teóricos e sociais.

As dez revistas analisadas — números 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275 — são do ano de 2018, contendo as edições de janeiro a outubro. É importante lembrar que elas, além de impressas, já possuíam as suas versões on-line exatamente iguais disponíveis na plataforma GoRead, por exemplo. Com o intuito de especificar a linguagem e o discurso analisado, este trabalho se propõe a aprofundar-se somente na matéria principal de cada edição.

Para fins de compreensão didática, as capas das edições mencionadas podem ser encontradas nos anexos e as matérias principais a seguir:

Figura 2 — Página 43, edição 266, janeiro de 2018

Curia dos signos

2018: vai ter sorte, sim!

• Texto: Mariana Scherms • Design: Fernanda Yamazato
• Consultoria: JOÃO BICU • Ilustrações: Shutterstock Images

Os spoilers do seu ano estão todos aqui, se joga!

Se em 2017 você super se perguntou quando os humilhados seriam exaltados, pode contar que o jogo vai virar em 2018! É porque o planeta regente do ano é Júpiter, um astro mais camarada, que traz otimismo para todos os aspectos da nossa vida. Júpiter tem conexão poderosa com a sorte e vai trazer mais alegria, energia e um clima de abundância aos nossos dias. Pode contar com momentos de mais confiança, miga. Agora, hora de ver o que o ano promete para cada um dos signos.

Figura 3 — Página 44, edição 266, janeiro de 2018

Libra
(23/9 a 22/10)

 Boatos de amor à primeira vista no seu ano. Cê acredita?
No amor: os astros não querem deixar seu coração vago, ou seja, 2018 tem muita paixão! Quem quer namorar pode fazer isso logo no começo do ano. Ah, já tem alguém que mora no coração? A sintonia é total, com muita animação e boas conversas.
Com a turma: está mais extrovertida e animada. Por ser a mais equilibrada da turma, fica com você a tarefa de domar o ciúme da galera. Eita!
Aposte: no seu otimismo e nesse coração cheio de sentimento bom. Eles vão brilhar ainda mais!
Encoste: a passividade com os problemas. Encare de frente, tá?

Sagitário
(22/11 a 21/12)

 O coração vai acelerar com um boy novo!
No amor: a melhor fase pra quem está sozinha é até o meio de maio, quando suas atitudes serão notadas com facilidade. Amigos podem virar crushes, se liga! Pra quem já tem um love, o clima é de tranquilidade, mas alguns lances do passado podem voltar, não ceda à tentação se já está feliz.
Com a turma: algumas instabilidades aí, chances de você ficar mais na sua. Mas Vênus vai trabalhar forte para que sua simpatia reapareça. Ufa!
Aposte: nesse seu jeito espontâneo de resolver os problemas.
Encoste: pessoas que tentam aproveitar do seu jeito gente boa.

Aquário
(21/1 a 19/2)

 Sonhos grandes devem virar realidade em 2018, uhu!
No amor: eita que garota disputada! Você está baladeirinha e vai chamar a atenção dos crushes. Está cheia de coragem para começar uma superpaixão. Seu namoro pede mais conversa e parceria para enfrentar probleminhas e conseguirem realizar sonhos juntos, #parceria.
Com a turma: Júpiter reforça a sua popularidade e carisma entre a galera. Sua vida social vai ser a mais agitada ever. Convida a gente?
Aposte: na sua mente aberta para aprender tudo o que surgir pela frente.
Encoste: a falta de paciência. Tenha calma diante dos momentos de eita.

Escorpião
(23/10 a 21/11)

 Tem grana extra chegando pra você. Yey!
No amor: mais sensuellen do que nunca, vai ser difícil o crush não se apaixonar. Some isso ao seu jeito descontraído e é laque puro. Que mel! Também irá contagiar o namô com seus planos e projetos. Resumindo: só love!
Com a turma: você fica menos misteriosa e mais simpática, ou seja, os amigos vão se aproximar com mais facilidade. Esteja aberta para as novidades, tá?
Aposte: no seu lado otimista e positivo. O ano permite a good vibe, escorpiana. Se joga!
Encoste: as atitudes que não forem bem pensadas, pode ser?

Capricórnio
(22/12 a 20/1)

 Conquistas inesperadas no seu caminho!
No amor: está mais ousada que o normal e vai investir forte quando se interessar por alguém. Vão chegar muitos convites pra festinhas, aceite, tá? Um amigo deve se apaixonar. Pra quem já namora, a temporada é de puro sonho.
Com a turma: está menos reservada e mais espontânea, será o apoio das bests. Vai chamar atenção por onde passar. Chances boas de novas amizades pra este ano.
Aposte: na sua determinação. Ela é a chave pra realizar seus objetivos.
Encoste: o pessimismo. Em dias difíceis, se esforce pra ser mais leve, não deixe a negatividade pesar!

Peixes
(20/2 a 20/3)

 Miga, você vai brilhar muito e se destacar nos estudos!
No amor: vários carinhas a fim de você, mas atenção aí com a carência, tá? Vênus a deixará poderosa e decidida a partir de fevereiro. E pode conhecer muita gente legal. O ano começa bem animado pra quem namora! Vários rolês, miga!
Com a turma: suas amizades ficam ainda mais fortes e você pode aprender demais com a galera. Mas pode pintar alguns obstáculos, então, vá com calma.
Aposte: na sua intuição. Ela é seu segredo pra se dar bem este ano.
Encoste: a ideia de emprestar dinheiro à turma, eita!

Figura 4 — Página 45, edição 266, janeiro de 2018

Áries
(21/3 a 20/4)

Eita que vai ser o ano de conhecer o crush dos crushes!

No amor: vai ter muito contatinho aparecendo quando menos esperar, você está popular e as pessoas vão notá-la de longe! Se já namora, a certeza é de clima gostosinho-zero-briga entre você e o love.

Com a turma: mais sincera do que nunca, você não vai perdoar falsianes. Em compensação, seu lado fiel fica ainda mais forte com os migos da vida inteira.

Aposte: na sua coragem e ousadia. Vale ouvir os conselhos da galera mais velha também, fechou?

Encoste: essa mania de contar com a sorte e se organize mais.

Gêmeos
(21/5 a 20/6)

Tem viagem no seu futuro. Eu ouvi intercâmbio, geminiana?

No amor: Júpiter e Marte agitam seu coração, vai ter novidade pra quem está sozinha. A vontade de namorar fala alto este ano e não faltam contatinhos pra isso. Já namora? Romance fofinho, só tenha jogo de cintura nas conversas.

Com a turma: você vai pensar mais nos outros e se solidarizar com os problemas da galera. Também tem amizade nova chegando.

Aposte: sua curiosidade enorme é a chave do seu crescimento, miga! Isso fará com que aprenda coisas novas.

Encoste: a mania de bater de frente com quem pensa diferente.

Leão
(22/7 a 22/8)

Tã com tudo, hein?! Júpiter vai mandar ótimas energias...

No amor: assuntos do S2 vão dominar seu ano, no bom sentido. Tem muito encontro mexendo forte com seus sentimentos. Festinhas podem fazer um love acontecer, SIM! Se namora, o ano é bom do mesmo jeito, chances de viajar com o boy!

Com a turma: engraçadona e animada, será o centro das amizades. Sua presença vai ser mais que requisitada entre a galera.

Aposte: na compreensão e na empatia, quando problemas surgirem.

Encoste: os exageros. Tire um tempo pra descansar e dar mais atenção à sua saúde, tá?

Touro
(21/4 a 20/5)

É muito amor e empolgação que você pediu? Vai ter, viu!

No amor: Júpiter reforça seu carisma e, pra quem tá solteira, tem novidade já no começo do ano. Só precisa ter os pés no chão pra não se magoar fácil. Muito romance e agitação com o boy fixo. Se rolar treta, vocês vão superar numa boa!

Com a turma: você está pouco tolerante para amizades superficiais e vai passar longe de gente indiferente que não a valoriza.

Aposte: na sua determinação e no seu bom senso.

Encoste: a mania de falar muito e provocar brigas desnecessárias. Às vezes, é melhor ficar quieta.

Câncer
(21/6 a 21/7)

Você vai contar com sorte e muito talento!

No amor: rolezeira você, hein! Seu charme está com tudo e os crushes vão notá-la fácil, inclusive na escola. Vênus também ajuda as solteiras, principalmente no segundo semestre. No romance, é preciso determinação e paciência para evitar problemas, tá?

Com a turma: seus amigos costumam sempre ser de longa data, mas, em 2018, isso tende a mudar e fazer mais friends em rolezinhos.

Aposte: na sua autoestima e alegria. A confiança será sua parceira!

Encoste: seu lado gastão. Você precisa ficar mais atenta, que tal reaproveitar o que não usa mais?

Virgem
(23/8 a 22/9)

Você estará bem mais otimista – e com razão, viu?

No amor: sua pitada de timidez tão característica vai virar um imã para atrair os boys. Olha ela! Tem muita paquera virando namoro em 2018, fique atenta. Se você já namora, o clima com o moçoão é de puro entrosamento, casal grude, sabe?

Com a turma: Júpiter vai movimentar seus contatinhos e dar um gás no seu poder de comunicação. O que você ganha com isso? Mais amigos sim ou com certeza?!

Aposte: no seu astral iluminado pelos astros. Pode esbanjar sorrisos.

Encoste: a ansiedade. Tã mais do que na hora de confiar em si mesma. Ative o amor-próprio, vai!

Figura 5 — Página 46, edição 267, fevereiro de 2018

CRUSH, me nota!

Descobrimos todos os passos para você ser notada pelo boy. Vai ter muito fechamento!

Texto e entrevistas: Bruna Ferreira
Design: Pêrola Stein • **Consultoria:** Yuri Busin, psicólogo. • **Imagens:** Shutterstock Images

Alô, timida!
Chegar perto do boy já faz você corar e perder a voz? Eita! Mas fica tranquila, existem outras maneiras de ser notada por ele.

Quais são as suas armas?
Pode relaxar, ninguém vai pra guerra aqui. Na real, chegou a hora de pensar quais são as suas possibilidades e as atitudes que você pode ter que não a farão se sentir tãããão insegura. Às vezes, mandar uma mensagem direta pode ser algo difícil. Mas você não precisa começar por ela. Investir nas redes sociais, por exemplo, pode ser uma saída não tão dolorida. Você pode:
Adicionar o carinha Facebook e segui-lo no Insta (passos mega importantes, miga!)
Curtir algumas fotos – até as mais antigas estão valendo
Interagir com algumas publicações – reagir as fotos ao invés de só curtir, responder algum stories...

Carota, tá ajuda!
"Comece a seguir ele nas redes sociais, mas não precisa ser tudo de uma vez, se não quiser. Vá aos poucos, tentando encontrar maneiras de começar uma conversa com o boy. Responder o stories é uma boa!", Andra Stephany

BANG BANG

BANG

Figura 6 — Página 47, edição 267, fevereiro de 2018

"Miga, ajuda aqui"
 Não vai rolar ser notada pelo boy se você se esconder. Por isso, estar presente nos rolês, interagir nas conversas quando estão juntos e até pedir uma ajudinha para algum amigo é válido. Às vezes, fica mais fácil tentar algo quando a BFF já trocou uma ideia com o carinha. E, miga, não tem nada de errado nisso. Até porque você pode não ser a única tímida desse lance. "Uma saída é conversar com amigos dele, dar algumas dicas para alguém próximo de que esta a fim dele. O olhar e o sorriso são muito importantes. O carinha vai entender que está interessada", aconselha Yuri Busin, psicólogo. O importante é tentar do seu jeito.

ela tem atitude ela
 Não ser tímida nem sempre é sinônimo de crush garantido. Por isso...

Tente
 Sabe aquela história de "o não você já tem? Então, bora atrás do sim?" Se você não tentar, nunca saberá o que poderia ter rolado. Já pensou que bad perder um lance massa por medinho de investir mais? Às vezes, tudo o que está faltando é atitude de um dos lados. Vai fundo, girl!

Vai no seu tempo
 Não precisa se desesperar, girl. Respeitar seu tempo e vontades é essencial para ficar de boas em relação ao lance. E isso inclui, é claro, respeitar quem você é – sem essa de tentar mudar só para agradar um crush, viu?

"Bora fechar?"
 Ficou no passado que você deve esperar o menino chegar em você, atitude bem ultrapassada! Então, se tiver vontade e coragem para isso, vai fundo. Você tem todo direito de mostrar o que quer e tentar.

Calma ai!
 Você não ter problemas com timidez é maravilhoso, mas pode ser que o boy tenha. Por isso, é importante ir com calma para não acabar assustando o fofô.

NÃO TEM CERTO OU ERRADO
 Ufa! "Não existe uma forma certa para isso, mas é preciso ser honesta com ele. Da mesma forma que você gostaria que ele fosse contigo. Então, ao abrir o jogo, seja verdadeira e fale o que sente ou o que quer. Mas sem pressão!". Isso quer dizer que você deve fazer as coisas do seu jeitinho, sem se preocupar com o que os outros vão pensar, sendo sincera sempre. Se o não vier, é só pegar sua bike e partir para o próximo crush! Bora lá?

Ariscar é preciso
 Respeitar seu tempo é necessário, mas também é importante se lembrar de que talvez seja preciso correr alguns riscos (que, muitas vezes, são riscos apenas na sua cabeça). Então, investe no lance sem medo.

Figura 7 — Página 52, edição 268, março de 2018

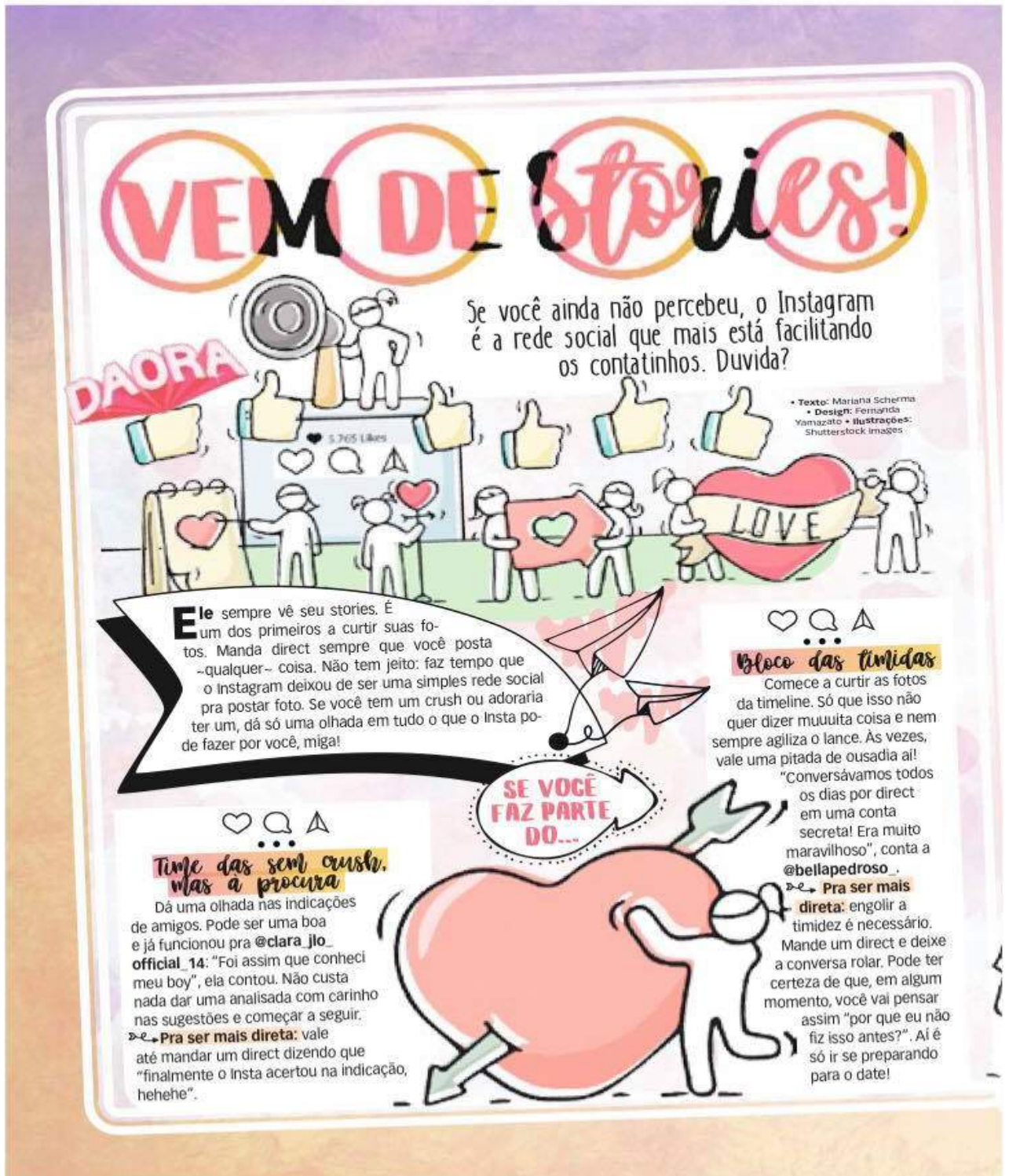


Figura 8 — Página 53, edição 268, março de 2018

Time das decididas

Sabe quando dá vontade de falar algo, mas pessoalmente... SEM CHANCE? Veja só o que a @ainoa_oliveira97 fez: "o crush (que tinha namorada) passava por mim me encarando.... Ai eu resolvi perguntar pra ele por direct o porquê de tanto me olhar. Ele disse que também não sabia por que eu olhava pra ele e achava que eu tinha algum problema ou algo assim. Pedimos desculpas pelo transtorno e hoje estamos conversando e viramos amigos. Detalhe: ele não namora mais".

➤ **Pra esclarecer:** falar na cara nem sempre é sussa, ainda mais se você não tem muita amizade. Mas na internet... ah, tão mais fácil!

Outras vezes que o Insta pode ajudar você

- **Stories só para o boy:** você viu algo que ele curte? Mande no stories só para o crush.
- **Onde é o rolê:** você não quer perguntar pra ele, mas quer saber onde é a festinha do finde? Dá uma investigada nos posts dele e da turma.
- **Stories sim, curtidas não:** ele vê tudo o que você posta, mas nunca curtiu nada? Se você tem interesse, comece a dar curtidas pra ver se ele retribui. Às vezes, é timidez ou falta de interesse mesmo.
- **Indiretas específicas:** você super quer ir a uma festa ou adoraria companhia para o cinema e não tem coragem de perguntar para ele? Que tal uma enquete pra incentivá-lo a responder. Depois, só chamar no direct!
- **Será que tem menina na área?** Ver as fotos em que ele é marcado pode dizer muita coisa. Vale até começar por aí pra não ficar xonas em um cara que já namora.
- **Embuste descoberto:** tem muita mentira que pode ser revelada pelo Instagram. Se não pelo do boy, via o dos amigos dele. Atenção aí!

Team "stalkio mesmo e daí?"

Você conheceu um boy em um lugar X, se encantou e agora colocou em ação todas as possíveis conexões pra achá-lo no Insta? Hmm, olha essa história: "Eu estava no meu condomínio e vi um menino muito lindo. Ai eu sabia o apelido dele e que era primo do primo de uma amiga. Então, fui nos seguidores e achei o user dele. Me senti muito FBI", @surfistadojg.

➤ **Pra ser mais direta:** depois de começar a seguir o crush, pode comentar no direct: "vi você em tal lugar. Eu moro lá por perto" e deixar a conversa rolar. Ele já vai sacar seu interesse!

Bonde "eu não sei o whatsapp dele"

"Conheci um garoto numa festa, mas não me lembrei de pegar o contato dele. Procurei no Facebook, não achei. Uns dias depois, estava no Instagram e o mesmo garoto apareceu em uma daquelas listas de amigos em comum. Quando falei com ele, o boy me disse que também estava me procurando kkk". A história da @isabellerodrigues parece até final feliz de filme, né? Se o Insta existisse na época da Cinderela, o príncipe não teria que pegar no pé (literalmente) de tantas garotas ;)

➤ **Pra fechar esse lance:** quando dois querem, já fechou, né? Mas ir atrás contou muito. Ou seja, atitude sempre!

Figura 9 — Página 46, edição 269, abril de 2018

OMG!
Tô namorando!

Éita que o frio na barriga é nível polar. Mas contamos a você os fatos que ninguém diz pra ajudar nesse momento

• Texto: Mariana Scherma • Design: Pérola Stein
• Consultoria: Julia Bittencourt, psicóloga especializada em comportamento adolescente • Fotos: Shutterstock Images

Atenção aos amigos
O fato de namorar não significa que você vai deixar de dar atenção à turma. No começo, é supernormal grudar no boy, mas quem quer arruma tempo! Olha aí as dicas:

- * Seguir presente no grupo de WhatsApp da turma.
- * Combinar com o boy um dia pra cada um ficar com sua turma.
- * Tentar uma aproximação do gato com suas amigas pra virar uma grande turma. Ele também pode levar os parças dele.
- * **Você não curte os amigos dele?** Não precisa arrumar conflito. É por isso que passar um tempo separados, cada com sua turma, é tão importante.

A sogra e o sogro
A gente sabe que dá vontade de roer as unhas das mãos e dos pés antes de conhecer os sogros. Mas isso acontece com 100% da galera e é supernatural. Não existe uma fórmula pra agradá-los, mas algumas coisas dá pra fazer, sim:

- * **Ser você mesma, com boas doses de simpatia e educação.** Tipo, elogiar a casa, a comida, agradecer, oferecer-se pra tirar a mesa após o almoço, essas coisas, sabe?
- * **Não contar os micos e bafões da sua vida.** Definitivamente, não tem porquê ser supersincera com a sogrinha.
- * **Antes de conhecê-los,** pergunte ao seu boy do que os pais dele gostam. Isso facilita pra puxar assunto.

Ciúme? Ah vai ter!
A não ser que vocês sejam o casal mais paz e amor da vida... O ciúme é um intruso que chega do nada, sabe? Quando você vê alguém comentando -ousadamente- a foto dele... Ou até aquela amiga que parece ter muito mais intimidade que você.

- * **O que fazer?** A questão da confiança é o que mais pesa. O ideal é que você confie em si mesma e nele também. Mas nem sempre é assim. "Nesse caso, converse com sinceridade. Além disso, dá pra combinar acordos, por exemplo: não abraçar tanto outras meninas. Cabe a você também avaliar se o ciúme não vem de algo só da sua cabeça", diz a psicóloga Julia Bittencourt.

Figura 10 — Página 47, edição 269, abril de 2018

É ok, dizer não
 Namorar envolve conhecer mais o outro, fisicamente, inclusive. Por isso, se você não se sentir tão à vontade com algumas carícias pode (e deve) dizer não. "É preciso se conhecer e saber dos seus limites para ser capaz de se impor, com segurança e sem constrangimento", explica a psicóloga. Ah, e ele tem que entender e respeitá-la, tá? Assim como você tem que respeitá-lo.

Meu namorado isso, meu namô aquilo...
 A gente sabe que faz parte ficar monotemática no começo. É muito amor e você vai querer falar disso o tempo todo, mas coloque-se no lugar dos outros: você iria aguentar uma amiga que só fala do seu boy? Então, né... O ideal é você dosar e deixar as pessoas falarem também. Vale citar outros assuntos, até porque sua vida não gira só em torno do namorado!

