

ANÁLISE DA REVISTA TODATEEN EM BUSCA DE CARACTERÍSTICAS JORNALÍSTICAS

Jordana Pilar Wustro

Resumo

A seguinte pesquisa busca analisar matérias da revista Todateen, um periódico voltado para o público feminino, averiguando a existência de características jornalísticas nas matérias da mesma. As características em questão foram estabelecidas a partir dos estudos de Nelson Traquina, sendo elas: a notícia, a procura da verdade, a objetividade e o jornalismo como um serviço ao público. Estas características serão utilizadas nesta pesquisa como categorias de análise. A metodologia utilizada consiste na análise das matérias selecionadas dentro das características propostas. Conclui-se que as matérias possuem as características de notícia e jornalismo como serviço ao público em destaque, enquanto as características de objetividade e procura da verdade estão ausentes.

Palavras-chave: características jornalísticas; jornalismo feminino; jornalismo de revista; revista Todateen;

Abstract

The following research seeks to analyze articles from Todateen magazine, a periodical aimed at the female public, checking the existence of journalistic characteristics in its articles. The characteristics in question were established from Nelson Traquina's studies, being the news, the search for truth, objectivity and journalism as a service to the public. These characteristics will be used in this research as categories of analysis. The methodology used consists of the analysis of the selected articles within the proposed characteristics. It is concluded that the articles have the characteristics of news and journalism as a service to the public in focus, while the characteristics of objectivity and search for truth are absent.

Keywords: journalistic features; female journalism; magazine journalism; Todateen magazine;

Introdução

Para o jornalismo, as revistas trazem a possibilidade de aprofundamento. Permitindo uma segmentação e abordagem diferentes dos assuntos propostos no jornalismo diário. As revistas femininas surgiram no Brasil escritas por homens. Isto fez com que os periódicos voltados para o público feminino abordassem assuntos tidos como pertinentes para as mulheres da época, como

¹ Artigo apresentado pela acadêmica ao curso de Jornalismo, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Jornalismo. Artigo produzido sob a orientação da prof^a Dr^a em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, Sonia Regina Schena Bertol.

moda e culinária, deixando de lado as atualidades e informações jornalísticas, aprofundadas em outros modelos de periódicos.

Tendo em vista este contexto, o seguinte artigo tem como objetivo verificar a existência de características jornalísticas em matérias da revista *Todateen*, voltada para o público feminino. Tais características foram estabelecidas a partir dos livros de Nelson Traquina: *Teoria do Jornalismo - Volume I: Porque as notícias são como são* (2012) e *Teoria do Jornalismo - Volume II: A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional* (2013).

Como forma de responder o problema em questão, este artigo tem como objetivos específicos: 1. Identificar o conteúdo a ser analisado dentro das mostras da revista *Todateen*; 2. Verificar a existência das características nas mostras a serem analisadas. Como amostragem, foram selecionadas cinco edições da revista *Todateen*, dos meses de Maio/2018 à Setembro/2018. Estas foram selecionadas de forma intencional, a partir da disponibilidade dos exemplares encontrados online, visto que a revista saiu de circulação. Os exemplares localizados permitirão a realização da análise proposta.

Para responder ao problema central deste estudo, serão utilizadas as matérias de capa de cada edição. Após a escolha das matérias, estas serão analisadas levando em consideração as características já estabelecidas, onde será verificada sua existência dentro das mostras selecionadas. A análise também se apoia nos estudos de outros autores, como forma de auxílio na resolução do problema em central.

Para pensar em Jornalismo

Segundo Felipe Pena, não basta produzir cientistas e filósofos ou incentivar navegadores, astronautas e outros viajantes. Também é preciso que eles façam os tais relatos e reportem informações a outros membros da comunidade que buscam a segurança e a estabilidade do “conhecimento” (PENA, 2015, p.23).

Mesmo antes de Gutemberg as notícias já circulavam. Eram as informações manuscritas, que cresceram durante o desenvolvimento do comércio e da vida urbana (PENA, 2015, p.27). Os acontecimentos históricos são o pano de fundo que condicionam o aparecimento da imprensa. Neles estão a ascensão da burguesia e dos valores capitalistas de acúmulo de bens e competição (PENA, 2015, p.36). De acordo com Traquina (2013), o jornalismo que conhecemos hoje nas sociedades democráticas tem suas raízes no século XIX. Pois, de acordo com o autor, foi no

século XIX que se verificou o desenvolvimento do primeiro *mass media*, a imprensa. Ainda de acordo com Traquina (2013) a expansão dos jornais no século XIX permitiu a criação de novos empregos nos jornais.

Segundo este, um número crescente de pessoas passou a se dedicar em tempo integral a uma atividade que durante as décadas do século XIX, ganhou um novo objetivo: fornecer informação, e não propaganda. Para Traquina (2013), este paradigma é a luz que viu nascer características que ainda hoje são tidas como jornalismo: a) as notícias; b) a procura da verdade; c) a objetividade, d) a noção do jornalismo como um serviço ao público. As seguintes características servirão como base para a análise que será realizada nesta pesquisa, como forma de responder ao problema central deste estudo.