Entre ceder e se anular
 Qualquer relacionamento, pra dar certo, envolve ceder um pouco e ter jogo de cintura. Com suas amigas mesmo... Às vezes, elas querem um filme, você, outro e as acompanha. Com seu boy será a mesmíssima coisa. Ele vai querer ir a show de uma banda que você não curte e vice-versa. E tudo bem ceder nesses casos. Quando se ama a companhia um do outro, essas coisas nem chegam a ser um esforço tão difícil.
Mas e quando

só você cede? Miga, aí não dá. Relacionamento precisa ser uma troca. "Pense em quais casos você está se anulando e abrindo mão de coisas importantes. Esteja atenta a si mesma e às situações", diz a psicóloga Julia. Quando estiver além do que acha legal, fale com o boy. Respeitar-se é fundamental.

Trotas e brigas
 Você e o namô têm criações diferentes, outros gostos, pensamentos diversos, então, é normal que batam de frente em alguns assuntos e se desentendam. Faz parte. E vale ser firme quando o assunto for importante pra você. Mas...
Sem ofensas: "Se a briga for uma conversa com negociação de pontos de vistas diferentes, ok. Mas se envolver gritos e agressões não é tolerável", diz a psicóloga. Não tem porque um namoro ser um campo de guerra. Namoro é pra fazer bem.

Você com você mesma
 Na vida, além de dividir seu tempo com o boy, a família, os amigos e os estudos, lembre-se de guardar um tempinho pra si mesma. Fazer as coisas de que gosta, tipo ler em paz, maratona algo que só você curte, dançar sozinha no quarto, testar uma make nova... Ficar sozinha é gostoso e importante pra si mesma, viu? É assim que você descobre mais sobre sua personalidade!

NAMORO + KKKKKK
 Uma pitada de realidade com muito humor

NAMORO COM MESMO É O MEU

 NÃO BRIGA, NÃO SEPIRA, NÃO EXISTE
 Mentra, miga, namorar é bom sim :)

COMEÇO DO NAMORO:
 - AMOR, TROPECEI
 - NOSSA AMOR, TÁDINHA, MACHUCOU ?

 ANTES DEPOIS:
 - AMOR, TROPECEI
 - NEM FEIZO RETARDADA, PRESTA ATENÇÃO
 É, com a intimidade pode acontecer...

NAMORO FOI FEITO PRA SER BOM

 SE FOI PRA NAMORAR E PASSAR NEQUIZA, ENTÃO NAMORA COM UM TRABALHO EM GRUPO
 Com certeza! Namoro tem que ser bom. Se for só estresse, repense ali!

QUANDO TEMOUS NAMORA DISTANCIAMO O NAMORO

 NEM SEI SE ESTE É O MEU NAMORO
 Cada relacionamento tem suas próprias regras, fato!

Figura 11 — Página 40, edição 270, maio de 2018

Modo Beijar
ATIVADO!

A gente sabe que sempre rola uma dúvida sobre esse assunto. Fomos atrás das respostas pra você :)

Essas perguntas foram enviados por leitoras via direct no Instagram e a gente não mostrou os nomes por questão de privacidade, tá?

• Texto: Mariana Scherma • Design: Fernanda Yamazato • Consultorias: Joyce da Paz, especialista em sexologia e pós-graduada em sexualidade humana; Carol Teixeira, escritora, filósofa e terapeuta tântrica (@carolteixeira_) e Raquel Muehrrek, infectologista
• Fotos e Ilustrações: Shutterstock Images

6 O PRIMEIRO BEIJO TEM QUE SER COM A PESSOA CERTA?

Um desafio: definir pessoa certa. Pra vida ou pra um momento? Primeiro beijo é especial, mas não significa casamento, namoro ou noivado, né? Por isso, se você achar o crush gente boa e legal, ele já está super valendo. Só não se esqueça: o primeiro beijo deve rolar sem pressão de ninguém, tá? Essa é a dica master pra ele ser inesquecível no bom sentido.

6 COMO EU SEI SE ESTOU BEIJANDO MAL?

Sabe a questão da química? Quando você se dá tão bem com alguém que não tem explicação? Beijo tem muito a ver com isso, como conta a terapeuta Carol Teixeira: "Um beijo incrível pra você pode não ser para o outro. É questão de encaixe. Então, se algum beijo não estiver rolando muito, não se culpe achando que está beijando mal, pode ser só que vocês não combinam tão bem".

6 NUNCA BEIJEI: TENHO VERGONHA E MEDO DE BEIJAR MAL

Primeira coisa: desligue o botão da vergonha. É difícil,

Figura 12 — Página 41, edição 270, maio de 2018

E SE O CARA BEIJAR MAL, EU DIGO ISSO PRA ELE?

Beijo é uma questão de encaixe. Por isso, o que é ruim pra você pode ser ótimo pra outra pessoa. Agora, se o boy baba muito na hora do kiss, morde com força ou tem até mau hálito, pode dar um toque, sim. Se for questão de química, aí o melhor é partir em busca de um novo contatinho!

DEVO FALAR PARA O CRUSH QUE QUERO BEIJA-LO OU ESPERO ELE SE TOCAR?

Miga, 2018, né? A gente não precisa esperar nada! "Se já tiver um clima legal, sou super a favor de tomar a iniciativa. Essa coisa princesa de esperar 'ser escolhida', de aguardar o cara tomar atitude não combina com nossa era de meninas empoderadas. Acho sinceridade e espontaneidade coisas muito sedutoras", conta Carol Teixeira.

SORRIR NO MEIO DO BEIJO SIGNIFICA QUE ESTA BOM?

"Pode ser um gesto de carinho ou um sinal de que o crush realmente curte seu beijo, está feliz e à vontade por estar ao seu lado", conta Joyce. E uma coisa é certa: alguém sorrindo significa felicidade.

O APARELHO INCOMODA NA HORA DE BEIJAR?

Pode até acontecer algum

incômodo, mas vocês dois não precisam desistir no primeiro momento, né? "Com calma e jeitinho, você perderá o medo de machucar a boca do outro, se enroscar ou pagar algum mico. E lembre-se: na hora do beijo, o ideal é que os lábios se encostem e não os dentes", comenta Joyce.

O GAROTO PRECISA SABER QUE EU NUNCA BEIJEI?

A sexóloga Carol Teixeira é bem direta: "Não precisa, só se tiver vontade de contar". Se você estiver meganervosa, pode comentar com o boy – ajuda a ansiedade dar uma baixada, viu!

EU FIQUEI COM UM MENINO QUE QUER ME BEIJAR DE NOVO, MAS EU NÃO QUERO. NÃO SEI FALAR ISSO PRA ELE"

Duas opções pra esse drama. Você pode ir se afastando, pra ele se tocar. Mas, se isso não acontecer, anote a dica da Carol: "Seja sincera, diga que não está rolando pra você. Às vezes, a gente fica enrolando, tentando achar desculpas, mas falar a real é sempre melhor".

O QUE DEFINE UM BEIJO BOM E UM BEIJO RUIM"

A tal da química, de que falamos antes. "Não existe uma regrinha para fazer uma lista de beijos bons ou ruins. Mas pode existir um beijo que não combina com o seu", conta Joyce.

BEIJO TRANSMITE DOENÇAS, COMO AFTA?"

Não, miga. Afta não é contagiosa. Segundo a infectologista Raquel Muarrek, durante o beijo são trocadas cerca de 250 bactérias que podem causar diversas doenças desde uma simples gripe até mononucleose e sífilis. Mas calma que beijar não está proibido: "Se você já tem problemas bucais prévios também fica mais vulnerável a outras infecções. Portanto, mantenha a higiene bucal em dia", avisa Joyce.





Figura 13 — Página 42, edição 271, junho de 2018

• Texto e entrevistas:
Bruna Ferreira • Design:
Pérola Stein • Fotos:
Shutterstock Images

HELP DE miga

As famosas que você ama ajudam
você a sair do zero a zero com o crush

A gente sabe que, quando rola uma dúvida com o crush, a primeira pessoa para quem você corre é a BFF. E tá certíssima, afinal, ela tem uma visão de fora do lance todo e, às vezes, fica muito mais fácil de ajudar. Agora, já pensou ter a ajuda das girls famosas que você ama? A **#** realizou seu sonho aqui nesta matéria!

"Meu crush é meu BFF. Esses dias contei que gosto dele, mas ele disse que é só amizade. Depois disso, parece que meu sentimento aumentou. Porém, me decepcionei, ele fazia com que eu achasse que era correspondida. Eu tô muito confusa! O que eu faço?", **Stephane**

— Se ele respondeu que só quer amizade, segue em frente! Não adianta querer convencê-lo a ser mais do que um amigo, porque isso pode atrapalhar a amizade de vocês e magoá-la. Cuide de você e mantenha ele apenas como um amigo de quem você gosta muito, vai valer mais a pena! O que tiver que ser, será! Quem sabe daqui uns dias você não encontra o cara dos seus sonhos? **Fabi Santana, youtuber**

"Minha amiga gosta do mesmo boy que eu e agora ela está com muita raiva de mim, mas eu nem fiz nada. O que eu faço?", **@kookieeeew**

— Ame-a. É louco falar isso, mas 100% das vezes que alguém está com raiva é mais um pedido de ajuda do tipo: as coisas não estão saindo do jeito que eu queria, e eu não estou sabendo lidar com isso. E o relacionamento de vocês tem que vir antes de qualquer assunto que possa rolar com vocês duas. Lembre-se do que vocês sentem uma pela outra, e os assuntos, a gente conversa sobre eles. Mas isso não precisa afetar a relação de vocês., **Camila Senna, youtuber**

Figura 14 — Página 43, edição 271, junho de 2018

"O problema sou eu! Não sei como beijar e tenho medo de que o crush saiba disso", @amanda
 – Oi, Amanda! Acho que todo mundo já passou por isso... Inclusive, as pessoas crescem e continuam se sentindo inseguras. Então, NÃO. O problema não é você! Esses medos chegam quando colocamos nossa confiança no lugar errado. O que toca o coração de alguém é o carinho. Coloque seu coração em tudo aquilo que fizer (escola, trabalho e até no beijo)... e aí tudo ficará gostoso. **Stephanie Moya, youtuber**

TAMBÉM VALE...
 Abrir o jogo com ele, quem sabe assim você não se sente mais segura? Até porque, miga, ninguém nasceu sabendo, viu?

"Me apaixonei pelo meu amigo, me declarei, mas não é recíproco. E o pior, ele namora. Como faço para esquecê-lo?", Camila
 – Nesse caso, acho que só vale a pena contar para o amigo se ele demonstrar algum tipo de interesse também. Investir em alguém que tá namorando não é legal e não dá certo, hein, miga. Bola pra frente que outros boys -solteiros- virão. **Thayane Lima, youtuber**

"Como chegar no crush com quem você já ficou, mas agora não está tão próximo?", Stephane
 – Chame para conversar e seja sincera com ele. Dependendo da situação que fez vocês se afastarem, é melhor que ela seja resolvida da forma mais sincera e transparente possível antes de tentar algo de novo. **Klara Castanho, atriz e escritora**

"Dá certo usar alguém para fazer ciúme pro boy?", Agata.
 – Não é certo usar uma pessoa para conseguir chamar atenção de outra. Ainda mais crush! Pense em algo que envolva só você para ele notá-la sem colocar outra pessoa no meio. **Bruna Gomes, youtuber**

"Como faço para perceber que o crush gosta de mim? As vezes, acho que sim. Outras, que não. E ainda tem as minhas amigas falando que ele gosta", @thamella_magalhaes
 – É só ficar atenta aos sinais que ele dá. Dependendo o estilo dele, do jeito que se expressa. É bom sempre deixar as amigas de olho também. Porque, às vezes, a gente gosta tanto que acaba não percebendo. Mas as BFFs podem ajudar bastante nessa hora. **Larissa Manoela, atriz e cantora**

TAMBÉM VALE...
 Jogar a real. Se está em dúvida, pergunte. Afinal, o não você já tem, bora logo atrás do sim!

"Como faço para chegar no crush? Fico toda tímida perto dele, não sei se faio oi ou não. Me ajuda", @arraisviih
 – Você deve começar com uma amizade, Viih. E agir com naturalidade, afinal, ele é uma pessoa normal. Começa puxando um papo, se estudam juntos, pergunte se ele tem dúvida em alguma matéria. Vai aos poucos, as coisas vão fluindo. **Giovanna Chaves, atriz e cantora**

SOCORRO, todateen!
 Você anda cheia de dúvidas com o crush? Então corre lá no canal! O #SocorroTodateen ajuda geral e você também pode enviar a sua pergunta.

Figura 15 — Página 48, edição 272, julho de 2018

Mito ou Verdade?

Desvendamos tudo o que você precisa saber sobre o boy de cada signo!

• Texto: Mariana Scherfina • Design: Fernanda Yamazato • Consultoria: JOÃO BIDI



Áries (21/3 a 20/4)

- Ele é objetivo, ele. O ariano não faz joguinho. Ele está a fim e demonstra rápido: vontade de beijar que chama.
- Amor à primeira vista?** Sim. O boy deste signo é empolgado e acredita nesse lance de curtir no primeiro contato, paixão à primeira vista e tudo mais
- Galinha: mito ou verdade?** Mais pra mito, miga. Na real, o ariano é impulsivo e cheio de fogo. Isso quer dizer que ele aproveita o momento, hehe!



Câncer (21/6 a 21/7)

- Quando ele gosta, gosta demais. O sobrenome do canceriano também poderia ser intensidade, viu! Ele é bem apegado em quem curte!
- Romântico e todo sedutor**, ele ama comemorar datas especiais. Vai ter textão com foto de beijo nas redes sociais sempre, pode apostar!
- Guarda mágoa: mito ou verdade?** Verdade, miga. Ele é sensível e pode fazer drama por (muitíssimo) pouco – e ainda guardar mágoas, caso não corresponda.



Touro (21/4 a 20/5)

- Um menino docinho, ele. Taurinos têm um pé no romantismo e gostam de demonstrar os sentimentos, viu?
- Cena de ciúme, sim.** Garotos de Touro são possessivos e teimosos. Ou seja, o ciúme pode gerar treta. Mas nada que uma conversa não resolva.
- Muito devagar: mito ou verdade?** Depende. Porque este garoto vai se soitando aos poucos e, às vezes, tende a demorar mesmo!



Gêmeos (21/5 a 20/6)

- Eita cara cheio dos contatinhos. Não é por mal, hehe! O geminiano é simpático e charmoso, aí fica cheio de crushes mesmo.
- Fala muito...** Sempre! O motivo? O boy está interessado em todos os assuntos do mundo (ao mesmo tempo). E sempre tem opinião sobre eles.
- “Ele não presta atenção em mim”:** mito ou verdade? A cabeça de um geminiano se perde rápido. Então, tem um fundo de verdade real aí, sim



Figura 16 — Página 49, edição 272, julho de 2018

Leão (22/7 a 22/8)

- Ele não para! Namorar ou ter um rolo com um leonino significa ir a vários rolês. Ele é sociável, tem muitos amigos e ama um agito. O cara é lotado de contatinhos.
- Demonstrar os sentimentos é com ele mesmo. Às vezes, esses momentos são até exagerados. Mas é o jeito do boy, não leve a mal, tá?
- Validoso: mito ou verdade? Verdade pura! Ai de você se esquecer um elogio pelo novo corte de cabelo dele.

Sagitário (22/11 a 21/12)

- Perde a crush, mas não perde a piada. Sagitarianos são engraçadões + destemidos. Miga, eles veem graça em tudo.
- Sagitarianos são intensos e românticos. A única coisa que pega é que eles amam a liberdade, ou seja, demoram pra virar casal. Mas quando viram... é só amor.
- Inconstante: mito ou verdade? Verdade. Mas tem explicação: eles querem viver tudo ao mesmo tempo e podem desistir de coisas pelo caminho.

Virgem (23/8 a 22/9)

- Bom menino real! Ele é a gentileza em forma de boy. Educado, fofinho e do tipo que super pensa em você.
- Que timidez é essa, crush? O virginiano é meio na dele e pode demorar pra mostrar que está a fim. Pitadas fortes de timidez. Mas ele se solta!
- Pedra de gelo no coração: mito ou verdade? Mito. Apesar de não parecer, ele sente, sim. Só não é megaextrovertido como os leoninos e os sagitarianos.

Capricórnio (22/12 a 20/1)

- Eita boy honesto. Se você pedir uma opinião, ele vai falar a real pra você, sem filtro nenhum. No lance, nada de joguinhos.
- Ele é sério, ele. Pelo menos em um primeiro momento, você vai senti-lo todo certinho. Mas, aos poucos, o boy vai se soltando.
- Mão de vaca: mito ou verdade? Verdade verdadeiríssima! Mas eles não economizam em lanches e rolês. Menos mal, né?

Libra (23/9 a 22/10)

- Rei dos contatinhos, esse boy demora a namorar sério porque vai ficando, ficando até sentir que se apaixonou.
- Indeciso? Sim! E também inconstante em alguns momentos. O libriano é simpático, gente boa, mas nem ele mesmo manda em sua cabeça.
- Zero treta: mito ou verdade? 100% verdade. É sempre um libriano que garante a paz na turma. Eles não brigam nem com ex.

Aquário (21/1 a 19/2)

- Ele é desprendido e tranquilo. Por isso, demora muito pra pensar em namoro. Por ele, dá pra ir ficando pra sempre.
- O jeito engajado deste crush faz com que ele se interesse mais por meninas que tenham ideais parecidos com o dele. Amor à primeira vista não é a dele.
- Teimoso: mito ou verdade? A maior verdade ever. Ele detesta quando precisa fazer algo que não é exatamente do jeito dele.

Escorpião (23/10 a 21/11)

- Ele é a determinação em forma de boy. Ou seja, vai ficar atrás de você até conquistá-la. Desistir não é com ele.
- O escorpiano observa muito. Por isso, ele costuma saber de tudo antes da geral. Esse jeito misterioso dele é pura observação.
- Ele pega ranço: mito ou verdade? Pega, sim. Mas só quando dão mancada. E olha que ele demora a esquecer. Isso é, se esquecer...

Peixes (20/2 a 20/3)

- Ele é cheio de expor os sentimentos. Um boy bem transparente o pisciano, que não guarda nada pra si. O negócio do boy é dividir.
- Confusões fazem parte. O pisciano tem boas doses de distração. Por isso, se perde nas datas e tudo mais.
- Romântico: mito ou verdade? Miga, o boy inventou o romantismo e ama fazer coisinhas pra deixar quem curte feliz. Ele é todo coração.

Figura 17 — Página 52, edição 273, agosto de 2018

CHEGAR NO Crush?

Se prepara, essa é a hora de **você** tomar a iniciativa!

• Texto: Mabi Zanotti/colaboradora
• Design: Pêrola Stein

Muitas vezes, o crush não toma atitude e você perde a chance de conhecê-lo. Mas imagina só o tanto de coisa legal que vocês podem viver juntinhos! Você só precisa um pingo de coragem, miga. #sejoga. Essa história de ficar esperando o príncipe encantado, já era! Chegou a sua vez de ser protagonista e mandar a real pro boy!

Na escola

- ★ **"Conheço o boy"**
O clima é favorável e você consegue puxar assunto sem medo!
Se ele for da sua sala, peça ajuda em uma matéria que ele manja e sugira para estudarem juntos! Se for mais velho, peça dicas sobre como lidar com aquele professor mala. E se for mais novo, ofereça seus resumos dos anos anteriores!
- ★ **"Não conheço o boy"**
Se o intervalo de vocês for junto, sente próxima da galera dele. Outra dica é se aproximar primeiro de alguém do grupinho do boy! Fique atenta aos assuntos deles, e quando rolar a chance, exponha sua opinião sobre o tema e surpreenda o crush.

Em aniversários e festas

- ★ **"Conheço o boy"**
Tem amigo em comum no rolê? Use isso ao seu favor e peça ajuda pra chegar nele. Entre nas mesmas rodinhas de conversa e, quando surgir a chance, fale com o fofo. Puxe assunto sobre como ele e seu amigo se conheceram e fale sobre os interesses que conectam vocês.
- ★ **"Não conheço o boy"**
Quando o carinha estiver dançando, vá pra pista e arrase com as amigas! Para demonstrar interesse, olhe para o crush e solte aquele sorrisinho de quem quer alguma coisa. Ele vai entender! Tente mais perto e quebre o gelo com alguma piadinha.

Figura 18 — Página 53, edição 273, agosto de 2018

ELAS CONTAM COMO FOI!

Redes Sociais

★ **"Conheço o boy"**
Se já o conhece, não apenas dê like, mas também comente os posts dele! Assim, vocês vão criando certa intimidade. Que tal mandar um meme no chat para puxar assunto no privado? Marque-o em vídeos e mande músicas que são a cara dele, com o tempo super rola de chamar o crush pra sair!

★ **"Não conheço o boy"**
Adicione o carinho e vá curtindo as publicações. Quando estiver pronta, dê um like em uma foto antiga! Ele vai sacar que você está interessada. Que tal dar a famosa stalker para descobrir o que o boy curte? Depois é só mandar "Oi" com algo que tenha tudo a ver com ele e com você!

No Shopping

★ **"Conheço o boy"**
Dê um jeito de ficar pertinho dele! Peça para ele acompanhá-la até a praça de alimentação e tomem um sorvete juntos. Que tal falar sobre suas lojas preferidas ou sobre aquele filme que está em cartaz? Se ele se interessar, convide-o para assistir em algum outro dia!

★ **"Não conheço o boy"** Saiu com as BFFs e cruzou com um gato no corredor? Dê um jeito de encontrar ele de novo e pergunte as horas... Ou quem sabe, onde fica aquela loja de esportes! Se rolar papo, é só ir de zap e chamar para o rolê. Não perca a chance!

#Dicas

- Se você é... **tímida**, vale apostar em bilhetinhos e interações nas redes sociais
- Se você é... **engraçada**, use e abuse dos memes!
- Se você é... **ansiosa**, planeje antes o que vai falar.
- Se ele é... **seu amigo**, pense bem se o lance não pode afetar a amizade!
- Se ele é... **diferente de você**, não mude o seu jeito, ele tem que gostar de como você é.

A gente conversava todo dia, mas, às vezes, eu deixava de lado porque eu pensava que ele estava desinteressado. Até que uma amiga nossa mandou a foto dele pra mim com a legenda 'ele tá triste porque você não fala com ele'. Eu o chamei de novo, saímos depois de muito tempo e quando iam nos despedir eu falei: 'ah, meu anjo, você não vai embora não, volta aqui'. Puxei ele e a gente ficou!". @babiursini

Custei a tomar coragem e detalhe, ainda nem sabia o nome dele! Eu sempre o via, mas não tinha coragem de perguntar como ele se chamava. Um dia, tomei coragem e finalmente perguntei o nome e se o boy podia me passar o WhatsApp. Ele foi super gente boa e me passou... Depois demorou para responder e o vácuo rolou, mas ainda mexe comigo." @deborah_estevam

Foto: Tim Balthasar/Getty Images; Shutterstock/Getty Images; iStock/Getty Images; eShen/Getty Images

Figura 19 — Página 42, edição 274, setembro de 2018

ALÉM do beijo

Saímos do boca a boca e fomos atrás das curiosidades para você virar uma beijoqueira com muita propriedade!

• Texto: Bruna Ferreira
• Design: Pérola Stein

Trago verdades: se você não gosta de beijar, é porque ainda não beijou (ou ainda não teve o beijo). É que esta troca de carinho (saliva e outras coisas) traz muitas sensações boas pra gente. Mas um beijo não é feito só de boca na boca e línguas em contato. Nós trouxemos algumas curiosidades – além de umas diquinhas, sempre bem-vindas!

QUEEE?
Existe uma teoria que diz que a necessidade de beijar é uma lembrança do tempo em que mamávamos. Pode parecer estranho, mas, segundo a teoria, naquela época eram os lábios que forneciam a mais essencial forma de comunicação. Ou seja, o beijo traz recordações bem agradáveis.

FAZ TEMPO!
Beijo não é coisa nova, não. O ato de jogar beijos já existia há três mil anos antes de Cristo e era usado pelos adoradores que atiravam beijos aos seus deuses.

BEIJANDO TODO MUNDO
Enquanto você foge de cumprimentar aquela conhecida na rua com um aceno de mão, na Roma antiga, a galera cumprimentava com beijo mesmo. Isso servia para amigos, família, estrangeiros e até vendedores de porta em porta. Eita!

AGUENTA, CORAÇÃO!
Segundo descobertas médicas, um beijo apaixonado aumenta tanto a pulsação e o nível hormonal do corpo que pode reduzir um minuto da sua expectativa de vida. Eita!

Figura 20 — Página 43, edição 274, setembro de 2018

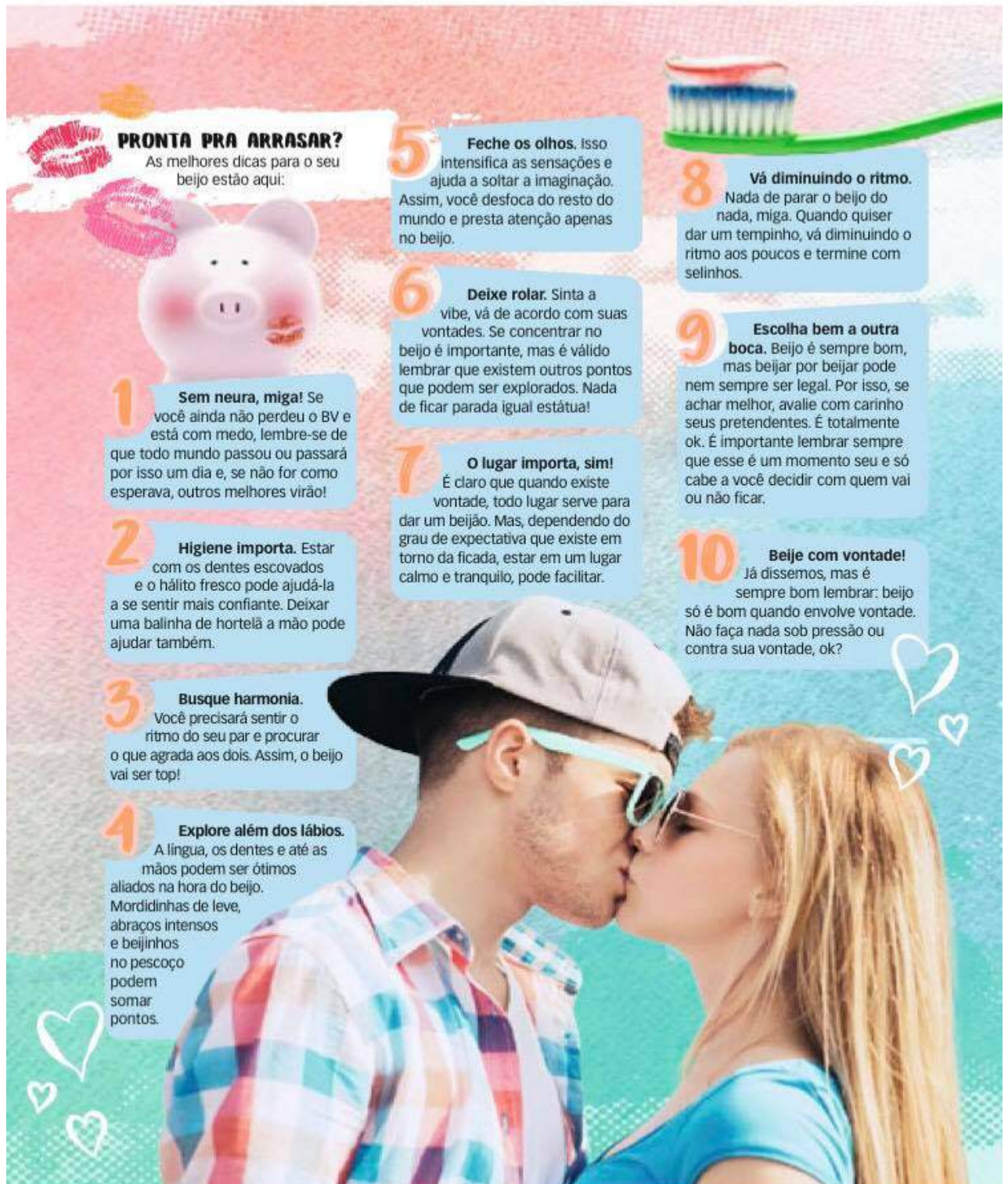


Figura 22 — Página 50, edição 275, outubro de 2018

Meninos X Meninas

Os boys: "A tendência é que eles se liguem mais nas características físicas da garota ou do garoto", explica Katiucia, psicóloga. Mas isso é mais em um primeiro momento. Até porque beleza não sustenta nenhum namoro, né?"

As girls: "Elas curtem aqueles que tenham mais a ver com seus valores", contam Maira Pieri Ribeiro e Elizete Prescinotti, médicas hebiátras. As garotas tendem a curtir mais pessoas carinhosas e gente boa.

Mas...

Isso tem mais a ver com namoro e depende de cada pessoa também. Se for só pra ficar, as características físicas acabam falando mais alto. Ou seja, pegar nem sempre é sinônimo de apegar. E uma coisa é certa: a gente pode até não escolher porque sem se apaixonar, mas escolhemos com quem queremos ficar.

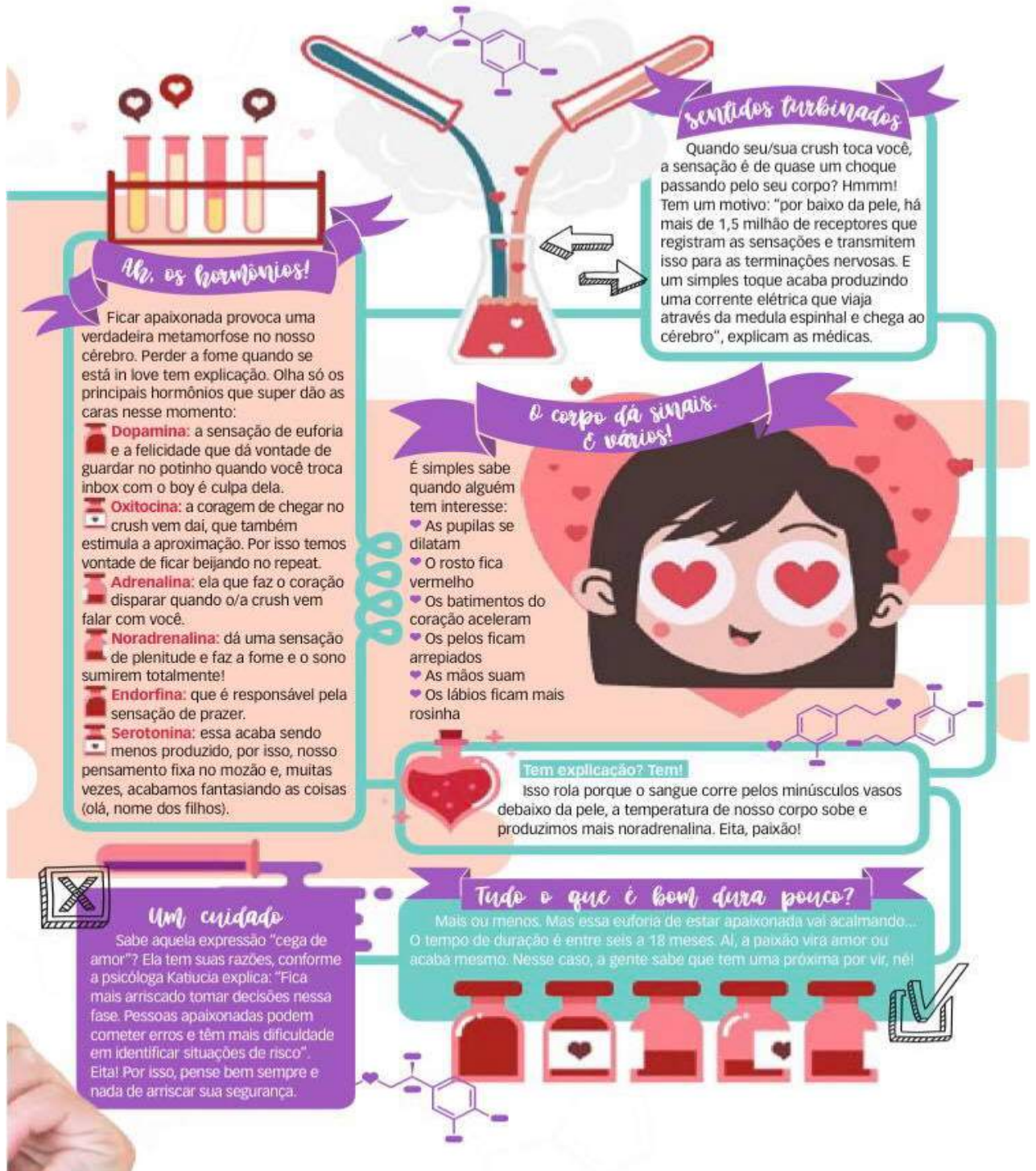
EITA QUE É PAIXÃO

Várias reações acontecem no corpo (e na cabeça) das pessoas apaixonadas. A gente vai explicar tudo

Você está tranquila na sua e... PAH! Uma sensação louca toma conta de você. Na sua cabeça, só tem espaço pra pensar no crush, na festa de casamento e nos nomes dos filhos. A conversa com as bests é APENAS sobre o love. E o quanto você fica vermelha quando ele aparece na sua frente? A paixão é um sentimento delicioso e muito doído. Você vai amar saber mais... Vem!

• Texto: Mariana Scherma • Consultorias: Katiucia Marquezin, psicóloga, e Maira Pieri Ribeiro e Elizete Prescinotti, hebiátras • Design: Perola Stein

Figura 23 — Página 51, edição 275, outubro de 2018



4.3. Temática abordada

Com o foco somente nas matérias principais de cada edição, nota-se que o tema é sempre voltado para o outro, no caso, para o masculino. Apesar de a revista ser destinada a meninas, todo o conteúdo é focado no “boy” e no “*crush*” e em táticas acerca do que a leitora precisa fazer para conquistá-lo — necessidade colocada como o objetivo mais importante a ser alcançado para as leitoras.

Tal foco pode ser nocivo, uma vez que reafirma o pensamento machista e a pressão historicamente social e arcaica de que uma mulher/menina só é completa e alcança a realização se tiver um companheiro ao seu lado. A norma social de que o correto e natural é estar em um relacionamento pode causar diversos conflitos e complicações — principalmente quando falamos de autoestima.

Crescemos ouvindo que existe um “caminho” a ser seguido na vida e que existe uma ordem natural de acontecimentos padrão para todos os humanos. Absorvemos esses comportamentos e ideais quando crianças e muitas vezes não os questionamos quando adultos. Em uma reportagem da UOL, Silvia Donati, *coach* pessoal e profissional, traz o depoimento de que

[...] Somos programados a pensar que relacionamento é um objetivo de vida. Isso se torna uma de nossas crenças, pois acreditamos que há uma ordem natural de acontecimentos em nossa trajetória de vida em que crescer, namorar, casar e ter filhos são etapas desta conquista. Para muita gente, não estar em um relacionamento pode representar o fracasso de sua existência. (NORONHA, 2018)

Complementando esse ponto de vista, ainda na mesma reportagem, Lígia Baruch de Figueiredo, doutora em Psicologia Clínica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e coautora do livro *Tinderellas — O amor na era digital* (Ema Livros), traz o fato de que quem não está em um relacionamento é sempre visto com desconfiança, uma vez que a família, por exemplo, está constantemente cobrando e perguntando sobre o tema para sentir-se tranquila de que a pessoa está bem (NORONHA, 2018).

Por fim, o medo da solidão é algo que pode também contribuir para esse cenário, o que muitas vezes faz com que mulheres se vejam em relacionamentos abusivos, por exemplo. “Como o ser humano se sente incompleto, mesmo que de fato não o seja, busca no outro a completude. [...] a solidão pode ser, sim, um fator de busca de uma realização em um outro alguém”, traz Elaine Di Sarno (NORONHA, 2018), psicóloga e neuropsicóloga de São Paulo.

Tais pontos fazem com que assuntos como atualidades, mundo, economia e diversos outros sejam descartados em detrimento daquilo que se julga como necessário e realmente importante para as meninas.

4.4. Recursos linguísticos/visuais

Uma vez que o conteúdo das matérias já pode ser visto e evidenciado, a análise aprofundada está relacionada ao discurso e seus elementos trabalhados ao longo das páginas principais das edições. Como vimos, é sabido que os meios de comunicação de massa procuram disseminar certas ideologias na sociedade e fazem uso, muitas vezes, do discurso persuasivo para isso. Discurso que, segundo Citelli (2002), autor aqui já citado, possui elementos que procuram, quando trabalhados em conjunto, provocar reações emocionais no receptor — o emissor busca utilizar recursos afetivos para conquistar e capturar a atenção, emoção e confiança de seu público leitor.

No entanto, é preciso considerar que o público leitor consiste em uma variedade de públicos diferentes (em maior ou menor escala, dependendo do veículo analisado). Visando aumentar o impacto com que os diferentes públicos recebem a mensagem, nota-se que normalmente acontece uma adequação da estrutura e do vocabulário do discurso desejado com o tipo de meio e veículo a ser utilizado, neste caso, a revista *Todateen*. Em geral, de acordo com o local em que a mensagem é veiculada, o uso das normas linguísticas (sejam cultas ou populares) possui grande importância. Elas são consideradas eficazes para transmitir informações e garantir a comunicação clara entre os membros de uma comunidade, mesmo considerando a existência de variedades socioculturais e regionais, por exemplo.

A norma culta é caracterizada por uma sintaxe mais complexa e uma pronúncia mais apurada, sendo normalmente utilizada quando se busca comprovar a veracidade de um discurso ou afirmar um ponto específico, uma vez que se expõe de forma mais precisa aquilo que se quer dizer. A norma popular, por sua vez, é caracterizada por uma linguagem mais simples e pela somatória de diversos outros elementos, como as gírias. Devido a esses fatores, ela é comumente utilizada em situações de menor grau de formalidade, como conversas entre amigos e familiares.

Quando pensamos nessa variedade de normas, discursos e níveis de linguagem, é importante trazer o ponto de vista de Dino Preti (1994):

As variações quanto ao uso da linguagem pelo mesmo falante, em função das variações de situação, podem ser de duas espécies: nível de fala ou registro formal, empregado em situações de formalidade, com predominância da linguagem culta, comportamento mais tenso, mais refletido, incidência de vocabulário mais técnico; e nível de fala ou registro coloquial, para situações familiares, diálogos informais onde ocorre maior intimidade entre os falantes, com predominância de estruturas e vocabulário da linguagem popular, diria e expressões obscenas ou de natureza afetiva. (PRETI, 1994, p. 38)

No caso da revista *Todateen*, foco de análise deste trabalho, nota-se uma linguagem informal, de registro coloquial e seguindo uma norma popular, com a presença de gírias e diversos outros elementos de discurso que fazem referência a elementos do universo adolescente, que serão posteriormente trabalhados aqui.

Dominique Maingueneau (2002, p. 78) traz que: “Pode acontecer efetivamente que um enunciado apresente certas características de um enunciado dependente do ambiente, embora sirva-se de um suporte gráfico e pressuponha uma recepção diferida: pode-se, então, falar de enunciado escrito de estilo falado”. Com essa constatação em vista, é possível classificar também os enunciados da revista como enunciados escritos de estilo falado.

Até a década de 1980, pesquisas no campo da linguística apontavam a oralidade e a escrita como duas modalidades opostas e estanques. Características como informalidade, gírias, gestos, expressões faciais eram atribuídas à linguagem oral enquanto o uso da norma padrão, por exemplo, à linguagem escrita. No entanto, com o passar do tempo, novos estudos foram surgindo nas áreas que buscavam questionar esse binarismo.

Luiz Antônio Marcuschi (2001) explora o fato de que essas duas modalidades da língua possuem não somente diferenças, mas também semelhanças. Mais do que ser oral ou escrita, o autor traz a formação e caracterização da linguagem a partir de seu contexto de produção e finalidade do enunciado, que pode definir, por exemplo, o grau de formalidade e o léxico empregado. Ele defende que a oralidade e a escrita são usos da língua com características próprias, mas que não possuem força o suficiente para ser consideradas opostas, uma vez que “ambas permitem a elaboração de raciocínios abstratos e exposições formais e informais, variações estilísticas, sociais, dialetais e assim por diante” (2001, p. 17). Tendo em vista esse raciocínio, o autor propõe dispor as linguagens oral e escrita em um quadro “contínuo tipológico”, em que nas extremidades se encontram as manifestações “puras” da língua (seja oral ou escrita) e suas principais características. A partir das extremidades, no centro do quadro estão os gêneros mistos, que possuem características tanto da linguagem oral quanto da escrita.

Quando olhamos para as revistas, seu contexto e finalidade, observamos uma linguagem que, apesar de escrita, se aproxima da linguagem oral, quando analisamos o vocabulário e o

nível de informalidade empregado. Se formos considerar o quadro de Marcuschi (2001), provavelmente a *Todateen* estaria no centro dele, sendo caracterizada por um gênero misto. Dito isso, exploraremos a seguir alguns recursos como as variações linguísticas, os termos em inglês, a presença do imperativo, as interpelações, as gírias, as referências aos memes, as imagens e ilustrações trazidas e por fim, todos os efeitos de tais elementos sobre as leitoras.

4.4.1. O internetês e as variações linguísticas

Além da linguagem oral e escrita, precisamos pensar também em suas variações considerando o contexto dos avanços tecnológicos e da comunicação na internet. Em linhas gerais, a escrita utilizada nas redes sociais, nas mensagens de texto e na internet possui características diferentes das vistas até então, como abreviações, gírias, emojis, figurinhas, reduções de palavras e diversos outros recursos que surgem com o objetivo de aproximar a conversa com o outro e que são muitas vezes adotados na linguagem oral e escrita, como antes conhecidas. Érica Melo (2017), por sua vez, em seu estudo sobre a influência da linguagem da internet na escrita formal, traz esse mesmo fato quando diz que “é, portanto, uma linguagem conhecida como internetês e suas características são bem comuns no mundo virtual, cabendo aos usuários adaptar-se a estes novos modelos de escrita” (MELO; SANTANA, 2017, p. 24).

Como vimos, a *Todateen* se caracteriza por um gênero misto, trazendo diversos elementos da escrita, da oralidade e do internetês. Para constatar tal fato, segue uma relação das abreviações, emojis, hashtags (#) e adaptações de palavras encontradas nas matérias principais das edições aqui analisadas:

Tabela 1 — Abreviações, símbolos e adaptações

EDIÇÃO/ELEMENTO	ABREVIACÕES	EMOJIS E SÍMBOLOS	ADAPTAÇÕES DE PALAVRAS
JANEIRO	miga (amiga), cê (você), tá (está), migos (amigos), namô (namorado), parça (parceiro)	assuntos do s2, #parceria	sensuellen, falsianes, moção, contatinho

FEVEREIRO	miga (amiga), BFF (best friend forever), né (não é)		carinha, tâãão insegura
MARÇO	insta (Instagram), miga (amiga), finde (final de semana), xonas (apaixonada), né? (não é?)	símbolos de like e de balão de chat, @, ;)	contatinhos, ~qualquer~, muuuita coisa
ABRIL	OMG! (Oh my god), tô (estou), migos (amigos), parças (parceiros), tá (está), namô (namorado), miga (amiga), make (maquiagem)	100%, :)	supernormal, ~ousadamente~, supernatural, supersincera, sogrinha, mesmíssima
MAIO	né? (não é?), miga (amiga)	;))	contatinho, meganervosa
JUNHO	miga (amiga), BFF (best friend forever), tá (está), tô (estou)	#socorrotodateen, @, 100%	certíssima, ~solteiros~
JULHO	miga (amiga)	100%, +	textão, muitíssimo, contatinhos, megaextrovertido, engraçadões, verdadeiríssima, tranqüilão
AGOSTO	miga (amiga), BFFs (best friends forever), zap (WhatsApp)	#sejoga, @, #dicas	carinha
SETEMBRO	miga (amiga), BV (boca virgem), vs (versus), brinks (brincadeira), mina (menina)	=	beijoqueira, diquinhas, queeee?, beijão, tempinho, tantão, beijoca, boquinhas

OUTUBRO	né? (não é?)	X	mozão
---------	--------------	---	-------

Fonte: Elaborada pela autora.

Nota-se que muitas palavras se repetem nas diferentes edições, como “miga”, “tô”, “tá”, “contatinho”, “né”, “BFF”, “parça”, entre outras. É importante ressaltar também que muitas dessas adaptações e abreviações de palavras acabam conversando com diversas gírias e expressões que temos, também elementos mais comumente presentes na oralidade e analisados a seguir.

4.4.2. Gírias e expressões

Ao longo das matérias, nota-se o uso excessivo de coloquialismos e gírias nos textos. Esses léxicos são tão repetidos e saturados nas matérias que, por vezes, essa artificialidade toma a sensação de intimidade, cumplicidade e descontração almejada pela redação. Cabe ressaltar que a possível intenção desse excesso seja alcançar a maior variedade possível de leitoras, que identificar-se-ão ao menos com uma parcela mínima dos símbolos e expressões impressos na revista.

Dino Preti (2000) traz que o léxico é elemento primordial para a sobrevivência de uma comunidade. Influenciados por diversos motivos, alguns deles são a origem geográfica dos falantes, faixa etária, sexo e escolaridade. A partir disso, entendem-se os termos lexicais utilizados por diversos grupos sociais restritos como gírias, podendo ser palavras ou expressões, consideradas inicialmente manifestações da linguagem oral.

Ainda segundo o autor, as gírias podem ser divididas em dois grandes conjuntos: as de grupos e as comuns. O primeiro conjunto remete à gíria “considerada como parte integrante dos costumes sociais de um grupo social” (PRETI, 2000, p. 216). Ou seja, são termos que geram identificação e senso de pertencimento a um grupo específico, como *teens*/adolescentes, que usam desses códigos para se comunicar e se entender melhor. No momento em que uma gíria de grupo passa a ser utilizada por muitos grupos e, eventualmente, por uma sociedade inteira, ela passa a ser considerada uma gíria comum.

Sendo assim, a presença de gírias nas mídias e nas revistas, principalmente as de grupo, torna-se também um recurso de aproximação e identificação com o público leitor desejado, a fim de mostrar conhecimento de seu mundo e de sua comunicação. “Assim, ao lado da

necessidade de seguir as regras previstas para a escrita, mais ligadas à linguagem culta, existe também a necessidade de utilizar expressões populares e de gíria, para criar a mesma aproximação que esses vocábulos criam na linguagem oral, quando usados convenientemente.” (PRETI, 2000, p. 220).