A) As notícias: ainda de acordo com Traquina (2013), durante o século XIX, sobretudo com a criação de um novo jornalismo – a chamada “*penny press*” – os jornais são encarados como um negócio que pode render lucros, apontando com objetivo fundamental o aumento de tiragens. Com o objetivo de fornecer informação e não propaganda, os jornais oferecem um novo produto – as notícias, baseadas nos fatos. As notícias tornaram-se mais orientadas para o acontecimento, o que não quer dizer que o anterior jornalismo não noticiava acontecimentos; mas o conteúdo dominante dos jornais começou a concentrar-se em acontecimentos, por oposição a opiniões políticas (TRAQUINA, 2012, p.54). Devido ao objetivo de querer mais leitores, houve a necessidade de obter uma melhor utilização econômica do espaço do jornal, ainda muito limitado. Era importante assegurar que o espaço usasse matéria que interessasse às pessoas (TRAQUINA, 2012, p.55).

B) A procura da verdade: uma característica central associada ao jornalismo é a verdade. Citando Schudson, Traquina aponta que “as profissões que são levadas mais a sério ou olhadas como mais respeitáveis são as que têm uma conexão evidente com assuntos de preocupação fundamental – a medicina trata da vida e da morte, o direito analisa a liberdade e a justiça” (SCHUDSON apud TRAQUINA, 2012, p.135). George Bourdon definiu que “o jornalista não é ninguém se não for ou não se esforçar por ser, na intimidade de sua consciência, um servidor da verdade e da justiça, e se não dedicar toda a sua energia a defender honestamente o interesse público” (BOURDON apud RUELLAN apud TRAQUINA, 2012, p. 136).

C) A objetividade: de acordo com o Traquina (2012), nenhum valor do jornalismo é tão discutido quanto a objetividade. Atualmente esta discussão aborda a dicotomia entre objetividade

e subjetividade. O valor da objetividade surgiu no século XX, com base em uma mudança fundamental do jornalismo, que ocorreu no século XIX, em que a primazia era dada aos fatos, e não às opiniões (TRAQUINA, 2012, p.137). Ainda de acordo com o autor, é preciso entender o contexto histórico das primeiras décadas do século XX. Para Traquina, existiu um profundo pessimismo na democracia, como forma de viver em sociedade e governar, visto as crises do sistema democrático, e a tomada do poder por forças autoritárias, como os partidos fascistas.

Segundo Schudson (1978), dois fatores contribuíram para provocar a fé nos fatos por parte da comunidade jornalística: 1) a experiência da propaganda na Primeira Guerra Mundial (1914 - 1918); e 2) o surgimento de uma nova profissão - relações públicas (SCHUDSON apud TRAQUINA, 2012, p.138). Para o autor, com as relações públicas, as notícias não eram mais a reportagem dos acontecimentos, e sim a reprodução de fatos que correspondiam ao interesse dessas pessoas ou de organizações. Para Traquina, “assim, a objetividade não é a negação da subjetividade, mas uma série de procedimentos que os membros da comunidade interpretativa utilizam para assegurar uma credibilidade como parte não interessada e se protegerem contra eventuais críticas contra seu trabalho”.

D) O jornalismo como um serviço ao público: segundo Traquina (2012), os jornalistas estiveram e estão na frente da luta pela liberdade e na luta pela defesa desta perante qualquer tentativa de limitá-la. A teoria democrática argumenta que o jornalismo, inicialmente identificado apenas como imprensa, deve ser um veículo de informação para equipar os cidadãos com as ferramentas vitais ao exercício dos seus direitos e voz na expressão de suas preocupações (TRAQUINA, 2012, p.130). De acordo com Traquina (2012), esta teoria coloca o jornalista como guardião dos cidadãos, onde meios de comunicação protegem a população de abusos de poder, de repressão e tirania.

O jornalismo de revista

De acordo com Benetti (2013) para compreender o que configuramos como “jornalismo de revista”, é necessário compreender a relação do jornalismo como campo do conhecimento e a revista como materialidade. Para a autora, enquanto o jornalismo contribui para consolidar normas, práticas, quadros interpretativos e supostos consensos, a revista contribui para formar opiniões e gostos. Para Scalzo (2011) enquanto os jornais nascem com a marca explícita da política, do engajamento claramente definido, as revistas vieram para ajudar, na complementação

da educação, no aprofundamento de assuntos, na segmentação, no serviço utilitário que podem oferecer a seus leitores. Para a autora, a revista une e funde entretenimento, educação, serviço e interpretação dos acontecimentos. Possui menos informação no sentido clássico, e mais informação pessoal.