Visando entender melhor esse cenário e como as gírias (palavra e expressões) são empregadas nas matérias das revistas, segue uma relação das encontradas nas dez principais matérias aqui analisadas. Neste primeiro momento, tem-se a exclusão dos estrangeirismos.

Tabela 2 — Gírias e expressões

EDIÇÃO	GÍRIAS/EXPRESSÕES
Janeiro	lances do passado, rolezeira, lacre puro, rolês, contatinho, rolar treta, olha ela!, cê acredita?, o jogo vai virar, os humilhados seriam exaltados, ficar mais na sua, momentos de eita, pintar alguns obstáculos, gostosinho-zero-briga, fechou?, jogo de cintura, bater de frente, tá com tudo hein?, sim ou com certeza!?
Fevereiro	rolês, lance, me nota!, vai ter muito fechamento, vamo fecha?, perder a voz, quais são as suas armas?, na real, não vai rolar, está a fim dele, ela tem atitude ela, bora atrás do sim, lance massa, vai fundo, bora fechar?, ficar de boas
Março	contatinhos, daora, lance, curte, rolê, lacrou, bonde, vem de stories, não custa nada, engolir a timidez, deixe a conversa rolar, SEM CHANCE?, falar na cara, tem menina na área, lugar x, sacar seu interesse, pegar no pé, já fechou
Abril	gato, curte, tipo, bafões, micos, tretas, nível polar, olha aí, paz e amor, roer as unhas, meu namorado isso meu namô aquilo, a vida não gira em torno, jogo de cintura, aí não dá, batam de frente, campo de guerra
Maio	modo beijar ativado, rola uma dúvida, gente boa, estiver rolando muito, dar um toque, se tocar, pagar algum mico, fica enrolando, falar a real, a tal da química
Junho	rolar, bora, lance, zero a zero, segue em frente, valer a pena, toca o coração, abrir o jogo, deixar as amigas de olho, jogar a real, bola pra frente, puxando um papo, corre lá no canal
Julho	galinha, treta, rolo, rolês, ranço, mancada, ele é objetivo ele, vontade de beijar que chama, e tudo mais, na real, cheio de fogo, guarda mágoa, um pé no romantismo, não é por mal, leve a mal, ai de você, bom menino real, meio na dele, está a fim, se solta,

	gente boa, antes da geral, coisa que pega, falar a real, verdade verdadeiríssima, ir ficando, ele é todo coração
Agosto	manja, mala, rolê, curte, lance, pingo de coragem, já era, mandar a real, rolar a chance, arrase com as amigas, quebre o gelo, puxar assunto, super rola, ele vai sacar, cruzou com um gato, rolar papo, ir de zap, deixava de lado, meu anjo, gente boa, use e abuse
Setembro	neura, BV, selinhos, boca a boca, O beijo, aguenta coração, soltar a imaginação, deixe rolar, beijar por beijar, beijando infinito, levou bem a sério, músculos ativar, que treta
Outubro	pegar, se liguem, tenham mais a ver, gente boa, fica vermelha, super dão, guardar no potinho, isso rola, cega de amor

Fonte: Elaborada pela autora.

É interessante notar como parte das expressões faz referência a outros elementos da cultura *teen*. Por exemplo, “cê acredita” faz referência a uma frase comumente falada pelo funkeiro Mc Kevinho e “olha ela!” é um bordão usado pelo blogueiro Hugo Gloss e que viralizou após ser falado por uma participante do Big Brother Brasil.

Como visto nas matérias, e agora com um aprofundamento um pouco maior, com as gírias nota-se a forte presença dos estrangeirismos — “palavra, expressão ou construção de uma língua estrangeira usada ou integrada numa língua nacional”, conforme definição trazida pelo *Dicionário Infopédia da Língua Portuguesa* (ESTRANGEIRISMO, 2019). Em todas as matérias analisadas, sem exceção, pode-se encontrar palavras em inglês durante os textos. Segue uma relação:

Tabelas 3 — Estrangeirismos

EDIÇÃO	ESTRANGEIRISMOS
Janeiro	spoilers, boy, love, <i>crushes</i> , “mais agitada ever”, <i>crush</i> , good vibe, friends, bests
Fevereiro	<i>crush</i> , boy, stories, BFF, bad, girl, “pegar sua bike e partir”
Março	stories, love, direct, <i>crush</i> , insta, boy, date, posts, team, stalkeio, user, FBI, timeline
Abril	OMG!, make, boy, “grudar no boy”
Mai	direct, <i>crush</i> , dica master, boy, kiss

Junho	help, <i>crush</i> , BFF, girls, boy
Julho	boy, <i>crushes</i> , “maior verdade ever”
Agosto	<i>crush</i> , boy, like, posts, chat, stalkeada, BFFs, chegar no <i>crush</i>
Setembro	top, vibe, boy, girl
Outubro	boys, girls, <i>crush</i> , bests, love, in love, inbox, chegar no <i>crush</i> , no repeat

Fonte: Elaborada pela autora.

Por fim, nota-se também a presença de expressões mais comuns da oralidade, muitas vezes acompanhadas de uma pontuação exagerada, como “ah!”, “eita!”, “ufa!”, “uhu!”, “yey!”, “hein!?”, “né?”, “alô”, “kkk”, “hehehe”, “hmmm”, “tá?”, “PAH!”, “olá”. Esses recursos, assim como os outros vistos até o momento, tem a intenção de aproximar a conversa e simular um bate-papo pessoal e informal com uma amiga à medida que a leitora vai lendo a revista.

4.4.3. Injunções e interpelações

Por mais que a revista esteja propondo uma conversa informal entre amigas, nota-se que ela adota uma postura de mais experiente e de guia para as leitoras. Um dos recursos que usa, muito sutilmente, para passar essa noção são as injunções. Injunção, segundo o *Dicionário Infopédia da Língua Portuguesa*, é o “ato ou efeito de injungir, de impor como obrigação” (INJUNÇÃO, 2019). Nas edições, podemos ver a presença de ordens e obrigações em frases como “se joga!”, “fica com você a tarefa de..”, “comece a seguir..”, “vai fundo!”, “dá só uma olhada”, “mande nos stories”, “desligue o botão da vergonha”, “anote a dica”, “chame para conversar”, “essa é a hora de você tomar a iniciativa”, entre diversos outros trechos em que o imperativo domina.

Além desse uso, nota-se o tom de superioridade da *Todateen*, já que ela se posiciona como a irmã mais velha ou a amiga mais experiente que vai trazer respostas para todas as dúvidas das leitoras e contar coisas que ninguém nunca chegou perto de contar. Tal noção aparece em frases como “os spoilers do seu ano estão todos aqui”, uma vez que a revista teve acesso a esse conhecimento antes das leitoras e agora está trazendo as novidades; ou “Descobrimos todos os passos para você ser notada pelo boy”, em que a redação traz as respostas de um mistério para as leitoras, como visto nas edições de janeiro e fevereiro,

respectivamente. “Tudo o que você precisa saber” e “A gente vai explicar tudo” são exemplos claros disso.

“Contamos a você os fatos que ninguém diz para ajudar nesse momento”, “A gente sabe que sempre rola uma dúvida sobre esse assunto. Fomos atrás das respostas pra você ;)” e “Desvendamos tudo o que você precisa saber sobre o boy de cada signo” são frases que abordam a ideia de parceria e auxílio, mas ainda assim trazem superioridade e experiência, como se a revista fosse alguém que já passou por esses momentos e agora traz as respostas e soluções desejadas.

No entanto, é preciso ter cuidado, pois muitas vezes pode-se gerar uma sensação de que a leitora está fazendo algo errado ou que ainda não é alguém que precisa ser, como na matéria “Além do Beijo”, da edição de setembro, em que a frase “Você vai virar uma beijoqueira com muita propriedade” assume que a leitora ainda não é e que precisa aprender a ser. Novamente, verbos no imperativo como “busque”, “explore”, “deixe”, “feche”, “escolha” e “beije” trazem a noção de guia. Há até um passo a passo para que, caso a leitora o siga, ela tenha o beijo perfeito prometido pela revista.

Na edição de março, a frase inicial “Se você ainda não percebeu, o Instagram é a rede social que mais está facilitando os contatinhos. Duvida?”, além de a revista trazer a pressão de que a leitora deveria saber aquele conteúdo, ela ainda coloca um desafio por meio de uma pergunta no final, ou melhor, de uma interpelação. As inseguranças da leitora são acionadas pela pergunta, fazendo-a questionar o que sabe e pensa e estimulando a leitura do que vem a seguir.

Interpelações, segundo o *Dicionário Infopédia da Língua Portuguesa*, é o “ato ou efeito de interpelar, de dirigir a palavra a alguém para perguntar algo ou para exigir explicações” (INTERPELAÇÃO, 2019). Além da presença de expressões como “hein?”, “tá?” e “né?”, já vistas neste trabalho, nota-se que as perguntas estão presentes em todas as matérias. Seguindo a ordem de lançamento, de janeiro a outubro, podemos encontrar trechos como: “Cê acredita?”, “Já tem alguém que mora no coração?”, “Pode ser?”, “Já namora?”, “O que você ganha com isso?”, “Bora atrás do sim?”, “Duvida?”, “Sem chance?”, “[...] não tem coragem de perguntar para ele?”, “Você não curte os amigos dele?”, “O que fazer?”, “Pra vida ou pra um momento?”, “Sabe a questão da química”, “Miga, 2018, né?”, “Já pensou ter a ajuda das girls famosas que você ama?”, “Mito ou verdade?”, “O motivo?”, “Que tal dar a famosa stalkeada para descobrir o que o boy curte?”, “Pronta pra arrasar?”, “Já pensou que treta?!”, “Tem explicação?”.

De acordo com Norman Fairclough (2001, p. 171), “os produtores interpelam os sujeitos intérpretes que são ‘capazes’ de desenvolver relevantes suposições e de fazer as conexões que

produzem leituras coerentes”. Em linhas gerais, o autor traz que um texto é considerado coerente quando produz um sentido claro para o destinatário. Mais uma vez, as interpelações são um recurso que aproxima a leitura das leitoras.

Como visto, e de acordo com Charaudeau (2013), tanto as injunções quanto as interpelações são usadas para que o sujeito enunciador se coloque em uma posição de superioridade em relação a seu interlocutor, uma vez que só questiona e manda quem conhece e quem pode.

4.4.4. *Imagens e ilustrações*

Além dos elementos lexicais e dos recursos utilizados vistos até o momento, é importante considerarmos também os elementos gráficos como as imagens e ilustrações. Para melhor detalhamento, a análise será feita por edição.

Na edição de janeiro, não temos nenhum menino ou menina sendo representado. As ilustrações passam a ideia de desenhos informais e rabiscos em um caderno de escola, representando os símbolos da astrologia ali descritos. A edição de julho, por se tratar de um tema parecido, traz a mesma ideia, com a única diferença de um menino ilustrado em preto e branco. A mesma noção de “feito em casa” aparece quando olhamos para a edição de fevereiro, em que temos colagens no rosto da menina, e, com o pouco que conseguimos ver dela, a entendemos como uma menina de cabelo liso preto e pele clara/caucasiana.

A matéria “Vem de Stories”, da edição de março, traz somente ilustrações de um “exército” de figuras femininas se preparando para executar as dicas ali dadas. Símbolos das redes sociais, como corações, botões de curtidas e chats, estão presentes também. Adesivos ou “stickers” do Instagram com os dizeres “Lacrou” e “Daora” também estão presentes.

Na edição de abril, ao contrário da anterior, além de termos ilustrações que fazem referência ao frio, por conta do nervoso que o tema abordado traz para as leitoras, existe a presença de uma imagem de uma menina loira, de olhos claros, cabelo liso e pele clara. A edição de maio, por sua vez, mistura ilustrações com fotografias, trazendo também uma noção de colagem e de rabiscos informais. Na fotografia, tem-se uma menina de pele clara e cabelos lisos, e na ilustração um casal hétero se beijando, e ambos têm cabelo liso. Assim como na edição de maio, a edição de setembro também traz um casal hétero se beijando. Mais uma vez, é um casal de pele clara, com cabelos lisos e loiros, ambos magros. Os rabiscos informais estão presentes, assim como a marca de beijos de batom na página.

A matéria “Help de Amiga”, da edição de junho, é caracterizada pela presença de famosas que as leitoras supostamente amam e em que se inspiram. Temos a presença de dez fotografias de meninas, todas de pele clara, magras e de cabelos lisos, loiras e morenas. Na matéria de agosto, a menina representada também é de pele clara, olhos claros e cabelos lisos.

Por fim, a edição de outubro traz uma mistura de ilustrações com fotografias. No entanto, tanto a menina ilustrada quanto a fotografada possuem pele clara e cabelos lisos. Por ser uma matéria que fala da “química da paixão”, estão presentes elementos como utensílios de laboratório, tubos de ensaio e fórmulas de química orgânica.

4.5. Sexoleto

Como vimos anteriormente, segundo os estudos de variação linguística, a língua falada, por ser uma opção comunicativa usada pela imensa maioria das pessoas, inevitavelmente sofre variações de uso, seja de época para a época, de lugar para lugar, de idade para idade, de gênero para gênero etc. Visando focar no objeto de análise aqui proposto, é válido entrarmos nos escritos referentes à variação linguística de gênero, uma vez que Paiva (2004 apud AURELIANO; OLIVEIRA, 2017, p. 5) afirma estarem no plano lexical as diferenças mais evidentes entre a fala de homens e mulheres.

Com essa provocação, nota-se que existe uma série de teorias que exploram o fato de que determinados termos e usos na fala, como gírias específicas e palavrões, são mais usados por homens do que por mulheres, já que o “o papel social que o homem ou a mulher exerce irá influenciar em seu comportamento linguístico” (PAIVA, 2004 apud AURELIANO; OLIVEIRA, 2017, p. 41). Ainda segundo as pesquisadoras,

[...] as diferenças linguísticas [...] ocorre[m] porque a língua está ligada a comportamentos e atitudes linguístico-sociais. A sociedade estabelece papéis diferentes para homens e mulheres, devido a isso se espera que utilizem padrões de comportamentos díspares e conseqüentemente suas escolhas linguísticas precisam e devem ser diferentes. (AURELIANO; OLIVEIRA, 2017, p. 6).

O elemento cultural, portanto, não pode ser descartado quando analisamos os elementos trazidos aqui pela comunicação da revista.

Diante desse cenário, é importante trazer as noções de sexoleto, de Robin Lakoff (1972). Segundo sua teoria, o sexoleto faz referência a uma linguagem das mulheres, cujas características linguísticas são:

Vocabulário específico (“coisas de mulher”), adjetivos vazios (“divino”, “maravilhoso”), entonação interrogativa em contextos em que se esperaria entonação assertiva, marcadores discursivos como estratégias de defesa (evidenciais epistêmicos, adversativos etc.), cuidado com a correção da linguagem (“gramática excessivamente certinha”), polidez, não uso de palavrão, e parecem falar dando ênfase a tudo e a todo momento. (FREITAG, 2015, p. 23)

Nota-se que a maioria dos aspectos por ela destacados no sexoletto feminino está bastante presente no discurso da revista *Todateen*. Como vimos, os temas remetem quase sempre a “coisas de mulher” (relativas à moda, ao cuidado pessoal e à sedução), além de o vocabulário ser específico e vazio (como se verifica nos termos sem fundamento como “bafão”, “boy” e as outras diversas gírias e expressões). Além disso, as interpelações trazem a entonação interrogativa citada pela autora, que é usada como recurso linguístico para criar a sensação de intimidade e cumplicidade com a leitora e prender sua atenção. As expressões originalmente vindas da oralidade, como “eita”, “uau”, “yey” e “OMG”, seguidas por muitos pontos de exclamação e muitas vezes em caixa alta, representam fielmente a sensação de ênfase a todo momento que Lakoff (1972) descreve.

O único ponto de sua teoria que é questionável quando analisamos a *Todateen* é o fato da linguagem gramatical excessivamente correta. No entanto, como visto aqui, isso se dá pela influência do internetês e da mistura entre modalidades escritas e orais na produção da revista e de seu discurso.

4.6. O ideal feminino representado

Como falado anteriormente, este trabalho busca levantar hipóteses acerca de quais mulheres/meninas estão sendo representadas e consideradas como interlocutoras da revista e quais os impactos disso quando pensamos em representatividade e autoestima. Ao analisar os elementos aqui presentes, nota-se que não existe uma multiplicidade de meninas englobadas na comunicação proposta pela redação.

Quando pensamos em orientação sexual, fica claro que a revista está conversando somente com meninas heterossexuais, uma vez que todas as matérias falam sobre como conquistar um menino e não abrem possibilidade para as demais interpretações. A homossexualidade ou a bissexualidade são descartadas, desconsiderando o fato de existirem meninas que se enquadram nessas orientações. Mesmo que em determinados momentos surja

“*crush*” como pronome neutro, logo em seguida vem uma frase com “para conquistar ele/o boy”. A única matéria que quebra esse padrão é a de outubro, quando traz as frases “da garota ou do garoto” e “curtir mais pessoas”, faladas pelas profissionais de psicologia e medicina. No entanto, logo em seguida, à medida que a redação da revista assume, voltam frases heteronormativas como “quando ele aparece na sua frente” e “quando você troca inbox com o boy”.

Quando pensamos em sexo biológico, a revista se propõe a conversar com fêmeas (segundo a *genderbread person*). Transsexuais não são incluídos, citados ou representados nas matérias. O mesmo acontece quando olhamos para identidade de gênero; outras opções além dos extremos, como pessoas *genderqueer*, não são pensadas nem representadas. O mesmo acontece com a expressão de gênero, caracterizada pelo modo que a pessoa age, se veste e se comporta. Nota-se uma limitação de atitudes e conceitos trazidos pelas matérias, muito influenciadas e reforçadas pelo sexoleto, padronizando um jeito “feminino” de ser e agir.

Como vimos a partir da temática trazida e analisada de dez principais matérias da *Todateen* em 2018, os temas abordados pela revista agregam pouco para o imaginário das leitoras e, junto ao discurso trabalhado, não visam desconstruir padrões machistas já tão enraizados na sociedade e amenizam e banalizam diversas violências. Por exemplo, para descrever um menino calmo, usam a frase: “eles não brigam nem com ex”, como se o padrão fosse terminar um relacionamento brigado e guardar raiva e rancor das ex-namoradas. O mesmo acontece ao promoverem somente o estereótipo hétero, cis, branco, de cabelos lisos e magro, que é quase sempre colocado em um pedestal inalcançável (e desejável) para a maioria das leitoras.

Junto à ideia já trabalhada aqui de segredos sendo revelados e de passos a passos milagrosos, a revista se propõe a ensinar os truques para que as leitoras possam aprender e se adequar ao que é socialmente esperado de uma jovem adolescente — e que vai fazer com que ela se sinta reconhecida e aceita.

No site da editora, na parte que fala da *Todateen* e tenta buscar anunciantes, antes da mudança de layout, em 2006, podia-se encontrar a seguinte frase, que comprova os demais pontos aqui trazidos: “Precisando ‘causar’ com consumidoras de 13 a 19 anos? Anunciar na *Todateen* é uma cartada certa. Com linha editorial diferenciada, abordando amor, relacionamentos, música, comportamento, moda, beleza e muito mais, *Todateen* é o que toda menina quer ser. *Todateen* tem credibilidade, flexibilidade, continuidade e diversidade”.

5 O REFLEXO NAS ADOLESCENTES

5.1. Conversando com elas

Após diversas teorias levantadas no estudo presente, torna-se importante também termos a visão de meninas adolescentes leitoras de revistas *teen* (não exclusivamente leitoras da *Todateen*) e entender sua relação com esses veículos e, conseqüentemente, suas preferências de consumo de conteúdo e os impactos que isso traz em questões de representatividade, para que possamos levantar hipóteses acerca das possíveis conseqüências de tal relação. Para tal, fez-se a aplicação de uma pesquisa empírica qualitativa na forma de entrevistas em profundidade com cinco entrevistadas.

Tal método foi escolhido para que as entrevistadas não ficassem limitadas a respostas objetivas e pré-configuradas. A ideia é que exista um espaço para ouvir os pensamentos das meninas e aprender com elas, que vivem isso diariamente. No entanto, é importante ressaltar que as entrevistas foram feitas de modo semipresencial, por meio de telefonemas.

O universo da pesquisa é formado por meninas de 13 a 19 anos (faixa etária desejada pelas revistas *teen*) que tenham lido esses veículos durante o ano de 2018. Para selecionar a amostra, foi utilizada uma técnica não probabilística intencional, em que conhecidos e amigos indicaram possíveis entrevistadas. Com esse cenário, teve-se uma amostra de cinco meninas: Julia (13 anos), Lisandra (14 anos), Juliana (16 anos), Maria Eduarda, Duda (16 anos), e Maria (19 anos), todas leitoras de revistas *teen*.

Como instrumento de coleta de dados, fez-se o uso de um roteiro de entrevista, conforme encontrado a seguir:

1. Perfil da amostra
 - a. Nome
 - b. Idade
 - c. Cidade
 - d. Revistas que costuma ler

2. A relação com as revistas
 - a. Como iniciou a leitura
 - b. Motivos da leitura
 - c. Conteúdo preferido

- d. Situação em que se relacionou ou colocou em prática
- 3. Consumo de conteúdo
 - a. O que normalmente consome
 - b. Que tópicos são de interesse
- 4. Representatividade
 - a. Identificação com os conteúdos que consome
 - b. Conhecimento sobre feminismo
 - c. Padrão de mulher bonita
 - d. Espaços exclusivos para gêneros

5.2. E o que elas falaram?

Visando uma melhor organização, as respostas e os depoimentos foram agrupados nos quatro principais tópicos do roteiro: perfil da amostra, relação com as revistas, consumo de conteúdo e representatividade.

5.2.1. Perfil da amostra

Maria Eduarda Rosa (Duda), Julia Aparecida Lima, Juliana de Almeida, Maria Silveira e Lisandra Teixeira, de 16, 13, 16, 19 e 14 anos, respectivamente, foram as entrevistadas.

Quando olhamos para localização, Julia, Juliana e Lisandra são de São Paulo capital, Duda de Itu e Maria nasceu em Salvador (BA), mas hoje também mora em São Paulo.

Em relação às revistas que leem, a *Capricho* é uma preferência destacada. Duda, Juliana e Maria disseram consumir principalmente a *Capricho*, enquanto Julia, apesar de a revista ser a favorita dela, também tem um aplicativo configurado no celular, que manda notificações de matérias de outras revistas e assuntos similares. Lisandra, ao contrário das outras meninas da amostra, disse consumir somente a revista *Atrevida*.

5.2.2. A relação com as revistas

O tempo de contato com as revistas adolescentes variou bastante entre as entrevistadas. Maria e Juliana acompanham as revistas há nove anos, Duda há seis anos, Lisandra há três e, por fim, Julia somente há um ano. No entanto, o motivo de início de leitura delas foi praticamente o mesmo: celebridades e assuntos da atualidade. Duda contou:

Eu comecei a ler revistas *teen* quando eu tinha 10 anos de idade, porque eu era muito fã de One Direction, da Demi Lovato, essas coisas, e eu gostava muito de posters. Aí eu comprava mais para isso do que para ler. Depois eu comecei a ler toda a revista. Com 13 anos de idade eu pedi para a minha tia para ela assinar para mim, a *Capricho*, porque ela tinha assinatura de várias revistas, por ela ser advogada e estar sempre informada. Ela falou que tudo bem porque ela tinha desconto e ficava baratinho. Daí eu consumo até hoje. (APÊNDICE A, 2019)

Lisandra, assim como Duda, sempre gostou muito de pôsteres, e esse também foi um dos motivos que motivou a compra dessas revistas:

Olha, eu ganhei de aniversário três anos de assinatura do meu avô, no meu aniversário de 11 anos. Então ainda tá valendo, esse é o último ano que eu vou receber. Eu uso a *Atrevida* principalmente porque eu pego os posters gigantes que vem dos cantores que eu gosto. Então eu pego esses posters e fico grudando no meu armário. (APÊNDICE D, 2019)

Quando perguntei se sempre tinha sido a *Atrevida*, ela me trouxe que começou o contato com a *Atrevidinha* (uma versão para meninas mais novas), mas que depois migrou o consumo: “Eu comprei uma ou duas da *Atrevidinha* quando ela não tinha falido, porque pareceu que faliu. Parou de vir a *Atrevidinha* e começou a enviar a *Atrevida*. Então eu pegava aquilo só pelos posters e eu lia umas coisinhas só que eu não lembro bem” (APÊNDICE D, 2019).

Ainda considerando esse mundo das celebridades, Julia e Maria também foram movidas por esse fator, assim como declaram, respectivamente:

Eu comecei a ler essas revistas no começo do ano passado e eu ficava lendo mais para ver coisas de séries, que tem um pouco na *Capricho*, de fofoca, que tinha entre os famosos e tudo mais. Eu gosto de ficar pesquisando as coisas e acabava entrando muito também nesses sites de revistas, por isso eu comecei a ler. (APÊNDICE C, 2019)

Foi bem novinha, acho que com uns 10 anos, vendo em banca de jornal mesmo. Via nas bancas de jornal e achava as capas legais e bonitas, normalmente tinha alguma celebridade que eu conhecia ou de alguma série ou famoso na época e eu acabava comprando. [...] Às vezes tinham alguns brindes, pôster e coisas do tipo, mas mais os famosos mesmo. (APÊNDICE E, 2019)

Muitas vezes os gostos e matérias favoritas das meninas foram mudando ao longo do tempo de consumo. Juliana, por sua vez, teve como seu motivo inicial de compra o mesmo que a interessa até hoje:

Então, eu comecei a ler, eu era muito novinha, devia ter por volta de uns 7 anos, e eu sempre gostei muito de ler, então eu vivia em banca de jornal porque era muito comum naquela época, figurinha, esse tipo de coisa. Aí conheci a *Capricho*, a *Todateen*, e sempre me interessei porque falam sobre assuntos que as meninas gostam de ler e de saber, né? Porque eram assuntos da atualidade e várias coisas assim. Era bem legal, gostava bastante. É, eu acho que eu comecei a ler porque as revistas tratavam de assuntos do momento assim, então, coisas que estavam acontecendo e acho que a maioria das meninas se interessam bastante, tipo meninos e essas coisas. Então isso me prendia muito. Eu era novinha, gostava bastante, porque eu sempre fui muito romântica, então isso, para mim, eu amava. *Quiz* tipo sobre filmes e séries, até hoje eu gosto porque trata muito sobre assuntos de celebridades, e eu sou muito ligada nisso, então eu gosto sempre de estar por dentro do que está acontecendo e as revistas tratam muito disso até hoje. Então acho que isso é o que mais me prendeu e me prende até hoje. (APÊNDICE B, 2019)

Lisandra, por mais que ainda se interesse pelos posters, hoje já consome outros conteúdos: “Eu ainda prefiro os posters, mas eu também leio aqueles negócios de teste, sabe? O que você seria... Que cantor você seria, esses testes... O que vai acontecer com o seu signo — por mais que eu não acredite em signo, eu quero ver” (APÊNDICE D, 2019). Um momento interessante foi quando perguntei se consumia os demais conteúdos e matérias das revistas: “Eu não sou uma adolescente dessas que tem *crush* e ‘Ai, minha maquiagem’. Não sou muito dessas, não. Não é que eu não gosto. Eu vejo isso e falo: um dia eu vou fazer, só que eu tenho preguiça, então não” (APÊNDICE D, 2019).

Duda também trouxe uma crítica aos conteúdos quando questionada sobre esse tópico. Para a entrevistada, existe uma distinção entre conteúdos *teen* e outros assuntos que também são de importância para ela. Por mais que ela goste de dicas de beleza, sempre presentes, ela também consome a parte política e social dos conteúdos. Um fator interessante que trouxe foi a comparação de idade e de conteúdo entre quando começou a ler e agora:

Hoje em dia eu leio porque agora elas são muito focadas em, ai, não só em coisa *teen*, tipo “ai maquiagem, cabelo, *skin care*”. Falam agora também de política e assuntos mais importantes, tipo feminismo... essas coisas que a gente tem que pensar sempre, sabe? E por ser mais voltada para o público feminino, é muito interessante porque as meninas mais novas que leem já ficam meio pensando nesses assuntos que daqui dois, três anos elas vão estar com a minha idade e vão estar mais informadas do que eu fui. Porque com 12 anos eu não lia sobre feminismo e achava uma coisa idiota, sabe? E com o tempo eu fui me informando mais e hoje em dia eu vejo o quão importante é. (APÊNDICE A, 2019)

Logo após essa fala, Duda complementou que sente que a comunicação das revistas foi também mudando e que hoje isso é também perceptível nos canais on-line.

Outra entrevistada que mudou sua preferência de temática desde o momento da compra inicial foi a Maria. Ela, assim como Duda, traz a mudança de comunicação das revistas ao longo do seu tempo de consumo:

Ah, eu gosto mais quando tem assuntos mais até políticos mesmo, o tipo de coisa de que quando eu era mais nova não tinha muito em revista, então hoje em dia tem algumas coisas relacionadas à educação, horóscopo. Eu também gosto muito de quando são assuntos mais sociais, do dia a dia mesmo, matérias e artigos legais. (APÊNDICE E, 2019)

Julia também consome hoje não somente pelos motivos de compra, mas também por novos gostos, que muitas vezes, não encontra nas revistas *teen*. Quando questionada se os motivos de leitura de hoje são os mesmos que os que a fizeram começar, ela trouxe:

Uma parte sim, do que eu gostava antes, porque eu gosto de estar atualizada das fofocas que comentei. Mas também tem vezes que nas outras, não na *Capricho*, que é mais adolescente, mas nas outras que eu leio de vez em quando, é notícias que acontecem pelo Brasil que eu gosto de ficar sabendo porque sou uma pessoa extremamente curiosa. A que eu mais gosto de ler é fofoca de série, entre os personagens da série, atores, elenco, essas coisas assim. (APÊNDICE C, 2019)

Logo após entender um pouco mais sobre os conteúdos e as matérias favoritas delas nas revistas, começaram as perguntas acerca de quanto já haviam seguido algum tutorial ou dica que viram na revista. Julia trouxe que: “Vira e mexe eu encontro uns testes assim para principalmente maquiagem e unha, que são as duas coisas que eu mais fico vendo. Teve uma vez que eu fiz a maquiagem na minha mãe, que ela tava pedindo. Eu fiz uma maquiagem que tinha lá e deu supercerto!” (APÊNDICE C, 2019). Já sobre os guias mais voltados para comportamento, ela trouxe que não dava muita atenção normalmente: “Depende do mês. Tem vezes que eu deixo mais batido e tem vezes que eu olho assim porque eu gosto de ficar lendo assim as coisas, eu gosto muito de ler as coisas” (APÊNDICE C, 2019).

Juliana, por outro lado, quando questionada sobre os tutoriais, trouxe inicialmente a sua relação com os guias de comportamento:

Ai, eu sempre tentava assim em questão de como ser mais atraente para a pessoa que você gosta, sabe? Sabe, eu sempre gostei muito desse lado, mas eu acho que colocar em prática foi mais maquiagem mesmo. Roupas, eu adorava porque eles se inspiravam em roupas das celebridades e roupas que você conseguia comprar aqui para conseguir imitar as celebridades, e eu gostava muito disso, então eu sempre praticava, as maquiagens também. Acho que mais para esse lado de moda e maquiagem mesmo. (APÊNDICE B, 2019)

Duda teve uma experiência similar, trazendo tanto o lado comportamental quanto o lado mais prático dos guias: “Eu sempre tento as coisas de beleza que eles recomendam. *Skin care* e essas coisas de fazer em casa mesmo [...] Eu lembro quando eu era mais nova, com uns 14, 15, eu botava em prática aquelas dicas de como conquistar o *crush* e coisas assim” (APÊNDICE A, 2019).

Maria, por fim, teve uma experiência diferente. Quando fala dos tutoriais de maquiagem, disse já ter tentado, mas não conseguiu resultados bons. Já sobre os comportamentais, disse ser algo muito distante de sua realidade:

Eu nunca dei tanta bola porque eu sempre olhava e achava as coisas meio tipo um passo a passo que não fazia muito sentido, sabe? Eu sempre lia, mas eu sempre olhava e achava meio “hãh?”. Então eu acho que nunca me influenciou muito. Porque eu sentia que eu tava lendo uma *fanfiction*, um filme, alguma coisa que nunca tinha acontecido na minha vida. Situações que eu achava meio distantes assim, que eu não via acontecendo nem comigo nem com amigas minhas. (APÊNDICE E, 2019)

5.2.3. Consumo de conteúdo

As meninas contaram um pouco do que gostam de consumir dentro das revistas *teen*. Esse tópico da pesquisa foi para entender quais são os conteúdos que elas preferem em geral, sem especificar um veículo. Duda trouxe que, além das revistas, ela também adora livros de poesia e que está começando um hábito de consumir conteúdo através de *podcasts*. Mesmo considerando os outros canais e veículos, ela ainda prefere “ler sobre celebridades e dicas em geral, eu me interessou muito mesmo. Às vezes compro revistas *teen* só por causa das dicas. Dicas de como ter uma pele melhor, coisas para o cabelo e coisas assim eu acabo comprando” (APÊNDICE A, 2019).

Julia considera que seu conteúdo favorito em livros é um e seu conteúdo favorito em revistas e redes sociais é outro: “Eu leio muito livro principalmente de ficção. Os livros que a escola manda, tem bastante... Eu gosto de ler livro também que ensina alguma coisa, como superar alguma coisa” (APÊNDICE C, 2019).

O foco em celebridades e atualidades também é algo presente para Juliana e Maria, respectivamente:

É, deixa eu ver.. eu gosto muito de música, nesse sentido assim, de saber as músicas que as pessoas tão ouvindo, é tipo *Billboard Hot 100*, então, assim, gosto de estar por dentro do mundo da música e das celebridades. Gosto muito de séries, filmes, filmes que estão lançando e estão para lançar, sempre tô muito ligada nisso. Sigo várias

páginas, leio várias coisas para conseguir estar por dentro sempre e atualizada. É mais por rede social mesmo, Instagram bastante. (APÊNDICE B, 2019)

Muita série, filmes, música e todos assim mais ou menos rodando na parte de cultura *pop*, normalmente. Música *pop*, séries mais famosas mesmo, mas acho que cultura *pop* em geral. [...] Hoje em dia também me interessa um pouco mais por assuntos como feminismo, política tô começando a me interessar um pouco mais... por economia... mas, se eu for fazer um batidão de tudo o que eu leio, cultura *pop* deve ser uns 60, 70 %. (APÊNDICE E, 2019)

Lisandra, por sua vez, mantém o gosto em séries, mas traz uma particularidade que nenhuma entrevistada trouxe: uma paixão pela cultura coreana:

Eu gosto de ler, mas eu amo também assistir série coreana e de *k-pop*. Eu adoro coreanos em geral, tô até aprendendo coreano para eu ouvir as músicas em coreano e entender e ver as séries sem legendas em português, que às vezes atrapalha. Aprendo em casa sozinha, em videoaulas no YouTube. Eu também vejo algumas séries, chinesas, mas são muito exageradas, prefiro as coreanas. Tendo tempo livre, eu vou ver *reality shows* sobre meus ídolos *k-pop* ou ler alguns livros também. (APÊNDICE D, 2019)

5.2.4. Representatividade

Após entender a relação com as revistas e com o conteúdo consumido, além de levantar as preferências das meninas, o último bloco exploratório visou entender quanto elas se sentem representadas nos conteúdos que consomem e como se sentem com isso.

Juliana foi a única das entrevistadas que disse se sentir representada e trouxe o fato de que as celebridades que segue e os conteúdos que consome acabam também influenciando em seu comportamento:

Ah, eu acho que sim [sobre se sentir representada], porque, como as revistas principalmente e até esses sites que eu sigo tratam muito da atualidade e dos jovens, eu acho que eu me vejo muito nisso então é um espelho, né? De qualquer forma. Porque as pessoas estão sempre se espelhando e se inspirando em outras. Acho que todo mundo tem uma inspiração, então eu acabo me vendo nisso e as pessoas falam muito, né, sobre celebridades em geral, e isso acaba influenciando as pessoas de agirem de certa forma ou a vestirem certa coisa. (APÊNDICE E, 2019)

Por outro lado, Julia e Maria disseram não se sentir muito representadas. Ambas colocam o fato de a beleza exterior ser extremamente exaltada e idealizada. Seguem seus depoimentos, respectivamente, quando questionadas se sentem-se representadas:

Normalmente não, mas tem uma coisa ou outra que a gente sempre dá uma relacionada, mas na maioria não. Porque as revistas falam muito na parte de

estereótipos. Elas falam muito sobre beleza, e não sei o que, e corpo perfeito, e para mim eu acho que a revista foca uma parte muito na beleza exterior e eu prefiro focar na beleza interior e normalmente não costuma ter muita coisa assim, então não. (APÊNDICE C, 2019)

Não muito. Eu ainda não vejo muito. Eu acho que melhorou, sim, principalmente modelo e tal, tô tentando procurar... Colocar mais gente com cara de gente de verdade. Mas ainda assim eu vejo muito modelinho de Instagram e coisa do tipo. É que, por mais que tenha dado uma variada, saído um pouco do *mainstream* da mina branca e loira, que ainda assim é a maioria nas revistas, normalmente são meninas bem magras, com rosto padrão e tal. E na questão de comportamento continua uma coisa meio idealizada, como tinha te dito antes, que são situações que na minha opinião não parecem muito reais, sabe? Parecem muito mais tiradas de um livro ou de algo mais de ficção mesmo. (APÊNDICE E, 2019)

Lisandra, quando questionada sobre o mesmo ponto de representatividade, trouxe que: “Nossa, não mesmo! Não vi em nenhuma revista até agora um negócio de *k-pop*. O máximo eu vi foi de *BTS*, mas eu não gosto muito de *BTS*, então não. E também, tipo, as meninas, elas são tudo perfeitinhas, né?” (APÊNDICE D, 2019). Assim como Maria, ela também critica a idealização de perfeição representada nas meninas das revistas.

Duda traz um pouco de cada lado. Ela diz se sentir representada às vezes e reconhece que pode se sentir mais contemplada que outras meninas, por conta do jeito que aparenta ser. Além disso, ela enxerga um avanço na comunicação das revistas, mas ainda lento:

Às vezes sim, às vezes não [sobre se sentir representada]. Antigamente eu não ligava muito para isso porque eu já não me sentia tão representada, mas hoje em dia eu me sinto porque, deixa eu tentar formular melhor... Por conta de como eu sou, eu me sinto mais representada do que outras meninas se sentem, acredito eu. Também relacionado a traços físicos, peso, o padrão mesmo, mesmo a revista hoje em dia sendo mais empoderada em alguns assuntos, outros continuam sendo extremamente taxados como mais importantes, como perder peso rápido, alguns assuntos assim, sabe? E algumas meninas com certeza leem e ficam “Nossa, mas porque isso é importante assim? Eu emagrecer, sabe?”. Eu mesma pensava isso às vezes. Mas eu tô tentando hoje em dia, ter um pensamento mais leve sobre isso. Porque na adolescência, na idade que eu tô, ainda é muito muito recorrente, mesmo as meninas tentando ser mais empoderadas, ter todo esse medo do padrão e se sentir enquadrada a ter que estar nele. Quando você não está, fica mal por isso, sabe? E de anos para cá, com certeza a revista melhorou muito isso, pelo menos a *Capricho*, que é a que eu leio. Melhorou muito isso porque antigamente as modelos das matérias eram só loiras ou morenas, de pele branca e cabelo longo e magrinhas. Hoje em dia já tem uma representatividade bem maior. (APÊNDICE A, 2019)

Um ponto que apareceu durante as conversas, mesmo antes de questionar as meninas acerca dele, foi a ideia de padrão de beleza. Duda, por exemplo, trouxe o padrão como uma menina “loira e magrinha” (APÊNDICE A, 2019). Lisandra, por sua vez, também citou o fator de magreza e disse que isso já fez com que ela se questionasse sobre o próprio corpo:

Olha, padrãozinho é: peitão, bundão e barriga chapada. A única coisa que eu tenho é bundão, mas barriga chapada e peitão nenhum, nada. Eu acho que eu até cobro muito de mim nessa parte de beleza porque eu assisto muito negócio coreano, né, como eu te disse, e se você ver os padrões de beleza coreano, é tipo, eles são muito magros e aí às vezes eu caio nessa de “tenho que ficar magra igual um coreano”, mas aí eu volto para a realidade, tipo, eu tô no Brasil. (APÊNDICE D, 2019)

Maria, assim como Lisandra, definiu o que considera ser o padrão hoje em dia:

É, eu acho que o padrão continua sendo uma menina magra, branca, de cabelo liso, mas quando eu penso assim em uns anos 2000, era cabelo liso escorrido e hoje em dia é mais natural, mas ainda um natural meio falso ao mesmo tempo. Nunca se fez tanto procedimento estético. Tem muito preenchimento, a sobancelha o pessoal quer deixar natural, mas na verdade é de micropigmentação... É pele limpa, mas que tá maquiada ou uma maquiagem um pouco mais natural, mas, ainda assim, maquiada. E é, acho que branca... eu penso mais em uma menina loira, alta e magra. (APÊNDICE E, 2019)

Além disso, a entrevistada também contou que às vezes isso a incomoda, por não se sentir completamente dentro do padrão:

Me incomoda sim. Eu não me sinto muito no padrão, apesar de não me sentir absurdamente fora. Mas até vi esses dias no Instagram de “Dê *unfollow* em quem te fez sentir mal”, e é uma coisa que eu tenho procurado fazer, tipo, seguir menos gente modelo e mais gente que tem conteúdo legal e que eu me identifico, mais gente real. Mas incomoda. Tipo, tem uns dias que eu olho e falo “Ai meu Deus, por quê?”. (APÊNDICE E, 2019)

Julia, assim como todas as entrevistadas, trouxe o que considera uma mulher bonita, ressaltando o fator da magreza e trazendo uma crítica sobre o que ela considera bonito e o que as revistas trazem como bonito:

Assim, meu, minha pessoa, é mais o intelectual, mas em revistas, essas coisas, normalmente é uma mulher que é magra, tem um cabelo bonito — não vou falar exatamente o tipo de cabelo porque todos os cabelos são bonitos —, tem um cabelo que dá para fazer qualquer coisa, que seja grande ou curto, dependendo da pessoa... Que combine com o rosto perfeito, sem nada de acne e manchas. Acho que é isso. (APÊNDICE C, 2019)

Também focando na magreza, Juliana discorreu sobre o que acha que a sociedade considera e impõe como padrão de beleza, afirmando, assim como Maria e Lisandra, que já teve problemas de autoaceitação por causa dele:

Eu acho que, na sociedade, o padrão que a sociedade impõe é de uma mulher magra, mais com curvas, né? Tem que ser magra, mas tem que ter bunda e peito — não sei se posso falar dessa forma. Esse é o corpo perfeito, o corpo que as meninas sempre buscam ter e que os meninos gostam. Normalmente é o cabelo liso, olhos claros, pele mais clara. Esse é o padrão que a sociedade impõe, não que eu acho certo. Mas eu

acho que, hoje em dia, para você ser bonita, vista pela sociedade, você tem que ser assim. E bom, eu já tive muitos problemas de autoaceitação e hoje eu me sinto muito bem, eu diria que eu estou dentro dos padrões, mesmo não achando certo que exista esse padrão e hoje em dia acho que sim, eu me sinto bem e é isso. (APÊNDICE B, 2019)

Ainda segundo Juliana, as revistas evoluíram, mas seguem apegadas aos padrões:

Eu acho que existe mais diversidade, mas, mesmo assim, ainda existe o padrão, entende? Ainda existe essa barreira. A gente não consegue ainda ver assim muito de forma tão natural. É muito difícil você ver na capa de uma revista uma mulher gorda, negra... Você vê mais mulheres loiras, magras, bonitas. Principalmente para marca de *lingerie*, por exemplo. É muito difícil você ver mulher gorda, então tem que ser a mais magra. Então ainda não há tanta diversidade [...] a mídia principalmente tá dentro desse padrão. (APÊNDICE B, 2019)

Entrando na questão do feminismo e da relação das entrevistadas com o tema, foi curioso perceber a diferença de depoimentos conforme as idades. Maria, Duda e Juliana, as entrevistadas mais velhas, se sentiram mais confortáveis acerca do tema e deram mais opiniões e exemplos. Lisandra e Julia, ambas com menos de 15 anos, mesmo concordando com certos pontos trazidos pelas outras meninas, afirmaram não se envolver tanto.