Segundo a autora, desde a década de 1990, os jornais se esforçam para se tornarem cada vez mais parecidos com as revistas – seja nos temas, na linguagem, ou na divisão dos cadernos. Mas ainda segundo ela, não obtiveram o sucesso esperado com as mudanças. No processo, os jornais descobriram que precisavam do público jovem, e então tentaram criar material para este tipo de público. “No entanto, para ler o suplemento dedicado especialmente a ele, o jovem precisa comprar o jornal inteiro”. Ainda de acordo com Scalzo (2011), a revista é fácil de carregar, de guardar, além de ser colecionável. Para Benetti (2013), são os temas de longa duração que constituem a base do jornalismo de revista, tornando-o durável e colecionável. De acordo com a autora, esses temas sobrevivem aos interesses circunstanciais e são debatidos e repassados para outros leitores. “Contudo, não se pode esquecer que o jornalismo trabalha com a atualidade. As revistas precisam encontrar sempre algum fato ‘novo’ para que possam abordar um tema já tão conhecido” (BENETTI, 2013, p.53). Ainda de acordo com a autora, o jornalismo de revista contempla um leque amplo de temas. Por se tratar de um discurso marcado pela segmentação, e uma vez que a segmentação se dá a partir dos objetos de interesse, as revistas trabalham com feixes de temática (BENETTI, 2013, p.52).

Para Schwaab (2013) se seguirmos pensando no jornalismo com um campo, perceberemos que ele assume ares de instituição, ou que os valores que o caracterizam são socialmente conhecidos e institucionalizados. Mais empiricamente, o imaginário em torno de sua função social e suas práticas, comprometidas com a verdade e com interesses comuns, alimenta editoras e revistas na demarcação de seus lugares, a partir desse lugar do jornalismo, que lhes é anterior (SCHWAAB, 2013, p.60).

Tal perspectiva nos leva a reconhecer a revista na qualidade de dispositivo, na esteira da proporção de Agamben (2009, p.40), como “qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres vivos” (AGAMBEN, apud SCHWAAB, 2013, p. 60).

De acordo com Scalzo (2014), o tratamento pessoal com o leitor também é um dos diferenciais da revista. São muitos os portais para comunicação entre leitor e revista, dentre eles:

pesquisas de opinião e serviço de atendimento ao leitor. “A revista tem foco no leitor - conhece seu rosto, fala com ele diretamente. Trata-o por ‘você’” (SCALZO, 2011, p.15).

Para Benetti (2013), “ao ler uma revista o leitor se posiciona em um lugar pleno de sentidos: quem é, o que deseja, como se satisfaz, o que vem fazendo com sua vida, como se planeja para o futuro, o que julga importante”. Segundo a autora, é por isso que leitores sedentários, por exemplo, compram revistas sobre exercícios. De alguma maneira a informação sobre como ser um atleta saudável satisfaz um desejo que não será efetivamente realizado. Benetti (2013) afirma que a fidelização do leitor depende dessas questões: “esta revista foi feita para mim”, “sabe o que eu quero” e “me informa sobre o que eu quero saber”. Segundo a autora, o jornalismo de revista é complexo, diversificado e especializado. Gera olhares e percepções sobre si e sobre o outro, e é nesta articulação que está o seu poder.

As revistas femininas

Segundo Scalzo (2011), as revistas voltadas para o público feminino existem no Brasil desde que os periódicos começaram a circular pelo país. Buitoni (1990) identificou a carioca *O Espelho Diamantino*, de 1827 como a provável primeira revista voltada para mulheres no Brasil. Ainda segundo Scalzo (2011) os periódicos femininos brasileiros da época continham matérias sobre moda, com novidades vindas da Europa, além de dicas e conselhos sobre culinária.

Segundo Scalzo (2011) este modelo de revistas femininas foi repetido com pequenas diferenças durante todo o século XIX, até a primeira metade do século XX. De acordo com a autora, na década de 1950 surgem as fotonovelas, que atingem em cheio o público feminino. Estas revistas eram cheias de histórias românticas, e sem preocupação de mudar modelos da sociedade. “Mas a mulher começa, a partir daí, a ser identificada como mercado consumidor - público privilegiado de revistas -, e logo as publicações começam a se diversificar” (SCALZO, 2011, p.34). Para a autora, em 1961 surge Cláudia, para acompanhar a vida da mulher que mudava e a indústria de eletrodomésticos que nascia. No início presa ao modelo tradicional: novelas, artigos sobre moda, receitas, ideias para decoração e conselhos de beleza, passando depois a abordar outros assuntos como consultas jurídicas, sexo, saúde e orçamento doméstico.

Segundo Scalzo (2011) foi com a psicóloga Carmen da Silva, colunista da Cláudia, a partir de 1963 que o jornalismo feminino começou a mudar. Foi sua coluna “A Arte de Ser Mulher” que

começou a tratar de temas até então intocáveis, como a solidão, o machismo, o trabalho feminino, a alienação das mulheres e seus problemas sexuais. Para Marques de Melo (2006) se desde o século passado temos uma imprensa feminina, nem sempre tivemos um jornalismo feminino. As publicações periódicas dedicadas à mulher quase nunca contemplam a atualidade (característica básica do jornalismo) e, portanto, configuram-se como produtos editoriais não jornalísticos, apesar de corresponder aos padrões correntes da indústria cultural (MARQUES DE MELO, 2006, p. 146). Para o autor, na medida que o jornalismo tem sido historicamente uma atividade que estimule a participação política, é compreensível que as publicações femininas (conformistas, alienadoras) não abram espaço para o jornalismo. Trazer o jornalismo para suas páginas seria ampliar a dimensão do mundo e romper o isolamento da mulher em relação ao seu papel de mãe-esposa-administradora do lar (MARQUES DE MELO, 2006, p. 147).