Começando pelo depoimento de Maria, hoje com 19 anos, ela diz ter começado a ler sobre o tema com 15, na verdade:

Eu comecei a ler um pouco mais acho que quando eu tinha uns 15 anos, por aí. Foi quando começou a ter mais uma popularização mesmo. Lembro bem do discurso da Emma Watson que foi tipo “Nossa”, todo mundo compartilhando no Facebook e comecei a ler um pouco mais a partir da faculdade. E ler de fato livros, coisas um pouco mais profundas, não só textos na internet e coisas do tipo. (APÊNDICE E, 2019)

Visando entender se as revistas acompanharam essa evolução de conteúdo, Maria trouxe que:

Eu vejo muito mais, principalmente comparando. Como eu li desde muito pequena a revista, não tinha quase nada, e hoje em dia, assim, eu acho que em todas as coisas que eu vejo tem pelo menos uma parte mais sobre empoderamento feminino e é um tema mais falado. Mas ainda assim eu acho que os assuntos são meio, quando eu vejo ser tratado, são mais superficiais... Mas está sendo mais tratado, sim. (APÊNDICE E, 2019)

Duda, hoje com 16, diz que tem lido bastante e inclusive deu exemplos de livros que leu, como o *Conto de Aia, Neste livro a princesa salva a si mesma* e alguns de poesia da Rupi Kaur, que comentou ser um clássico na idade dela:

Sim! Eu tenho lido bastante. Eu procuro ler bastante porque tem que equilibrar as coisas que eu tenho que ler para a escola e os livros. Eu li [o *Conto de Aia*] e eu fiquei muito machucada, machucada não é a palavra... mas, assim, tocada, impactada, e a gente acaba lendo e fica com medo de isso acontecer algum dia, sabe? Ou com outras pessoas mesmo. Imagina o quão horrível é você ser só um objeto para ter filho, assim como a gente era antigamente. Dá muito medo disso voltar. (APÊNDICE A, 2019)

Quando questionada sobre como esse interesse surgiu, Duda disse que:

Comecei a me empoderar mais pelas redes sociais mesmo e por uma professora minha, quando eu tava no oitavo ano do fundamental, ela abordava muito essa questão. Minha professora de artes. Explicava que já tínhamos que aprender desde cedo que a gente tinha valor, que a gente não era pior que homem, mas ela falava de uma forma ainda menos do que falam agora. Ela não falava tanto sobre feminicídio, por exemplo, mais sobre o empoderamento geral que era mais importante na época. (APÊNDICE A, 2019)

Juliana, também com 16 anos, trouxe uma opinião bem formada sobre o feminismo e exemplos de pontos que concorda e que discorda no mesmo:

Assim, eu sigo o feminismo. Eu diria que eu sou feminista, mas algumas coisas eu não concordo. Existem coisas no machismo que eu não concordo e coisas que eu concordo, assim como no feminismo existem coisas que eu concordo e que não concordo. Então assim, eu diria que eu sou feminista porque as mulheres têm poucos direitos relacionados ao homem, então eu luto pelo meu direito, direito das mulheres. Mas existem coisas no feminismo que eu não concordo, tipo, que a mulher está tentando imitar o homem, só que o que o homem tá fazendo tá errado também. Aí ficam os dois errados e eu não concordo com isso. Por exemplo, que o homem sempre pode pegar todas e se a mulher pegar todos ela é puta. Então, eu acho que as mulheres vêm conquistando isso. É pouco falado ainda, se as mulheres ficam com muitos homens, hoje em dia não se fala tanto “Ai, ela é puta” — isso já é uma coisa normal. Mas eu não concordo. Acho que é uma atitude que não é legal para ambos os lados. (APÊNDICE B, 2019)

Por fim, Julia e Lisandra falaram um pouco menos sobre o tema, mas mostraram-se favoráveis. Seguem seus depoimentos, respectivamente: “Assim, eu gosto bastante, e esse foi um dos motivos pra eu ler a parte de beleza que tem nas revistas, porque na minha escola tem umas meninas que elas falam bastante sobre essas coisas e acabou me despertando essa curiosidade, eu fui atrás e acabei encontrando essas revistas” (APÊNDICE C, 2019); “Eu sei disso, eu sou feminista, lógico, porque uma mulher que não é feminista, é muito raro achar, né? Toda mulher quer direitos iguais. Mas eu não sou uma ativista. Eu só fico na minha mesmo. Tipo, ‘ó, eu quero isso’, se os homens não respeitarem, eu dou um soco na cara” (APÊNDICE D, 2019).

Seguindo a linha da representatividade e buscando entender a visão das meninas, as entrevistadas foram questionadas se acreditavam que hoje existiam espaços que ainda eram

considerados exclusivos para um gênero específico. Duda, além de constatar que esses espaços ainda estão presentes, reconheceu que ela mesma acaba reproduzindo certos estereótipos:

Ainda tem muito isso, né? Às vezes a gente mesmo fala e a gente não percebe. Quando eu vou recomendar para uma amiga um psicólogo — eu falo “Ai, vai em uma psicóloga”, sabe, como se só existisse mulher nessa profissão. Ou também eu já vi mulheres que trabalham com conceitos de carros e eu acho muito interessante essa troca, porque a gente nem sabe de onde começou isso de coisa de homem e coisa de mulher. A gente nem para para pensar “Nossa, de onde veio isso?”. (APÊNDICE A, 2019)

Juliana também traz que existem esses espaços exclusivos, mas traz uma perspectiva diferente, uma vez que relaciona com o número menor de oportunidades que as mulheres têm:

Eu acho que existe um pouco e, por as mulheres terem menos direitos que os homens, como, por exemplo, ganhar um salário menor, elas meio que se revoltam. Então, o que é delas é delas e o homem não pode ter. Então acho que eu não julgo e também concordo, porque também faço um pouco disso porque é normal. A gente tem muito menos e o que a gente tem, a gente não quer que os homens chamem de deles. Acho que ainda tem isso, sim, e é muito difícil. Por exemplo, o rosa e o azul. Tem gente que tem opinião diferente, né? Eu já não concordo. Para mim tanto faz, mas as pessoas acham que existem aí suas diferenças. (APÊNDICE B, 2019)

A entrevistada que trouxe mais exemplos foi Maria:

Sim, eu acho que salão de beleza é um lugar até hoje visto como um lugar feminino. Muito difícil ver algum homem ou, quando eu vejo, as pessoas olham até meio torto. Na questão de profissão, eu vejo muito a parte ligada à beleza como uma profissão mais feminina, então desde esteticistas, cabeleireiras, até dermatologistas, que é uma parte da medicina que em geral o médico é mais visto como homem — na parte de dermatologia, cirurgia plástica, normalmente me vem à cabeça uma mulher. Quando eu lembro de profissionais que conheci dessa área, é, a maioria era mulher, principalmente dermatologista. Mas acho que esportes, principalmente futebol, é bem masculino, até hoje a gente não tem tanto contato. Por exemplo, a seleção feminina de futebol. Eu mesma sei pouquíssimas atletas, enquanto da masculina eu sei bastante gente, apesar de não ser muito fã de futebol. Basquete, rugby, na verdade acho que esportes em geral. Se fosse para dizer algum feminino, acho que talvez ginástica rítmica, ginástica artística, patinação no gelo. Acho que tá melhorando, mas ainda assim... (APÊNDICE E, 2019)

Assim como Duda, Lisandra também teve um contato com esse tema na escola. Quando lhe foi perguntado sobre os espaços exclusivos, ela trouxe: “Nossa! Teve um projeto desses na minha escola! Futebol, tipo esportes que são considerados para homens entre aspas, né? Tipo futebol, basquete e tal” (APÊNDICE D, 2019). Entrando um pouco nos exemplos que a entrevistada trouxe, um fato curioso é que ela se baseou em exemplos que viu pela televisão: “Pedreiro, nossa, pedreiro só vejo pedreiro homem. Policial, a maioria dos policiais que eu vejo são homens, pela TV, hun, é isso que eu saiba” (APÊNDICE D, 2019).

Assim como Lisandra mencionou a televisão como relevante nessa formação de conceitos, procurou-se entender com as meninas se as revistas acompanhavam essa ideia da divisão de espaços entre gêneros. Duda, em seu depoimento, mostrou que houve um progresso sobre falar nesses assuntos: “Hoje em dia muito menos. As pessoas hoje em dia estão mais focadas nisso. Algumas, né? Mas se uma revista falar ‘Profissões de mulher ou profissões de homem’, ela vai ser massacrada, né? Nem mexem mais em alguns assuntos. Só falam no geral mesmo e é isso” (APÊNDICE A, 2019). Concordando com esse ponto, Julia disse que na revista que costuma ler, *Capricho*, ela não vê mais isso. No entanto, nas demais revistas, ainda existe essa segmentação:

É, na revista *Capricho* em si eu não vejo muito isso, mas tem muitas outras revistas que tem uma parte que é mais direcionada — a forma de escrita desses autores, tem uma parte que é mais direcionada para as mulheres, que dá para perceber, e outra que é mais para os homens. De mulher, normalmente é uma coisa mais de famosos e de homem, é mais jogos em geral. E tem vezes que até notícias, dependendo do assunto, é mais direcionado para os homens do que para as mulheres. (APÊNDICE C, 2019)

Maria, por fim, traz que já viu avanços em alguns temas, como profissões, mas que, quando falamos de esportes, ainda existe essa diferenciação, principalmente nas revistas *teen*:

Sim, eu sinto que sim [sobre ainda existir a diferenciação nas revistas]. Normalmente, quando tinha a parte de esportes, academia e tal, era muito difícil abordar esportes considerados masculinos, era mais tipo balé, sei lá, no máximo ioga ou talvez corrida. Eu não me lembro de ter visto falando sobre futebol, basquete. No máximo tênis. Na parte de profissão, tinha até um pouco mais, profissões como engenharia, que são vistas mais como masculinas, eu lembro já de ter lido sobre — a galera falar tipo de profissões que são sua cara. Mas esporte mesmo, não me vem à cabeça. (APÊNDICE E, 2019)

5.3. Conclusão da pesquisa

Após ouvir as meninas, foi possível levantar hipóteses de prováveis consequências e impactos que serão aqui levantados, mas não testados, como mencionado anteriormente.

Quando pensamos na relação com as revistas *teen*, nota-se um laço forte, uma vez que todas as entrevistadas consomem seus conteúdos por mais de um ano, chegando até a quase dez anos de consumo. Quando olhamos para o caso de Juliana, por exemplo, ela vem consumindo tal conteúdo por um período equivalente a mais da metade de sua vida. Tal relação traz também uma carga de confiança, já que todas as meninas trazem exemplos de algum tutorial que

seguiram, por mais que muitas vezes sejam idealizados. Tal ponto traz a hipótese de a revista realmente ter um poder influenciador sobre o comportamento das meninas.

Ainda sobre esse ponto de influência de comportamento, pelo tema central e mais procurado ser os famosos e as celebridades, muitas vezes, assim como trazido por Juliana, as meninas buscam imitá-los e se espelham neles. Isso pode, novamente, influenciar em comportamentos das leitoras.

A presença dos famosos traz também a discussão do padrão de beleza ainda muito defendido nas revistas adolescentes. Quando pedido para ser descrito pelas entrevistadas, características como loira, branca, cabelo liso e curvas apareceram em quase todos os depoimentos. No entanto, o único adjetivo comum para todas as meninas foi a magreza. Na visão de todas elas, ser magra é ser considerada bonita e tanto as famosas quanto as imagens nas revistas ainda reforçam esse ponto. Três das cinco meninas afirmaram que não se sentem representadas quando leem as revistas, seja por causa da beleza idealizada defendida e/ou por causa do conteúdo limitado tratado. Quatro, das cinco, ou seja, quase a amostra inteira, afirmaram ter tido problemas de autoestima e autoaceitação por causa desses fatores. Uma segunda hipótese é que as imagens veiculadas podem causar problemas de aceitação e identificação nas leitoras, gerando um quadro de frustração por não estarem dentro dos padrões defendidos.

Além disso, quando pensamos em conteúdo limitado, fica claro que as meninas também percebem uma clara distinção entre “assuntos de meninas adolescentes e de mulheres” e “assuntos de homem”. Juntando os depoimentos, assuntos considerados importantes para meninas, segundo as revistas, são muitas vezes meninos, fofocas, famosos, *crushes*, maquiagem e beleza. Isso não significa que as leitoras não gostem desses pontos, mas sim que também possuem interesses além deles, que muitas vezes são colocados como “assuntos de homem” ou “assuntos de não adolescentes”, como política, problemas sociais, feminismo, educação, notícias, economia e jogos.

Seguindo a mesma dicotomia, quando falamos de espaços de gênero, o cenário se repetiu. Elas trouxeram, por exemplo, a representação na televisão apenas de policiais homens e a noção de que ginástica artística é uma boa opção de esportes para as meninas, em vez de futebol. Isso faz com que se levante uma hipótese acerca do poder que a mídia tem de reforçar estereótipos e definir espaços de gênero, podendo fazer com que as leitoras tomem esses estereótipos como verdades e limitando o poder de sonho e de atuação delas.

Contudo, é preciso reconhecer que existe um cenário de avanço destacado pelas leitoras. Ainda que haja muito para melhorar, nota-se que as revistas estão se esforçando para incluir um

pouco mais de representatividade — mesmo que pouca ainda — e para trabalhar outros temas que também são importantes para a formação das leitoras, que vão além daqueles previamente julgados como essenciais. Além disso, é interessante notar que o consumo vem mudando e, por ser cada vez mais tecnológico, temos um cenário em que as meninas estão consumindo conteúdo cada vez mais apor meio de redes sociais, sites, *podcasts* e séries, por exemplo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As investigações feitas ao longo deste trabalho buscaram explorar o poder e influência que as revistas *teen* têm — principalmente sobre as adolescentes leitoras —, entender como essa comunicação é estabelecida e, por fim, levantar hipóteses acerca dos possíveis impactos dessa relação de consumo e proximidade. No entanto, é importante ressaltar que as hipóteses aqui levantadas foram baseadas em uma amostra de entrevistas e, conseqüentemente, não foram colocadas em teste.

Como trazido por diversos autores aqui trabalhados, nota-se que a neutralidade do discurso não existe, uma vez que uma simples escolha semântica é capaz de passar um ponto de vista e, muitas vezes, influenciar um comportamento e construir identidades. Quando pensamos nas revistas, por exemplo, nota-se que elas contribuem para a formação de gostos e preferências das adolescentes, uma vez que elas selecionam o conteúdo que julgam ser importante. Dito isso, torna-se de extrema relevância pensarmos em fatores como a representatividade e diversidade.

Uma vez que não vemos além do que estamos acostumados e fomos ensinados a ver, caso o indivíduo não se relacione e se identifique com aquilo que consome, isso faz com que ele se sinta excluído dos padrões sociais e pode resultar em sérios problemas de autoaceitação e autoestima. Quando os meios de comunicação e — a partir do aprofundamento aqui trabalhado — as revistas reforçam padrões de beleza e estereótipos, isso pode causar impactos significativos nas leitoras, principalmente ao levar em consideração o período da adolescência, marcado pela busca da construção da identidade, como trazido por Erikson (1972).

Ao entrar no universo da *Todateen*, e partindo do conceito de feminino trazido por Joan Scott (1991), também adaptado a partir da *genderbread person*, nota-se que a revista faz uso de diversos recursos a fim de se aproximar das leitoras e, ao mesmo tempo, trabalhar a sua posição de poder. Por meio de gírias, abreviações, estrangeirismos, injunções e interpelações, a revista se coloca como a melhor amiga experiente das leitoras e busca ditar comportamentos e tendências, sempre ligadas a temas julgados como importantes, mas que raramente adicionam e contribuem para o imaginário intelectual das meninas.

Tal limitação de tema e construção de discurso acaba reforçando estereótipos problemáticos da nossa sociedade atual, principalmente no que diz respeito ao machismo e aos papéis sociais de gênero. Isso fica claro quando pensamos nas imagens e ilustrações trazidas e no impacto que isso pode causar e — considerando a amostra da pesquisa — já causou nas leitoras. A imagem da menina hétero, cis, branca e magra ainda é colocada em um pedestal

inalcançável para a maioria das leitoras, gerando uma frustração naquelas que não se enquadram nesse padrão e, posteriormente, problemas de autoaceitação e autoestima.

Apesar desse quadro de representatividade de um feminino limitado e preocupante, nota-se, assim como trazido pelas entrevistadas, que existe um cenário de mudança. As revistas estão procurando quebrar padrões, tanto de imagem quanto de temas — mesmo que lentamente. Além disso, é importante considerarmos que a forma de consumo de conteúdo está mudando, migrando de revistas físicas para portais on-line e *podcasts*. O cenário mudou, o consumo também e agora o discurso das revistas também está tendo de se adaptar.

No entanto, é primordial que estejamos atentos ao que consumimos e à comunicação que nos é dirigida, uma vez que o questionamento é o primeiro passo para o entendimento. Uma vez que começamos a compreender que temos espaços, voz e histórias que precisam ser contadas de maneira diferente, buscamos representatividade e, conseqüentemente, promovemos mudanças. Elas já começaram, mas existe um caminho longo pela frente, e ele depende de nós.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSIS, Simone G.; AVANCI, Joviana Q. **Labirinto de espelhos: formação da autoestima na infância e na adolescência**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2004.

AURELIANO, Érika Ramos L.; OLIVEIRA, Josane M. A variação linguística entre gênero/sexo nas redes sociais: uma breve análise do Facebook. **Letra Magna**, São Paulo, ano 13, n. 20, jan./jul. 2017. Disponível em: <www.letramagna.com/artigos_20/artigo7_20.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2019.

BOURDIEU, Pierre. A opinião pública não existe. In: THIOLENT, Michel. **Crítica metodológica, investigação social e enquete operária**. São Paulo: Polis, 1981. p. 137-151. Disponível em: <<http://evoluieducacional.com.br/wp-content/uploads/2012/08/21979592-Bourdieu-A-opiniao-publica-nao-existe.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2019.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet**. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2006. Disponível em: <<http://portalconservador.com/livros/Peter-Burke-Uma-Historia-Social-da-Midia.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2019.

BRONSTEIN, Michelle Muniz. **Consumo e adolescência: um estudo sobre as revistas femininas brasileiras**. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2008.

CITELLI, Adilson. **Linguagem e persuasão**. 15. ed. São Paulo: Ática, 2002.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2013. Disponível em: <<https://cadernoselivros.files.wordpress.com/2018/08/charaudeau-patrick-discurso-das-mc3addias.pdf>>. Acesso em: 13 mar. 2019.

CORRÊA, Thomaz Souto. **A revista no Brasil**. São Paulo: Ed. Abril, 2002.

EDITORA ALTO ASTRAL. **LinkedIn**. Disponível em: <www.linkedin.com/company/editora-alto-astral/about/>. Acesso em: 30 mar. 2019.

ERIKSON, Eric H. **Identidade, juventude e crise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1972.

ESPINDOLA, Polianne Merie. **Estereótipos na comunicação intercultural: o caso do intercâmbio cultural na PUCRS**. 2010. 128f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) — Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

ESTRANGEIRISMO. In: Dicionário Infopédia da Língua Portuguesa. Porto: Porto Editora, 2003-2019. Disponível em: <www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/estrangeirismo>. Acesso em: 19 maio 2019.

ESTÚDIO NSC BRANDED CONTENT. Diferença entre canal veículo meio de comunicação. **Negócios SC**, 26 dez. 2018. Disponível em: <<https://negociossc.com.br/blog/diferenca-entre-canal-veiculo-meio-de-comunicacao/>>. Acesso em 20 fev. 2019.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Coord. de tradução de Izabel Magalhães. Brasília: Ed. da UnB, 2001.

FIORIN, J. Luiz. “Enunciação e comunicação”. In: FIGARO, Roseli. **Comunicação e análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2012, p. 45-78.

FREITAG, Raquel Meister Ko. (Re)Discutindo sexo/gênero na sociolinguística. In: FREITAG, Raquel Meister Ko.; SEVERO, Cristine Gorski (Orgs.). **Mulheres, linguagem e poder: estudos de gênero na sociolinguística brasileira**. São Paulo: Blucher, 2015, p. 17-74. Disponível em: <<http://pdf.blucher.com.br.s3-sa-east-1.amazonaws.com/openaccess/9788580391213/0001.pdf>>. Acesso em: 12 abr. 2019.

GOREAD. Biblioteca revistas *Todateen*. Disponível em: <www.goread.com.br/minha-biblioteca#/search/todateen>. Acesso em: 30 mar. 2019.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa**. São Paulo: Ed. da Unesp, 2014. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4498665/mod_resource/content/0/Habermas_Mudana%20estrutural%20da%20esfera%20p%C3%BAblica_Pref%C3%A1cio%201990.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2019.

INJUNÇÃO. In: Dicionário Infopédia da Língua Portuguesa. Porto: Porto Editora, 2003-2019. Disponível em: <www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/injunção>. Acesso em: 19 maio 2019.

INTERPELAÇÃO. In: Dicionário Infopédia da Língua Portuguesa. Porto: Porto Editora, 2003-2019. Disponível em: <www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/interpeção>. Acesso em: 19 maio 2019.

KILLERMANN, Sam. The genderbread person. **It's Pronounced Metrosexual**. 2013. Disponível em: <www.itspronouncedmetrosexual.com/genderbread-person/>. Acesso em: 20 mar. 2019.

KOSS, Stephen. **The Rise and Fall of the Political Press in Britain**. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1985. v. 2.

LAKOFF, Robin. **Language and woman's place**. Ann Arbor: University of Michigan, 1972.

LIPPMANN, Walter. **Opinião pública**. São Paulo: Vozes, 2008.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2002.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Da fala para a escrita: atividades de retextualização**. São Paulo: Cortez, 2001.

MASS MEDIA. In: Artigos de apoio Infopédia. Porto: Porto Editora, 2003-2019. Disponível em: <[www.infopedia.pt/apoio/artigos/\\$mass-media](http://www.infopedia.pt/apoio/artigos/$mass-media)>. Acesso em: 26 maio 2019.

MAZZARA, Bruno M. **Estereotipos y prejuicios**. Madrid: Acento Editorial, 1999.

MELO, Érica. SANTANA, Flávio. A influência da linguagem da internet na escrita formal: uma pesquisa com alunos do 9º ano na cidade de Tobias Barreto. **Revista Cadernos de Estudos e Pesquisa na Educação Básica**, Recife, v. 3, n. 1, 2017.

NORONHA, Heloísa. Por que a pessoa começa um relacionamento sem querer, de fato, estar em um? **UOL**, 28 out. 2018. Disponível em: <<https://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/entretenimento/2018/10/28/por-que-pessoas-comecam-um-relacionamento-sem-querer-de-fato-estar-em-um.htm>>. Acesso em: 04 fev. 2019.

PILAR, Olivia. Papo sério: Representatividade importa. **Gelédes Instituto da Mulher Negra**, 24 fev. 2015. Disponível em: <www.geledes.org.br/papo-serio-representatividade-importa/>. Acesso em: 28 abr. 2019.

PRETI, Dino. **Sociolinguística** — Os níveis de fala: um estudo sociolinguístico do diálogo na literatura brasileira. 7. ed. São Paulo: Edusp, 1994.

_____. Transformações do fenômeno sociolinguístico da gíria. **Revista Anpoll**, Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Letras e Linguística, Florianópolis, n. 9, p. 213-226, jul./dez. 2000.

REVISTAS. História da Revista. Disponível em: <www.revistas.com.br/historia-da-revista.html>. Acesso em: 14 abr. 2019.

SANTOS, Juliana A. Gênero na teoria social: papéis, interações e instituições. **Virtú**, UFJF, Juiz de Fora, v. 4, p. 4, 2007. Disponível em: <www.ufjf.br/virtu/files/2010/05/artigo4a5.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2019.

SCOTT, Joan. **Gênero: uma categoria útil para análise histórica**. Trad. de Christine Rufino Dabat e Maria Betânia Ávila. Recife: SOS Corpo, 1991. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/185058/mod_resource/content/2/G%C3%AAnero-Joan%20Scott.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2019.

STROCCHI, Maria Cristina. **Psicologia da comunicação: Manual para o estudo da linguagem publicitária e das técnicas de venda.** São Paulo: Paulus, 2007.

TODATEEN. **Facebook.** Disponível em: <www.facebook.com/todateen/>. Acesso em: 30 mar. 2019.

_____. **Instagram.** Disponível em: <www.instagram.com/todateen/?hl=pt-br>. Acesso em: 30 mar. 2019.

_____. São Paulo, ed. 266, jan. 2018.

_____. São Paulo, ed. 267, fev. 2018.

_____. São Paulo, ed. 268, mar. 2018.

_____. São Paulo, de. 269, abr. 2018.

_____. São Paulo, ed. 270, mai. 2018.

_____. São Paulo, ed. 271, jun. 2018.

_____. São Paulo, ed. 272, jul. 2018.

_____. São Paulo, ed. 273, ago. 2018.

_____. São Paulo, ed. 274, set. 2018.

_____. São Paulo, ed. 275, out. 2018.

_____. **Twitter.** Disponível em: <https://twitter.com/todateen?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor>. Acesso em: 30 mar. 2019.

APÊNDICE A — Entrevista transcrita de Maria Eduarda

Tempo de Gravação: 15 minutos e 40 segundos

Realizada em 21 de maio de 2019

Identificação: Maria Eduarda Rosa (Duda)

P. Seu nome?

D. Maria Eduarda Macedo Rosa

P. Quantos anos você tem?

D. 16

P. Você é de São Paulo mesmo?

D. Eu sou de Itu, fica no interior de São Paulo

P. Que revistas você normalmente lê?

D. Eu leio *Capricho*, principalmente

P. Queria saber como que você começou a leitura. Porque começou, de onde veio, com quantos anos?

D. Eu comecei a ler revistas *teen* quando eu tinha 10 anos de idade, porque eu era muito fã de One Direction, da Demi Lovato, essas coisas, e eu gostava muito de pôsteres. Aí eu comprava mais para isso do que para ler. Depois eu comecei a ler toda a revista. Com 13 anos de idade eu pedi para a minha tia para ela assinar para mim, a *Capricho*, porque ela tinha assinatura de várias revistas, por ela ser advogada e estar sempre informada. Ela falou que tudo bem porque ela tinha desconto e ficava baratinho. Daí eu consumo até hoje.

P. Você comentou que começou lendo por conta dos posters, mas hoje qual que você considera o motivo de você ler? Para pegar atualidades, dicas? Quais são seus motivos de leitura hoje?

D. Hoje em dia eu leio porque agora elas são muito focadas não só em coisa *teen*, tipo “ai maquiagem, cabelo, *skin care*”. Elas estão falando agora também de política e assuntos mais importantes, tipo feminismo... essas coisas que a gente tem que pensar sempre, sabe? E por ser mais voltada para o público feminino, é muito interessante porque as meninas mais novas que leem já ficam meio pensando nesses assuntos que daqui dois, três anos elas vão estar com a

minha idade e vão estar mais informadas do que eu fui. Porque com 12 anos eu não lia sobre feminismo e achava uma coisa idiota, sabe? E com o tempo eu fui me informando mais e hoje em dia eu vejo o quão importante é.

P. Você que a comunicação das revistas foi mudando também? Essa parte de tratar das políticas, antes não tratava?

D. Com certeza. Não sei se conta falar isso, mas eles também têm agora uma participação online para as pessoas com uma aproximação muito boa.

P. Hoje então qual seria a sua seção favorita, o seu conteúdo favorito? Seria essa parte mais social, de políticas?

D. Também e eu gosto bastante das dicas, principalmente de beleza

P. Existiu alguma situação em que você colocou em prática alguma situação que viu na revista? Pode ser de comportamento ou de beleza.

D. Sim, várias! Eu lembro quando eu era mais nova, com uns 14, 15, eu botava em prática aquelas dicas de como conquistar o *crush* e coisas assim e eu sempre tento as coisas de beleza que eles recomendam. *Skin care* e essas coisas de fazer em casa mesmo.

P. Pensando em conteúdo em geral, normalmente qual é o conteúdo que você consome? Quais são os tópicos que te interessam?

D. Ler sobre celebridades e dicas em geral, eu me interesso muito mesmo. Às vezes compro revistas *teen* só por causa das dicas. Dicas de como ter uma pele melhor, coisas para o cabelo e coisas assim, eu acabo comprando.

P. Você sente que existe uma representatividade nos conteúdos que consome? Você se sente representada nos conteúdos, você se vê nas imagens das revistas?

D. Às vezes sim, às vezes não.

P. Você pode me falar um pouquinho mais?

D. Claro. Antigamente eu não ligava muito para isso porque eu já não me sentia tão representada, mas hoje em dia eu me sinto porque, deixa eu tentar formular melhor... Por conta de como eu sou, eu me sinto mais representada do que outras meninas se sentem, acredito eu.

P. Isso seria mais relacionado à traços físicos por exemplo?

D. Também relacionado a traços físicos, peso, o padrão mesmo, mesmo a revista hoje em dia sendo mais empoderada em alguns assuntos, outros continuam sendo extremamente taxados como mais importantes, como perder peso rápido, alguns assuntos assim, sabe? E algumas meninas com certeza leem e ficam “Nossa, mas porque isso é importante assim? Eu emagrecer, sabe?”. Eu mesma pensava isso às vezes. Mas eu tô tentando hoje em dia, ter um pensamento mais leve sobre isso. Porque na adolescência, na idade que eu tô, ainda é muito muito muito recorrente, mesmo as meninas tentando ser mais empoderadas, ter todo esse medo do padrão e se sentir enquadrada a ter que estar nele. Quando você não está, fica mal por isso, sabe? E de anos para cá, com certeza a revista melhorou muito isso, pelo menos a *Capricho*, que é a que eu leio. Melhorou muito isso porque antigamente as modelos das matérias eram só loiras ou morenas, de pele branca, cabelo longo e magrinhas. Hoje em dia já tem uma representatividade bem maior. Bem maior.

P. E essa loira, cabelo longo, magrinha seria o padrão considerado uma mulher bonita?

D. Isso

P. Dentro dessa parte de feminismo, que você comentou que hoje tem dado mais visibilidade para isso, você tem lido mais sobre isso? Por onde consome esse conteúdo?

D. Sim! Eu tenho lido bastante. Eu procuro ler bastante, mas tenho que equilibrar as coisas que eu tenho que ler pra escola e os livros. Eu estava lendo um livro que de certa forma fala sobre o empoderamento, mas de uma forma mais implícita, que é o *Conto da Aia*. Eu li e eu fiquei muito machucada, machucada não é a palavra... mas, assim, tocada, impactada, e a gente acaba lendo e fica com medo de isso acontecer algum dia, sabe? Ou com outras pessoas mesmo. Imagina o quão horrível é você ser só um objeto para ter filho, assim como a gente era antigamente. Dá muito medo disso voltar. Eu também li um outro livro que chama *Nesse Livro a Princesa Salva a si mesma*, acho que é esse o nome. Ele é de poesia. Eu adoro ler livro de poesia também. Já li *O Que o Sol faz com as Flores e Outros Jeitos de Usar a Boca*, que é quase um clássico na minha idade. Eu tô até procurando outros livros que tenham esse assunto, estava procurando podcast também, até perguntei para algumas amigas que escutam mais do que eu, já que é uma atividade recente minha escutar eles.

P. Você acha que as revistas te ajudaram nessa parte de empoderamento ou você foi se empoderando por fora e a partir daí, ficando mais crítica com as revistas?

D. Comecei a me empoderar mais pelas redes sociais mesmo e por uma professora minha, quando eu tava no oitavo ano do fundamental, que abordava muito essa questão. Minha professora de artes. Explicava que já tínhamos que aprender desde cedo que a gente tinha valor, que a gente não era pior que homem, mas ela falava de uma forma ainda menos do que falam agora. Ela não falava tanto sobre feminicídio, por exemplo, mais sobre o empoderamento geral que era mais importante na época.

P. Você acha que existem espaços para homens ou espaços para mulher? Socialmente falando. Por exemplo, profissões de homem ou de mulher, esportes de homem ou de mulher.

D. Ainda tem muito isso, né? Às vezes a gente mesmo fala e a gente não percebe. Quando eu vou recomendar para uma amiga um psicólogo — eu falo “Ai, vai em uma psicóloga”, sabe, como se só existisse mulher nessa profissão. Ou também eu já vi mulheres que trabalham com conceitos de carros e eu acho muito interessante essa troca, porque a gente nem sabe de onde começou isso de coisa de homem e coisa de mulher. Na maioria das vezes a gente nem para para pensar “Nossa, de onde veio isso?”.

P. Você sente que com essa mudança de comunicação das revistas, elas já estão trabalhando melhor isso de não existir o espaço de cada um ou elas ainda acabam reforçando alguns estereótipos?

D. Hoje em dia muito menos. As pessoas hoje em dia estão mais focadas nisso. Algumas, né? Mas se uma revista falar ‘Profissões de mulher ou profissões de homem’, ela vai ser massacrada. Nem mexem mais em alguns assuntos como esse. Só falam no geral mesmo e é isso.

APÊNDICE B — Entrevista transcrita de Juliana**Tempo de Gravação: 14 minutos e 51 segundos****Realizada em 22 de maio de 2019****Identificação: Juliana Penafieri**

P. Qual é o seu nome?

J. Juliana Penafieri de Almeida.

P. Quantos anos você tem?

J. Eu tenho 16 anos.

P. Você é de São Paulo mesmo?

J. São Paulo.

P. Que revistas normalmente você costuma ler, quando falamos de revistas *teen*?

J. Acho que *Capricho*. Eu gostava bastante e gosto bastante.

P. Eu queria entender como você começou a ler. De onde surgiu esse interesse, como que você começou a ler?

J. Então, eu comecei a ler, eu era muito novinha, devia ter por volta de uns 7 anos, e eu sempre gostei muito de ler, então eu vivia em banca de jornal porque era muito comum naquela época, figurinha, esse tipo de coisa. Eu comecei a ler muita revista *teen* por conta disso, aí conheci a *Capricho*, a *Todateen*, e sempre me interessei porque falam sobre assuntos que as meninas gostam de ler e de saber, né? Porque eram assuntos da atualidade e várias coisas assim. Era bem legal, gostava bastante.

P. O que te motivou a ler? O motivo de você ter começado a ler e hoje, o que te prende, que te faz ler hoje?

J. É, eu acho que eu comecei a ler porque as revistas tratavam de assuntos do momento assim, então, coisas que estavam acontecendo e acho que a maioria das meninas se interessam bastante, tipo meninos e essas coisas. Então isso me prendia muito. Eu era novinha, gostava bastante, eu sempre fui muito romântica, então isso, pra mim, eu amava. Quiz tipo sobre filmes e séries, até hoje eu gosto porque trata muito sobre assuntos de celebridades, e eu sou muito ligada nisso,

então eu gosto sempre de estar por dentro do que está acontecendo e as revistas tratam muito disso até hoje. Então acho que isso é o que mais me prendeu e me prende até hoje.

P. Se fosse para escolher uma seção favorita, um conteúdo favorito, seria essa parte mais de famosos?

J. Sim, com certeza.

P. As revistas têm vários tutoriais - dicas de como conquistar o *crush* até dicas como fazer uma make boa. Existiu alguma situação que você se relacionou com alguma matéria, colocou em prática e não deu certo?

J. Ai, eu sempre tentava assim em questão de como ser mais atraente para a pessoa que você gosta, sabe? Eu sempre gostei muito desse lado, mas eu acho que colocar em prática foi mais maquiagem mesmo. Roupa, eu adorava porque eles se inspiravam em roupas das celebridades e roupas que você poderia comprar aqui para conseguir imitar as celebridades, e eu gostava muito disso, então eu sempre praticava, as maquiagens também. Acho que mais para esse lado de moda e maquiagem mesmo.

P. Pensando no consumo de conteúdo em geral. Normalmente o que você consome de conteúdo? O que você procura e gosta de ver?

J. É, deixa eu ver... eu gosto muito de música, nesse sentido assim, de saber as músicas que as pessoas tão ouvindo, tipo Billboard Hot 100, então, assim, gosto de estar por dentro do mundo da música e das celebridades. Gosto muito de séries, filmes, filmes que estão lançando e estão para lançar, série nova, sempre tô muito ligada nisso. Sigo várias páginas, leio várias coisas para conseguir estar por dentro sempre e atualizada.

P. Esses tópicos que te interessam normalmente você consome mais por rede social, por site, por revista, por televisão, programa, ou por tudo?

J. Mais por rede social mesmo, Instagram bastante.

P. Você se sente representada nos conteúdos que você consome? Não só em relação a comportamento, mas também pensando nas imagens.

J. Ah, eu acho que sim, porque, como as revistas principalmente e até esses sites que eu sigo tratam muito da atualidade e dos jovens, eu acho que eu me vejo muito nisso então é um espelho, né? De qualquer forma. Porque as pessoas estão sempre se espelhando e se inspirando em

outras. Acho que todo mundo tem uma inspiração, então eu acabo me vendo nisso e as pessoas falam muito, né, sobre celebridades em geral, e isso acaba influenciando as pessoas de alguma forma ou a vestirem certa coisa.

P. O que você considera hoje um padrão de mulher bonita? Você se considera uma?

J. Eu acho que, na sociedade, o padrão que a sociedade impõe é de uma mulher magra, mas com curvas, né? Tem que ser magra, mas tem que ter bunda e peito — não sei se posso falar dessa forma. Esse é o corpo perfeito, o corpo que as meninas sempre buscam ter e que os meninos gostam. Normalmente é o cabelo liso, olhos claros, pele mais clara. Esse é o padrão que a sociedade impõe, não que eu acho certo. Mas eu acho que, hoje em dia, para você ser bonita, vista pela sociedade, você tem que ser assim. É bom, eu já tive muitos problemas de autoaceitação e hoje eu me sinto muito bem, eu diria que eu estou dentro dos padrões, mesmo não achando certo que exista esse padrão e hoje em dia acho que sim, eu me sinto bem e é isso.

P. Você sente que hoje as revistas ainda acabam repercutindo esse padrão ou você acha que é uma coisa que já não existe mais, que hoje já se tem mais diversidade nas comunicações.

J. Eu acho que existe mais diversidade, mas, mesmo assim, ainda existe o padrão, entende? Ainda existe essa barreira. A gente não consegue ainda ver assim muito de forma tão natural. É muito difícil você ver na capa de uma revista uma mulher gorda, negra... Você vê mais mulheres loiras, magras, bonitas. Principalmente para marca de lingerie, por exemplo. É muito difícil você ver mulher gorda, então tem que ser a mais magra. Então ainda não há tanta diversidade. Acho que a gente ainda tem, na verdade a mídia principalmente tá dentro desse padrão.

P. Queria saber como é a sua relação com o feminismo. Se você sabe, lê sobre, se identifica?

J. Assim, eu sigo o feminismo. Eu diria que eu sou feminista, mas algumas coisas eu não concordo. Existem coisas no machismo que eu não concordo e coisas que eu concordo, assim como no feminismo existem coisas que eu concordo e que não concordo. Então assim, eu diria que eu sou feminista porque as mulheres têm poucos direitos relacionados ao homem, então eu luto pelo meu direito, direito das mulheres. Mas existem coisas no feminismo que eu não concordo, tipo, que a mulher está tentando imitar o homem, só que o que o homem tá fazendo tá errado também. Aí ficam os dois errados e eu não concordo com isso.

P. Você pode me dar um exemplo de uma situação?

J. Sim. Por exemplo, que o homem sempre pode pegar todas e se a mulher pegar todos ela é puta. Então, eu acho que as mulheres vêm conquistando isso. É pouco falado ainda, se as mulheres ficam com muitos homens, hoje em dia não se fala tanto “Ai, ela é puta” — isso já é uma coisa normal. Mas eu não concordo. Acho que é uma atitude que não é legal para ambos os lados.

P. Você acha que existem espaços exclusivos para gênero? Por exemplo, espaços de homem e espaços de mulher, seja em profissão, seja em esportes, se você acha que ainda existe essa segmentação.

J. Eu acho que existe um pouco e, por as mulheres terem menos direitos que os homens, como, por exemplo, ganhar um salário menor, elas meio que se revoltam. Então, o que é delas é delas e o homem não pode ter. Então acho que eu não julgo e também concordo, porque também faço um pouco disso porque é normal. A gente tem muito menos e o que a gente tem, a gente não quer que os homens chamem de deles. Acho que ainda tem isso, sim, e é muito difícil. Por exemplo, o rosa e o azul. Tem gente que tem opiniões diferentes, né? Eu já não concordo. Para mim tanto faz, mas as pessoas acham que existem aí suas diferenças.

APÊNDICE C — Entrevista transcrita de Julia**Tempo de Gravação: 13 minutos e 21 segundos****Realizada em 22 de maio de 2019****Identificação: Julia Neves**

P. Qual é o seu nome?

J. Julia Aparecida Lima Neves.

P. Quantos anos você tem?

J. Eu tenho 13, faço 14 em julho.

P. De que cidade você é?

J. São Paulo.

P. Quais são as revistas que você normalmente lê?

J. Eu leio na maioria a *Capricho* e no celular eu tenho umas notificações de umas revistas mais amplas assim então vai aparecendo notícias de coisas relacionadas.

P. E esse aplicativo te traz notícias de outras revistas também?

J. Sim!

P. Queria que você me contasse um pouquinho da sua relação com as revistas. Quando que você começou essa leitura e por quê?

J. Eu comecei a ler essas revistas no começo do ano passado e eu ficava lendo mais para ver coisas de séries, que tem um pouco na *Capricho*, de fofoca, que tinha entre os famosos e tudo mais. Eu gosto de ficar pesquisando as coisas e acabava entrando muito também nesses sites de revistas, por isso eu comecei a ler.

P. Você acha que o motivo de leitura no começo foi esse e hoje quais são os seus motivos de leitura? São os mesmos?

J. Uma parte sim, do que eu gostava antes, porque eu gosto de estar atualizada das fofocas que comentei. Mas também tem vezes que nas outras, não na *Capricho*, que é mais adolescente,

mas nas outras que eu leio de vez em quando, é notícias que acontecem pelo Brasil que eu gosto de ficar sabendo porque sou uma pessoa extremamente curiosa.

P. Pensando nas revistas adolescentes em si, hoje qual é a sua matéria ou seção favorita? Aquela primeira que você vê ou que mais gosta de ler.

J. A que eu mais gosto de ler é fofoca de série, entre os personagens da série, atores, elenco, essas coisas assim.

P. Na revista temos vários guias e tutoriais. Queria saber se existe alguma situação em que você se relacionou com uma situação que estava escrita lá ou que você tenha colocado em prática alguns desses guias e tenha dado certo.

J. Vira e mexe eu encontro uns testes assim para principalmente maquiagem e unha, que são as duas coisas que eu mais fico vendo. Teve uma vez que eu fiz a maquiagem na minha mãe, que ela tava pedindo. Eu fiz uma maquiagem que tinha lá e deu supercerto!

P. Dentro dos de comportamento, essa parte você costuma olhar ou é uma parte que acaba passando mais batido?

J. Depende do mês. Tem vezes que eu deixo mais batido e tem vezes que eu olho assim porque eu gosto de ficar lendo assim as coisas, eu gosto muito de ler as coisas.

P. Entrando na parte de consumo de conteúdo - não precisa ser das revistas só, mas sim conteúdo em geral - o que normalmente você consome?

J. De leitura eu leio muito livro principalmente de ficção. Os livros que a escola manda, tem bastante... Eu gosto de ler livro também que ensina alguma coisa, como superar alguma coisa. Eu terminei de ler um livro esses dias que é a *Sutil arte de ligar o foda-se* é muito bom.

P. Pensando dia a dia, quando você não está com um livro na mão, acaba ficando nessa linha de ler fofoca de séries e ver coisas dos famosos?

J. É, normalmente é isso mesmo.

P. Um outro ponto que eu queria entender é em relação à representatividade - se você se sente representada nos conteúdos que consome. Pode ser em relação a como que a revista conversa com você ou as fotos em si. Você se sente representada nos conteúdos que lê?

J. Normalmente não, mas tem uma coisa ou outra que a gente sempre dá uma relacionada, mas na maioria não.

P. E por que você não se sente representada? O que faltaria?

J. Porque as revistas falam muito na parte de estereótipos. Elas falam muito sobre beleza, e não sei o que, e corpo perfeito, e para mim eu acho que a revista foca uma parte muito na beleza exterior e eu prefiro focar na beleza interior e normalmente não costuma ter muita coisa assim, então não.

P. O que você acha que hoje é considerado um padrão de mulher bonita?

J. Assim, meu, minha pessoa, é mais o intelectual, mas em revistas, essas coisas, normalmente é uma mulher que é magra, tem um cabelo bonito — não vou falar exatamente o tipo de cabelo porque todos os cabelos são bonitos —, tem um cabelo que dá para fazer qualquer coisa, que seja grande ou curto, dependendo da pessoa... Que combine mais com o rosto perfeito, sem nada de acne e manchas. Acho que é isso.

P. Sobre essa parte de representatividade, a gente acaba falando muito dessa onda de feminismo que vem crescendo. O quanto você sabe e lê sobre feminismo? É um tema que você gosta? Como é a sua relação com ele?

J. Assim, eu gosto bastante, e esse foi um dos motivos para eu ler a parte de beleza que tem nas revistas, porque na minha escola tem umas meninas que falam bastante sobre essas coisas e acabou me despertando essa curiosidade, eu fui atrás e acabei encontrando essas revistas.

P. Você sente que hoje ainda existem espaços de homem ou espaços de mulher? No sentido de profissões para um tipo de gênero, por exemplo.

J. É, na revista *Capricho* em si eu não vejo muito isso, mas tem muitas outras revistas que tem uma parte que é mais direcionada — a forma de escrita desses autores — tem uma parte que é mais direcionada para as mulheres, que dá para perceber, e outra que é mais para os homens.

P. Que temas normalmente você enxerga que acabam sendo mais de homem ou de mulher?

J. De mulher, normalmente é uma coisa mais de fofocas de famosos e de homem, é mais jogos em geral. E tem vezes que até notícias, dependendo do assunto, é mais direcionado para os homens do que para as mulheres.

APÊNDICE D — Entrevista transcrita de Lisandra

Tempo de Gravação: 13 minutos e 13 segundos

Realizada em 24 de maio de 2019

Identificação: Lisandra Teixeira

P. Qual é o seu nome?

L: Lisandra de Alencar Teixeira.

P. Quantos anos você tem?

L: 14.

P. E de que cidade você é?

L: São Paulo.

P. Que revistas você costuma ler?

L: *Atrevida*. Só essa mesmo.

P. Queria saber como você começou a leitura. Com quantos anos? Onde? Por quê?

L: Olha, eu ganhei de aniversário três anos de assinatura do meu avô, no meu aniversário de 11 anos. Então ainda tá valendo, esse é o último ano que eu vou receber. Eu uso a *Atrevida* principalmente porque eu pego os pôsteres gigantes que vem dos cantores que eu gosto. Então eu pego esses posters e fico grudando no meu armário.

P. Então você já gostava e pediu para o seu avô ou ele que te trouxe inicialmente? Como que veio isso?

L: Eu comprei uma ou duas da *Atrevidinha* quando ela não tinha falido, porque parece que faliu. Parou de vir a *Atrevidinha* e começou a enviar a *Atrevida*. Então eu pegava aquilo só pelos posters e eu lia umas coisinhas só que eu não lembro bem.

P. O motivo da leitura inicial foi os pôsteres mesmo né?

L: É, eu gosto bastante de pôsteres.

P. Hoje qual você considera seu conteúdo favorito? Qual é a seção que você mais gosta?

L: Eu ainda prefiro os pôsteres, mas eu também leio aqueles negócios de teste, sabe? O que você seria... Que cantor você seria, esses testes... O que vai acontecer com o seu signo — por mais que eu não acredite em signo, eu quero ver.

P: E tem algum tema que você goste mais de testes? Por exemplo, gosta mais dos testes que falam de relacionamento ou de signos etc.

L: Não.

P: Em geral né?

L: Uhum.

P: Pensando nas revistas em si, no caso na *Atrevida*, tem alguma situação que você se relacionou, que você colocou em prática? Têm vários tutoriais de como conquistar o seu *crush* ou de como usar a maquiagem boa na festa. Você já chegou a seguir?

L: Eu não sou uma adolescente dessas que tem *crush* e ‘Ai, minha maquiagem’. Não sou muito dessas, não.

P: Você não gosta desse conteúdo?

L: Não é que eu não gosto. Eu vejo isso e falo: um dia eu vou fazer, só que eu tenho preguiça, então não.

P: Pensando em consumo de conteúdo em geral, o que normalmente você consome? O que você gosta de ler e ver?