A revista Todateen

Segundo Ruiz (2005), a revista Todateen foi idealizada para atingir o público feminino das classes A, B e C, e fazer concorrência com os grandes periódicos voltados para o público feminino, Capricho e Atrevida. “Surge em 1995 a Todateen, abordando matérias sobre moda, beleza, comportamento, amor, sexo, gatos e trazendo novidades para a jovem”. Para a autora, a revista Todateen foi apresentada ao mercado no dia 14 de dezembro de 1995, como produto da Editora Alto Astral. A revista estava atrelada ao Projeto Eclipse - uma subdivisão da editora idealizada para atingir o público feminino com idade entre 12 e 18 anos.

De acordo com Ruiz (2005), a periódica foi concebida como revista astrológica. “Para testar mercado criaram então a que veio a ser o embrião da Todateen, a Astralteen, uma revista que misturava astrologia com comportamento e era direcionada a adolescentes das classes A e B”. Sua proposta editorial, desde o início, foi a de levar para o seu público leitor, matérias sobre comportamento adolescente, moda e beleza, orientações sobre o amor e o sexo, artistas da TV e da música, testes, pôsteres e dicas de conquista. E durante esses quase 10 anos de existência sempre buscou atualizar sua linguagem, configuração e design para acompanhar a evolução e os hábitos de seus leitores (RUIZ, 2005, p.81).

De acordo com Giorgi e Gonzales (2013), “as revistas nasceram para abranger a um público específico. Desse modo, a linguagem tanto textual/editorial quanto visual, é um dos elementos

que vive em constante evolução e modificação para acompanhar o leitor”. Para Freire Filho (2006), as revistas juvenis se apresentam como um mapa cognitivo. As revistas femininas se apresentam como mapas cognitivos e anteparos emocionais que possibilitam às leitoras navegar, sem maiores sobressaltos, pelo mar das oportunidades e dos riscos associados à experiência da adolescência feminina e às demandas cambiantes da cultura do consumo contemporânea (fecundada pela busca contínua do capital por novos e expansíveis mercados (FREIRE FILHO, 2006, p.104). Segundo o autor, apesar de não serem as únicas responsáveis pelos conceitos de masculinidade e feminilidade, as revistas juvenis encorajam suas leitoras a seguirem um tipo de comportamento, geralmente ligado à características genéricas. Para Giorgi e Gonzales (2013), a revista *Todateen* surgiu com a identidade de ser amiga das leitoras. De acordo, por muitos anos a revista não deu tanta voz ao leitor, mas com as mudanças na redação e as mídias sociais, o laço entre revista e leitor foi estreitado.

Metodologia

A fim de responder ao problema central deste estudo, o de averiguar a existência de características jornalísticas na revista *Todateen*, as mostras selecionadas são as matérias de capa de cada edição da revista em questão, do período de maio/2018 a setembro/2018. Estas serão analisadas segundo as características estabelecidas a partir dos livros de Nelson Traquina: *Porque as notícias são como são* (2012) e *A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional* (2013). Estas características foram reunidas de forma a se aproximarem das atribuições jornalísticas. A análise será feita a partir de um hibridismo de autores, dialogando e alternando com as características encontradas.

CARACTERÍSTICAS	CONTEXTOS
<i>A notícia</i>	Pena (2015) citando Luiz Amaral, define a notícia como “tudo que o público necessita saber, tudo que o público deseja falar”. Apontando esta como “inteligência exata e oportuna dos acontecimentos, descobertas, opiniões e assuntos de todas as categorias que interessam aos leitores”.

<i>A procura da verdade</i>	Segundo Scalzo (2011), “para garantir ao leitor que as informações veiculadas sejam objetivas e independentes de interesses comerciais, governamentais, partidários, religiosos e outros, uma publicação e seus colaboradores devem, além de evitar conflitos de interesses, evitar dar ao leitor a impressão de que esses estejam ocorrendo. Não basta, ao jornalista, ser honesto, é preciso parecer honesto.
<i>A objetividade</i>	Para Pena (2015), “a objetividade é definida em oposição à subjetividade, o que é um grande erro, pois ela surge não para negá-la, mas sim por reconhecer sua inevitabilidade”. Segundo o autor, a objetividade surge porque há uma percepção de que os fatos são subjetivos, e que de tal forma, são construídos a partir da mediação de um indivíduo com preconceitos, ideologias, interesses pessoais ou organizacionais, e como estas não deixam de existir, devemos amenizar sua influência no relato dos acontecimentos.
<i>O jornalismo como um serviço ao público</i>	George Bourdon definiu que “o jornalista não é ninguém se não for ou não se esforçar por ser, na intimidade de sua consciência, um servidor da verdade e da justiça, e se não dedicar toda a sua energia a defender honestamente o interesse público” (BOURDON apud RUELLAN apud TRAQUINA, 2012, p. 136).