L: Eu gosto de ler, mas eu amo também assistir série coreana e de *k-pop*. Gosto bastante de coreano.

P: E dentro disso que tópicos te interessam? A cultura? Algo em específico?

L: Eu adoro coreanos em geral, eu tô até aprendendo coreano para eu poder ouvir as músicas em coreano e entender e ver as séries em coreano sem legendas em português, que às vezes atrapalha. Aprendo em casa sozinha, em videoaulas no YouTube. Eu também vejo algumas séries chinesas, mas são muito exageradas, prefiro as coreanas.

P: Normalmente então os conteúdos que você consome no seu tempo livre são voltados para esse mundo?

L: Sim, tendo tempo livre, eu vou ver reality shows sobre meus grupos *k-pop* ou ler alguns livros também.

P: Você se sente representada nesses conteúdos das revistas? Não somente a nível de comportamento, mas também das imagens que você vê?

L: Nossa, não mesmo! Não vi em nenhuma revista até agora um negócio de *k-pop*. O máximo eu vi foi de BTS, mas eu não gosto muito de BTS, então não. E também, tipo, as meninas, elas são tudo perfeitinhas, né?

P: O que você acha que hoje é considerada uma mulher bonita? E você se considera uma?

L: Olha, padrãozinho é: peitão, bundão e barriga chapada. A única coisa que eu tenho é bundão, mas barriga chapada e peitão nenhum, nada.

P: E você sente que é isso que acaba sendo representado na mídia?

L: É. Eu acho que eu até cobro muito de mim nessa parte de beleza porque eu assisto muito negócio coreano, né, como eu te disse, e se você ver os padrões de beleza coreano, é tipo, eles são muito magros e aí às vezes eu caio nessa de “tenho que ficar magra igual um coreano”, mas aí eu volto para a realidade, tipo, eu tô no Brasil.

P: Queria saber qual é a sua relação com o feminismo, se você sabe, lê, se identifica?

L: Eu sei disso, eu sou feminista, lógico, porque uma mulher que não é feminista, é muito raro achar, né? Toda mulher quer direitos iguais. Mas eu não sou uma ativista. Eu só fico na minha mesmo. Tipo, ‘ó, eu quero isso’, se os homens não respeitarem, eu dou um soco na cara.

P: Você sente que hoje existem espaços exclusivos para algum gênero? Por exemplo, profissões que sejam só de homem ou só de mulher ou esportes ainda vistos como só de homens etc.

L: Nossa! Teve um projeto desses na minha escola!

P: Do que foi?

L: Futebol, tipo esportes que são considerados para homens entre aspas, né? Tipo futebol, basquete e tal. Pedreiro, nossa! Pedreiro só vejo pedreiro homem. Policial, a maioria dos policiais que eu vejo são homens, pela TV, hun, é isso que eu saiba.

P: Então você ainda acha que existem essas divisões na sociedade?

L: Sim.

APÊNDICE E — Entrevista transcrita de Maria**Tempo de Gravação: 15 minutos e 39 segundos****Realizada em 23 de maio de 2019****Identificação: Maria Silveira**

P. Qual é o seu nome?

M. Maria de Mato Silveira.

P. Quantos anos você tem?

M. 19.

P. De que cidade você é?

M. Salvador, Bahia.

P. Que revistas normalmente você costuma ler?

M. Mais a *Capricho* assim, principalmente.

P. Como que você começou a leitura? Como entrou em contato com esse conteúdo de início e como que foi?

M. Foi bem novinha, acho que com uns 10 anos, vendo em banca de jornal mesmo. Via nas bancas de jornal e achava as capas legais e bonitas, normalmente tinha alguma celebridade que eu conhecia ou de alguma série ou famoso na época e eu acabava comprando.

P. Você acha que os seus motivos para começar a ler foi essa parte dos famosos ou outra coisa?

M. Não, acho que principalmente os famosos. Às vezes tinham alguns brindes, pôster e coisas do tipo, mas mais os famosos mesmo.

P. E hoje qual você considera hoje seu conteúdo e seção favorita?

M. Ah, eu gosto mais quando tem assuntos mais até políticos mesmo, o tipo de coisa de que quando eu era mais nova não tinha muito em revista, então hoje em dia tem algumas coisas relacionadas à educação, horóscopo. Eu também gosto muito de quando são assuntos mais sociais, do dia a dia mesmo, matérias e artigos legais.

P. Teve alguma situação que você se relacionou diretamente, que colocou em prática algum tutorial que viu?

M. Já! Eu já coloquei em prática tutorial de maquiagem e tentei fazer... não deu muito certo, mas já tentei.

P. E desse lado de comportamento, em algum momento foi alguma coisa que te influenciou ou você nunca deu muita bola para essa parte?

M. Eu nunca dei tanta bola porque eu sempre olhava e achava as coisas meio tipo um passo a passo que não fazia muito sentido, sabe? Eu sempre lia, mas eu sempre olhava e achava meio “hãh?”. Então eu acho que nunca me influenciou muito.

P. E por que você sentia que era meio distante da realidade?

M. Porque eu sentia que eu tava lendo uma *fanfiction*, um filme, alguma coisa que nunca tinha acontecido na minha vida. Situações que eu achava meio distantes assim, que eu não via acontecendo nem comigo nem com amigas minhas.

P. Meio idealizado tudo?

M. Exatamente.

P. Falando de conteúdos em geral, o que você normalmente consome?

M. Muita série, filmes, música e todos assim mais ou menos rodando na parte de cultura pop, normalmente. Música pop, séries mais famosas mesmo, mas acho que cultura pop em geral.

P. Que tópicos hoje te interessam nesses filmes, revistas e livros? Cultura pop mesmo?

M. Sim, cultura pop e hoje em dia também me interessa um pouco mais por assuntos como feminismo, política tô começando a me interessar um pouco mais... por economia... mas, se eu for fazer um batidão de tudo o que eu leio, cultura pop deve ser uns 60, 70%.

P. O quanto você conhece, sabe e lê sobre feminismo? Como é a sua relação com ele?

M. Eu comecei a ler um pouco mais acho que quando eu tinha uns 15 anos, por aí. Foi quando começou a ter mais uma popularização mesmo. Lembro bem do discurso da Emma Watson que foi tipo “Nossa”, todo mundo compartilhando no Facebook e comecei a ler um pouco mais a partir da faculdade. E ler de fato livros, coisas um pouco mais profundas, não só textos na internet e coisas do tipo.

P. E você sente que hoje as revistas acompanharam isso? Que hoje é um tema trabalhado e tratado ou ainda esquecido?

M. Eu vejo muito mais, principalmente comparando. Como eu li desde muito pequena a revista, não tinha quase nada, e hoje em dia, assim, eu acho que em todas as coisas que eu vejo, tem pelo menos uma parte mais sobre empoderamento feminino e é um tema mais falado. Mas ainda assim eu acho que os assuntos são meio, quando eu vejo ser tratado, são mais superficiais... Mas está sendo mais tratado, sim.

P. Pensando em representatividade, o quanto você se sente representada nos conteúdos que você consome? Tanto a nível de comportamento quanto à nível de imagem.

M. Não muito. Eu ainda não vejo muito. Eu acho que melhorou, sim, principalmente modelos e tal, tô tentando procurar... Colocar mais gente com cara de gente de verdade. Mas ainda assim eu vejo muito modelinho de Instagram e coisa do tipo. É que, por mais que tenha dado uma variada, saído um pouco do mainstream da mina branca e loira, que ainda assim é a maioria nas revistas, normalmente são meninas bem magras, com rosto padrão e tal. E na questão de comportamento, acho que continua uma coisa meio idealizada, como tinha te dito antes, que são situações que na minha opinião não parecem muito reais, sabe? Parecem muito mais tiradas de um livro ou de algo mais de ficção mesmo.

P. O que hoje você considera que é o padrão de uma mulher bonita? O quanto você acha que está dentro desse padrão?

M. É, eu acho que o padrão continua sendo uma menina magra, branca, de cabelo liso, mas quando eu penso assim em uns anos 2000, era cabelo liso escorrido e hoje em dia é mais natural, mas ainda um natural meio falso ao mesmo tempo. Nunca se fez tanto procedimento estético. Tem muito preenchimento, a sobancelha o pessoal quer deixar natural, mas na verdade é de micropigmentação... É pele limpa, mas que tá maquiada ou uma maquiagem um pouco mais natural, mas, ainda assim, maquiada. E é, acho que branca... eu penso mais em uma menina loira, alta e magra.

P. Qual é o seu grau de relacionamento com isso? Isso chega a te incomodar?

M. Me incomoda sim. Eu não me sinto muito no padrão, apesar de não me sentir absurdamente fora. Mas até vi esses dias no Instagram de “Dê unfollow em quem te fez sentir mal”, e é uma

coisa que eu tenho procurado fazer, tipo, seguir menos gente modelo e mais gente que tem conteúdo legal e que eu me identifico.

P. Mais gente real né?

M. Sim, total. Mas incomoda. Tipo, tem uns dias que eu olho e falo “Ai meu Deus, por quê?”

P. Você sente que existem espaços que ainda são vistos com exclusivos para algum gênero? por exemplo, uma profissão que é mais de homem do que de mulher etc. Espaços que seja difícil a penetração de outros gêneros.

M. Sim, eu acho que salão de beleza é um lugar até hoje visto como um lugar feminino. Muito difícil ver algum homem ou, quando eu vejo, as pessoas olham até meio torto. Na questão de profissão, eu vejo muito a parte ligada à beleza como uma profissão mais feminina, então desde esteticistas, cabeleireiras, até dermatologistas, que é uma parte da medicina que em geral o médico é mais visto como homem — na parte de dermatologia, cirurgia plástica, normalmente me vem à cabeça uma mulher. Quando eu lembro de profissionais que conheci dessa área, é, a maioria era mulher, principalmente dermatologista. Mas acho que esportes, principalmente futebol, é bem masculino, até hoje a gente não tem tanto contato. Por exemplo, a seleção feminina de futebol. Eu mesma sei pouquíssimas atletas, enquanto da masculina eu sei bastante gente, apesar de não ser muito fã de futebol. Basquete também, rugby, na verdade acho que esportes em geral. Se fosse para dizer algum feminino, acho que talvez ginástica rítmica, ginástica artística, patinação no gelo. Acho que tá melhorando, mas ainda assim.

P. Tem um caminho ainda né?

M. Sim, bem longo.

P. O quanto você sente que os meios acabam reforçando essas ideias e estereótipos de gênero? Principalmente pensando nas revistas.

M. Sim, eu sinto que sim. Normalmente, quando tinha a parte de esportes, academia e tal, era muito difícil abordar esportes considerados masculinos, era mais tipo balé, sei lá, no máximo ioga ou talvez, corrida. Eu não me lembro de ter visto falando sobre futebol, basquete. No máximo tênis. Acho que ajuda sim. E também na parte de profissão, tinha até um pouco mais, por exemplo, profissões como engenharia, que são vistas mais como masculinas, eu lembro já de ter lido sobre — a galera falar tipo de profissões que são sua cara. Mas esporte mesmo, não me vem à cabeça.

todateen
todateen.com.br

AQUI TEM... Simpatias para TUDO + Pele linda no verão

GUIA DOS SIGNOS
É SPOILER QUE VOCÊ **2018** QUER, @? Todas as PREVISÕES para amor, amizade...

4 testes

Dá licença, Lari!
Invadimos a casa de campo dela! Até as amigas falaram sobre a Larissa!

ESTÉ É O BOMBACHINHA

Você, uma muser top
Valen Schulz passa as dicas pra se dar bem no musical.ly

SUPERPOSTOS

UM PLANNER fofinho da tt para 2018

ANEXO II — Edição 267, fevereiro de 2018

4 testes

LÍVIAN, SUA LINDA: APRENDA A FAZER COM ELA MAKES CHEIOS DE GLITTER

Jean Paulo, Raissa e Matheus
Looks para o Carnaval, *yey!*

Temos BTS
Tudo o que você aprende com o grupo está aqui

Especial volta às aulas
➤ Tutorial pra se dar bem na escola
➤ Como VENCER O BULLYING

CRUSH, ME NOTA!
AS ATITUDES PARA O BOY SE LIGAR EM VOCÊ RAPIDINHO (não importa seu grau de timidez!)

SUPERPOSTERS
Lívia, Shawn, Camilla, BIS

ANEXO III — Edição 268, março de 2018

O LADO B DOS SIGNOS
BORA ENTENDER TUDO!

todateen

FELIPE NETO
sincerão!

"Meus amigos tinham mais grana e queria acompanhá-los!"
Ele relembra toda sua trajetória

OMG
CAMILIZERS
podem gritar!
Toda a história de Camila Cabello está aqui!

Leo Cidade
FEZ CHECK-IN AQUI
E você vai saber tudo sobre o boy!

4 testes

SUPERPOSTERS

COMBINA COMIGO?
Cores, roupas... Um guia TOP pra você!

~ DE ~
INSTA!
▶ Como chegar no **CONTATINHO** pelo **INSTAGRAM**? Temos todas as dicas pra você

SÓ NO DIGITAL
Conteúdo extra, pra você aproveitar!

ANEXO IV — Edição 269, abril de 2018

4 testes **today teen**

TALA, RAMONI O MAQUIADOR TOP DE LARISSA MANOELA REVELA SEGREDOS E TRUQUES!

todateen.com.br

DD Lovato

A diva está vindo ao BR cheia de novidades

Vem ver quais!

SUPERPOSTERS

Demi João BLACKPINK BTS

BLACKPINK

Motivos pra amar ainda mais as girls <3

PRIMEIRO NAMORO

As coisas que ninguém conta pra você estão aqui! + Como lidar com CIÚME, AMIGOS e FAMÍLIA

Ah, **JOÃO GUI...**

"Eu sou um cara de muitas crushes"
💖 Fotos que você nunca viu (inclusive dele bebê!)

Aqui tem:

- ★ Make pra quem usa óculos
- ★ O quarto de cada signo
- ★ Como vencer as espinhas e muito mais!

ANEXO V — Edição 270, maio de 2018

4 testes

HELP DAS STYLISTS! DICAS PRECIOSAS PARA SER FASHION GASTANDO POUCO

todateen

BIGBANG
As curiosidades do grupo que toda kpopper ama!

SUPERPOSTERS

QUAL PROFISSÃO?
Ajudamos você nessa escolha

GUIA (DEFINITIVO!) DO BEIJ

Fomos atrás das respostas para suas dúvidas: BV, aparelho nos dentes, beijo bom ou ruim... Tá tudo aqui!

FALA, WHIN!
"A melhor parte do casamento foi terminar de pagá-lo"
A entrevista mais engraçada, miga!

MAIS QUE TOP...
Quartetop
Conheça as meninas que estão lacrando na internet

Apr 25 - N.º 270 - Maio, 2018
alto astral

todateen
todateen.com.br

EXCLUSIVO!
Brunna e Thata
As girls do **TÁ DIFÍCIL** mais sinceras e fofas do que nunca

OLÁ, CACHOS!
Penteados passo a passo pra amar seu cabelo
Com **GRACIELY JUNQUEIRA**

13 Reasons Why
O final perfeito pra Justin, Jessica e Tony? Os atores revelaram!

4 testes

HELP CRUSH COM O

Lari Manoela, Fabi Santina e outras girls top ajudam com as dúvidas: como chegar no crush, demonstrar que está a fim e muito mais!

OUVI RAPPER?
Tudo sobre a novidade musical do **CHRISTIAN FIGUEIREDO**

DEPRESSÃO, ANSIEDADE e CIA.
Entenda essas doenças!
VAMOS FALAR SÉRIO?

SUPERPOSTERS
Shawn, JB, Enaldinho, Twice

alto astral

ANEXO VII — Edição 272, julho de 2018

4 testes

COMO LIDAR COM CELULITE, ESTRIA E CIA.

todateen.com.br

BTS
As lições que aprendemos com os boys
Autoestima, SIM!

Aventuras de Poliana
Lari, Sophia e Flavia contaram **TUDO <3**
Pode ser que o pessoal me veja cantando", conta Larissa

Uhul FÉRIAS
Tudo pra você curtir muito

4 **SUPERPOSTERS**

BTS
A Barraca do Beijo
Aventuras de Poliana
Luccas

O BOY DE CADA SIGNO
Revelamos os mitos e as verdades pra matar sua curiosidade!

A BARRACA DO beijo
Entrevista com a autora do livro

Histórias de INTERCÂMBIO
Spoiler: você vai querer embarcar nessa!

alto astral

Ano 23 - Nº 272 - Julho, 2018

TUTORIAL DE COMO SER TUMBLR!

todateen

todateen.com.br

4 testes

TEMOS EduKof
 “Conseguo curtir e divertir quem está me assistindo também”, conta Edu

Os lacres do GOT7
 Todas as infos sobre o grupo estão aqui!

Especial

- ★ Os signos na volta às aulas
- ★ Entenda o Dia de Amar Infinito
- ★ Klara Castanho, nossa colunista!
- ★ Dicas para o vestibular

SUPERPOSTERS

GOT7 Jacob Riverdale Camila

Partiu 15 anos!
 Vai ficar fácil organizar a sua festa com nossas dicas

OI, CRUSH!
 Ajudamos você a perder o medo e chegar no boy

alto astral

ago. 23 - Nº 273 - agosto 2018

todateen

CNCO: FATOS SOBRE OS BOYS
+ POSTER RECORTÁVEL!

MONSTA X
Fomos ao show e contamos muita coisa baphônica!

SUPERPOSTERS
SÓ DE KPOP

TWICE
BTS
EXO
MONSTA X

Olá, adolescência
Entenda o que acontece no seu corpo nessa fase

4 testes

OMG, Riverdale!
Lições de moda da série

22 FATOS SOBRE BEIJO
curiosidades e dicas que você vai amar, incluindo quantos músculos a gente mexe e o fato de que beijar faz bem aos dentes. Oi? Miga, só vem!

Guia da Astrologia
Agora, você vai ser a louca dos signos REAL

todateen

DÁ LICENÇA, VALENI! A GENTE INVANDIU O QUARTO DA GIRL VEM VER!

Tudo Por Um Pop Star
Maisa, Klara e Mel falam tudo sobre amizade, gravações...

Cachos? Amo!
Saiba como deixá-los mais lindos

8 testes

BTS
Teste pra saber se você é a maior army

Spoilers do ENEM
Professores comentam o que deve rolar
Em todas as matérias!

APAIXONEI, E AGORA?
Os sinais, o que acontece no corpo, por que as mãos suam... TUDO explicado pra você!

SUPERPOSTERS

- Tudo Por Um Pop Star
- CNCO
- PTOGOJA
- BTS

ANEXO XI — Termo de Consentimento Maria Eduarda**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Concordo que Maria Eduarda Macedo Rosa participe, como voluntária, do estudo que tem como pesquisador responsável da aluna de graduação Laura Napolitano Sant'Ana, do curso de Relações Públicas da Universidade de São Paulo, nº USP 9306629, que pode ser contatada pelo e-mail laura.napsantana@gmail.com e pelo telefone (11)983416523. Tenho ciência de que o estudo tem em vista realizar entrevistas com alunos e alunas, visando, por parte da referida aluna a realização de um trabalho de conclusão de curso intitulado "A Representação do Ideal Feminino nas Revistas Adolescentes". A participação de minha filha consistirá em conceder uma entrevista que será gravada e transcrita. Entendo que esse estudo possui finalidade de pesquisa acadêmica, que os dados obtidos não serão divulgados, a não ser com prévia autorização, e que nesse caso será preservado o anonimato dos participantes, assegurando assim sua privacidade. Além disso, sei que posso cancelar a participação de minha filha na pesquisa quando quiser e que ela não receberá nenhum pagamento por esta participação.

Arustina Macedo da Lira
Assinatura do Responsável

São Paulo, 3 de junho de 2019

ANEXO XII — Termo de Consentimento Lisandra**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Concordo que Lisandra de Alencar Teixeira participe, como voluntária, do estudo que tem como pesquisador responsável da aluna de graduação Laura Napolitano Sant'Ana, do curso de Relações Públicas da Universidade de São Paulo, nº USP 9306629, que pode ser contatada pelo e-mail laura.napsantana@gmail.com e pelo telefone (11)983416523. Tenho ciência de que o estudo tem em vista realizar entrevistas com alunos e alunas, visando, por parte da referida aluna a realização de um trabalho de conclusão de curso intitulado "A Representação do Ideal Feminino nas Revistas Adolescentes". A participação de minha filha consistirá em conceder uma entrevista que será gravada e transcrita. Entendo que esse estudo possui finalidade de pesquisa acadêmica, que os dados obtidos não serão divulgados, a não ser com prévia autorização, e que nesse caso será preservado o anonimato dos participantes, assegurando assim sua privacidade. Além disso, sei que posso cancelar a participação de minha filha na pesquisa quando quiser e que ela não receberá nenhum pagamento por esta participação.



Assinatura do Responsável

São Paulo, 03 de Junho de 2019

ANEXO XIII — Termo de Consentimento Julia

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Concordo que Julia Aparecida de Jesus participe, como voluntária, do estudo que tem como pesquisador responsável da aluna de graduação Laura Napolitano Sant'Ana, do curso de Relações Públicas da Universidade de São Paulo, nº USP 9306629, que pode ser contatada pelo e-mail laura.napsantana@gmail.com e pelo telefone (11)983416523. Tenho ciência de que o estudo tem em vista realizar entrevistas com alunos e alunas, visando, por parte da referida aluna a realização de um trabalho de conclusão de curso intitulado "A Representação do Ideal Feminino nas Revistas Adolescentes". A participação de minha filha consistirá em conceder uma entrevista que será gravada e transcrita. Entendo que esse estudo possui finalidade de pesquisa acadêmica, que os dados obtidos não serão divulgados, a não ser com prévia autorização, e que nesse caso será preservado o anonimato dos participantes, assegurando assim sua privacidade. Além disso, sei que posso cancelar a participação de minha filha na pesquisa quando quiser e que ela não receberá nenhum pagamento por esta participação.

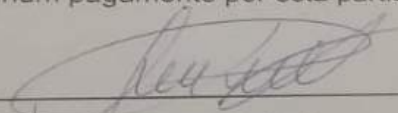
Assinatura

Assinatura do Responsável

São Paulo, 30 de Mar de 2019

ANEXO XIV — Termo de Consentimento Juliana**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Concordo que Juliana Penafior de Almeida participe, como voluntária, do estudo que tem como pesquisador responsável da aluna de graduação Laura Napolitano Sant'Ana, do curso de Relações Públicas da Universidade de São Paulo, nº USP 9306629, que pode ser contatada pelo e-mail laura.napsantana@gmail.com e pelo telefone (11)983416523. Tenho ciência de que o estudo tem em vista realizar entrevistas com alunos e alunas, visando, por parte da referida aluna a realização de um trabalho de conclusão de curso intitulado "A Representação do Ideal Feminino nas Revistas Adolescentes". A participação de minha filha consistirá em conceder uma entrevista que será gravada e transcrita. Entendo que esse estudo possui finalidade de pesquisa acadêmica, que os dados obtidos não serão divulgados, a não ser com prévia autorização, e que nesse caso será preservado o anonimato dos participantes, assegurando assim sua privacidade. Além disso, sei que posso cancelar a participação de minha filha na pesquisa quando quiser e que ela não receberá nenhum pagamento por esta participação.


Assinatura do Responsável

São Paulo, 23 de maio de 2019