Tabela 1. Características jornalísticas reunidas a partir dos livros de Nelson Traquina.

A tabela acima servirá como base para a análise, contendo as características e suas atribuições. As matérias selecionadas serão analisadas e verificadas, incluindo recortes destas para melhor contextualização e entendimento.

As matérias

Segundo Cortellete (2014) “Pela própria segmentação da revista Todateen, já podemos inferir qual é um de seus gêneros mais recorrentes: hot; pra você; moda, beleza e shopping; fun e testes”. A editora Alto Astral apresenta a revista Todateen como voltada para garotas com interesses em comportamento, relacionamentos, celebridades, música, horóscopo e tecnologia.

Dentre as matérias selecionadas para análise, todas são relacionadas à relacionamentos e vida amorosa. Segundo Marques de Melo (2006) a maioria das publicações femininas se enquadra em um modelo de imprensa conformista, alienadora e modernizadora. Para Cortellete (2014) a Todateen faz parte de uma esfera de lazer e entretenimento, com textos que favorecem a leitura fácil e rápida. A seguir as matérias selecionadas serão apresentadas e contextualizadas em tabelas,

onde constam as características propostas por Nelson Traquina que foram encontradas e uma análise inicial sobre estas.

1. Guia do Beijo - edição Maio/2018

Disponível em:

<https://www.goread.com.br/revista/Todateen---Acervo518d58d3627b7b19a00005a3>

A MATÉRIA	CONTEXTUALIZAÇÃO
<ul style="list-style-type: none">• Título: Modo beijar ativado!• Autor: Mariana Scherma• Matéria sobre o primeiro beijo.• Consultoria de Joyce da Paz - especialista em sexologia e pós graduanda em sexualidade humana, Carol Teixeira - escritora, filósofa e terapeuta tântrica e Raquel Muarrek - infectologista• Matéria apresenta as perguntas enviadas pelas leitoras da revista no direct do Instagram.	<p>“Beijo transmite doença, 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 uma 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.”</p>

2. Help com o crush - Junho/2018

Disponível em:

<https://www.goread.com.br/revista/Todateen---Acervo518d58d3627b7b19a00005a3>

A MATÉRIA	CONTEXTUALIZAÇÃO
<ul style="list-style-type: none">• Título: Lições de amor• Autor: Gabriela Carvalho• Matéria com onde foram reunidos casais famosos, e suas histórias são contadas, visando obter aprendizados a partir das mesmas.• Não possui consultoria ou fontes.• Texto apresenta o casal, sua história de relacionamento e uma dica que pode ser aprendida a partir desta história.	<p><i>“Taciele Alcolea e Fernando Ferraz:</i></p> <p>O mais legal dessa história é que a Taci e o Fer se tornaram melhores amigos quando ela tinha 14 anos de idade e, com 17, começaram a namorar. Hoje, a girl tem 27 anos, está casadíssima e até com a Alícia, a baby do casal. Ou seja, sabe aquele papo de que namoro de adolescência não vai pra frente? É mito! Dar certo não depende da idade em que você começa a namorar. Dica prática: não tenha pressa de tornar o boy, que é seu amigo, em um namorado.”</p>

3. O boy de cada signo - Julho/2018

Disponível em:

<https://www.goread.com.br/revista/Todateen---Acervo518d58d3627b7b19a00005a3>

A MATÉRIA	CONTEXTUALIZAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> • Título: Mito ou verdade? • Autor: Mariana Scherma • Matéria sobre como se comportam os meninos, dependendo do se signo. Traz características comportamentais baseadas do menino de cada signo, como a forma de agir perante determinada situação. • Consultoria de João Bidu - astrólogo 	<p>“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!”</p>

4. Oi, crush - Agosto/2018

Disponível em:

<https://www.goread.com.br/revista/Todateen---Acervo518d58d3627b7b19a00005a3>

A MATÉRIA	CONTEXTUALIZAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> • Título: Como chegar noCrush • Autor: Mabi Zanotti • Matéria contendo recomendações sobre como chegar no menino de interesse. O texto é separado em situações como redes sociais, shopping ou aniversários, incluindo dicas de como se portar caso já conheça o menino ou não. • Matéria contém relato de duas leitoras da revista, identificadas por seus usuários do Twitter. 	<p>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!</p> <p>"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.</p>

5. 22 fatos sobre o beijo - Setembro/2018

Disponível em:

<https://www.goread.com.br/revista/Todateen---Acervo518d58d3627b7b19a00005a3>

A MATÉRIA	CONTEXTUALIZAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> • Título: Além do beijo • Autor: Bruna Ferreira • Matéria possui curiosidades sobre o beijo, incluindo históricas e fisiológicas. Também contém dicas de comportamento para o momento do beijo. • Não possui fontes nem consultoria. 	<p>“Sem neura, miga! Se você ainda não perdeu o BV e está com medo, lembre-se de que todo mundo passou ou passará por isso um dia e, se não for como esperava, outros melhores virão!”</p> <p>“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.</p>

Análise das matérias

As matérias foram publicadas no período de maio/2018 a setembro/2018 na revista Todateen. Elas foram apresentadas, contextualizadas e serão analisadas a seguir de acordo com as características estabelecidas a partir dos livros de Nelson Traquina. Para a análise, serão utilizados outros autores.

A notícia

Relembrando a concepção de notícia de Pena (2015), baseada na ideia de Luiz Amaral de que a notícia é “tudo que o público necessita saber, tudo que o público deseja falar”, iniciamos a análise desta primeira característica. A mostra de maio/2018, matéria intitulada “**Modo beijar ativado!**” se estabelece como um guia criado a partir de dúvidas do público leitor da revista Todateen. Tais dúvidas sobre o beijo foram reunidas nas redes sociais do periódico, e são discutidas de acordo com a resposta de consultores convidados, como pode ser observado no seguinte trecho: “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!”.

Segundo Scalzo (2011), o “como” em revistas é fundamental. Para a autora, o jornalista precisa aprender a pensar de acordo com a periodicidade do veículo e com os interesses específicos de seus leitores. Outro trecho da matéria que mostra a importância dos interesses do leitor quanto à produção da notícia pode ser observada em outro trecho: “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”. A partir dos trechos selecionados podemos observar que a matéria é pautada a partir dos interesses do público da revista, sendo baseada em questionamentos do mesmo, possuindo a característica da notícia.

Para o prosseguimento e análise da mostra de junho/2018: “**Lições de amor**”, podemos relembrar a fala de Ruiz (2005) sobre a proposta editorial da revista Todateen, de entre outros, trazer ao seu público orientações sobre o amor e sobre sexo. Nesta matéria, é proposto ao público

um apanhado de lições que podem ser aprendidas com o relacionamento de casais famosos. Segundo Benetti (2013), o jornalismo cumpre o delicado papel de ajudar o homem a compreender a si mesmo por meio das experiências de outros. Citando Fatima Ali, Benetti (2013) também aponta que a revista por natureza, tem um contrato implícito com o leitor, nos seguintes termos: “Prometo que se você ler esta revista, edição após edição, encontrará à sua disposição o que é importante para você e do seu interesse, vai saber o que precisava saber, e até o que não sabia que precisava” (ALI apud BENETTI, 2013, p.51).

Podemos observar esse “contrato” no seguinte trecho: “É normal que a gente se inspire ao ver casais tão incríveis e que esbanjam amor por aí. E dá para aprender um pouquinho com a história de cada um deles. Por isso, reunimos alguns dos nossos shippings e as lições que eles ensinam. Se liga nessas relações que são só amor!”. Esta necessidade de compreensão pode ser diretamente relacionada à ideia de Luiz Amaral, de notícia como tudo que o público necessita saber, de acordo com o nicho ao qual a revista se propõe a atingir. A partir desta compreensão, pode-se concluir que a matéria de junho/2018, assim como sua antecessora, também possui a característica da notícia. A matéria de julho/2018, “**Mito ou verdade?**”, é apresentada com a frase “desvendamos tudo o que você precisa saber sobre o boy de cada signo!”, com consultoria do astrólogo João Bidu. Esta se relaciona diretamente com o contrato entre revista e leitor citado por Benetti, apresentando ao leitor informações que são consideradas de seu interesse, de tal forma, possui a característica de notícia.

Esta, assim como a mostra de agosto/2018 “**Como chegar no crush**” se relaciona com a concepção de Benetti (2013) de que o jornalismo de revista contempla um leque amplo de temas, que são obtidos a partir da segmentação, que por sua vez é vinculada a objetos de interesse. Todas as mostras possuem em comum o destaque para os relacionamentos amorosos, um tema de longa duração. Ainda segundo Benetti (2013), são os temas de longa duração que constituem a base do jornalismo de revista, pois sobrevivem aos interesses circunstanciais e são debatidos e repassados para outros leitores. A mostra de agosto/2018, apresenta um guia situacional, indicando ao leitor comportamentos a serem tomados de acordo com determinadas situações, como pode ser observado no trecho: “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!”. Por abordar um tema de longa duração, pode-se concluir que a característica de notícia

está presente nesta matéria, pois o assunto apresentado é atemporal, podendo contemplar diversos públicos e seus interesses.

Na matéria “**Além do beijo**” de setembro/2018, são apresentados fatos e curiosidades sobre o beijo, além de dicas de comportamento. Como pode ser observado nos trechos: “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” e “Higiene importa. Estar com os dentes escovados e o hálito fresco pode ajudá-la a se sentir mais confiante. Deixar uma balinha de hortelã a mão pode ajudar também”. Citando Scalzo, Tavares e Schwaab (2013) apontam que nas revistas o compromisso de informar tem a adição de outros componentes, e apontam que tais publicações cobrem funções mais complexas do que o simples fato de transmitir notícias, pois também entretém, trazem análise, reflexão, além de concentração e experiência de literatura. Esta matéria, assim como as de julho/2018 e agosto/2018 pode ser avaliada sob a ótica dos temas de longa duração, contendo a característica notícia. Pois o seu conteúdo será interessante e relevante ao público alvo do periódico por muito tempo. Conclui-se que a característica da notícia está presente em todas as matérias analisadas. Pois todas apresentam informações do interesse de seu público, adequadas à sua proposta editorial, de forma que os assuntos abordados sejam de interesse atemporal do público leitor do periódico.

A procura da verdade

Relembrando Traquina (2012), uma característica central do jornalismo é a verdade. E citando Bourdon, o autor afirma que “o jornalista não é ninguém se não for ou não se esforçar por ser, na intimidade de sua consciência, um servidor da verdade e da justiça, e se não dedicar toda a sua energia a defender honestamente o interesse público” (BOURDON apud RUELLAN apud TRAQUINA, 2012, p. 136). Segundo Scalzo (2011), “uma informação bem apurada, por meios lícitos, com boas fontes, checada, confrontada, analisada, bem escrita, enfim, de qualidade, tende a ser fruto de um processo que respeitou parâmetros éticos”.

A primeira matéria, do mês de maio/2018 - “**Modo beijar ativado!**”, teve consultoria de Joyce da Paz - especialista em sexologia e pós graduanda em sexualidade humana; Carol Teixeira - escritora, filósofa e terapeuta tântrica e Raquel Muarrek - infectologista. A palavra das fontes foi utilizada em toda a matéria, estabelecendo uma conversa entre estas e o leitor, utilizando

respostas das mesmas para as perguntas enviadas. A utilização das fontes pode ser observado no trecho: “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”. Além da fala de uma profissional da área, esta ainda apresenta dados relacionados à questão proposta. Por trazer profissionais relacionadas ao assunto abordado na matéria, podemos averiguar a existência da procura da verdade na mesma.

A matéria do mês de junho/2018 - “**Lições de amor**”, não possui fontes ou consultorias. Também não é citado na matéria a forma como foram obtidas informações sobre os relacionamentos citados, cujos trechos incluem dentre outros, a forma como os casais se conheceram e como o relacionamento teve início. Como pode ser observado nos trechos: “O mais legal dessa história é que a Taci e o Fer se tornaram melhores amigos quando ela tinha 14 anos de idade e, com 17, começaram a namorar”, em referência à Taciele Alcolea e Fernando Ferraz. Segundo Scalzo (2011) é comum encontrar reportagens que ouvem poucas fontes (às vezes apenas uma), que não identificam fontes, ou que não identificam seus personagens. De acordo com a autora, é parte do trabalho do jornalista encontrar personagens que tenham histórias, e se identifiquem. A falta de fontes e da comprovação da origem das informações apresentadas fazem com que esta matéria não possua a característica de procura da verdade.

A terceira matéria, “**Mito ou verdade?**”, de julho/2018, possui a consultoria do astrólogo João Bidu. Apesar da existência de uma fonte, assim como a matéria anterior, a mostra de julho não apresenta confirmações das informações apresentadas. Apresenta informações sobre os signos, como pode ser observado em: ele é objetivo, ele. O ariano não faz joguinho. Ele está a fim e demonstra rápido: vontade de beijar que chama.”, mas não apresenta embasamento, confirmações científicas ou de outras fontes que confirmem o que foi dito. Esta matéria não possui a característica de procura da verdade, devido à falta de comprovação das informações apresentadas.

A matéria “**Como chegar no crush**” - agosto/2018 não possui fontes. Esta se apresenta como um apanhado de recomendações de comportamento, mas não possui fundamentos de que estes funcionem. Nela também podem ser encontrados depoimentos de duas leitoras do periódico, que

não tem seus nomes revelados, sendo apenas identificadas com seus usuários do Twitter. Segundo Scalzo (2011), algumas reportagens não identificam suas fontes como forma de manter sua proteção, e outras banalizam essa prática, comprometendo a credibilidade da reportagem. Devido à falta de fontes confiáveis e fundamento das informações apresentadas, esta matéria também não possui a característica de procura da verdade.

A mostra de setembro/2018 - “**Além do beijo**”, apresenta diversas informações históricas e curiosidades retiradas do livro “Beijos: coisas que todo mundo quer saber”, de Nick Fisher. Um exemplo de citação presente na matéria pode ser observado no trecho: “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”. No texto não é citado que as informações foram retiradas de um livro. Esta observação está disposta na diagramação da página. E mesmo contendo informações retiradas de um livro, a matéria não apresenta dados ou demais informações que comprovem sua autenticidade, de forma a não possuir a característica de procura da verdade. As matérias “Modo beijar ativado!” e “Mito ou verdade?” apresentam fala de profissionais relacionadas ao assunto abordado para discussão, mas nestas, assim como nas demais, não existe fonte das informações apresentadas, nem fundamento para tais. Devido à esta falta de fontes e informações, conclui-se a ausência geral da característica da procura da verdade nas matérias analisadas.

A objetividade

Nelson Traquina (2012) define a objetividade como uma série de procedimentos que a comunidade jornalística utiliza para assegurar sua credibilidade, e se proteger de eventuais críticas contra seu trabalho. Segundo Scalzo (2011), não podemos confundir textos de revista com textos opinativos. “É verdade que muitas revistas carregam na opinião, mas o bom texto de revista deve estar calcado prioritariamente em informações”. Ainda segundo a autora, preencher um texto com juízos de valor, próprios ou emprestados de outra pessoa, é fácil, mas que são as informações que garantem a qualidade do texto jornalístico.

Na matéria “**Guia do beijo**” de maio/2018, podemos destacar o trecho “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”. E na mostra **Lições de Amor**, de junho/2018, podemos destacar “Dica prática: a distância não precisa ser um obstáculo. Dá, sim, para levar o lance mesmo estando longe”. Em **“Guia do beijo”**, a autora utiliza as fontes e o texto para fazer afirmações acerca do primeiro beijo, seja dizendo que ele é especial, ou definindo que um menino “gente boa e legal” já seria adequado. Na matéria **Lições de Amor**, o texto também contém opiniões no decorrer das dicas e apresentações dos casais citados na matéria. Benetti (2013) aponta que o discurso jornalístico deve prover evidências acerca de sua autoridade e de suas intenções, que servem como um guia para o leitor formar juízos sobre seus relatos. Devido às afirmações e opiniões contidas no texto das duas matérias, pode-se concluir em ambas a ausência da objetividade.

A matéria de julho/2018, **“Mito ou verdade?”**, seguindo a consultoria de João Bidu, apresenta características sobre meninos que são determinadas a partir de seus signos. O texto é dividido em blocos, um para cada signo, contendo as características e comentários explicativos sobre elas, como pode ser observado no trecho “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”. Segundo Scalzo (2011), a qualidade da informação que uma revista fornece a seu leitor nem sempre é evidente por si só. É claro que, se o leitor já estabeleceu uma relação de confiança com a publicação, vai acreditar no que ela diz e na qualidade de suas fontes (SCALZO, 2011, p.81). Devido a presença das várias afirmações contidas no texto, esta não possui a característica da objetividade.

Na mostra **“Como chegar no crush?”** de agosto/2018, é possível identificar seu posicionamento logo no trecho de abertura “essa história de ficar esperando o príncipe encantado, já era! Chegou a sua vez de ser protagonista e mandar a real pro boy!” a matéria se estabelece como um guia, visando aconselhar a leitora a chegar no garoto de seu interesse, como pode ser visto no trecho “Fique atenta aos assuntos deles, e quando rolar a chance, exponha sua opinião sobre o tema e surpreenda o crush.”. Devido aos direcionamentos e posicionamentos ao longo do texto, percebe-se que nesta matéria a objetividade está ausente.

A matéria **“Além do beijo”** de setembro/2018, apresenta curiosidades sobre o beijo. O texto é repleto de pequenas afirmações, como nos trechos: “então, vale ter cuidado ao sair beijando boquinhas por aí, viu?” ao falar sobre mononucleose, “por isso, miga, é importante ser sempre

clara quanto às suas vontades e, se o carinha ou mina não entender o seu “não”, peça ajuda, ok?” ao aconselhar a leitora sobre assédio. Também possui afirmações ao aconselhar a leitora sobre a hora do beijo, trazendo dicas sobre como se portar. Vide exemplo: “higiene importa. Estar com os dentes escovados e o hálito fresco pode ajudá-la a se sentir mais confiante” e “o lugar importa, sim! É claro que quando existe vontade, todo lugar serve para dar um beijão”. A partir dos trechos citados, pode-se notar a ausência da objetividade, pois o texto é repleto de afirmações, e direcionamentos, assim como a matéria anterior. Pode-se concluir que nenhuma das matérias é de fato objetiva. Todas possuem afirmações e apontamentos em seu texto, mesmo que perspicazes. De tal forma conclui-se que a característica da objetividade não está presente nas matérias.

Serviço ao público

Relembrando Traquina (2012), a teoria democrática argumenta que o jornalismo, inicialmente identificado apenas como imprensa, deve ser um veículo de informação para equipar os cidadãos com as ferramentas vitais ao exercício dos seus direitos e voz na expressão de suas preocupações (TRAQUINA, 2012, p.130). De acordo com Benetti (2013), o jornalismo cumpre o delicado papel de ajudar o homem a compreender a si mesmo por meio das experiências de outros.

A matéria “**Modo beijar ativado!**” de maio/2018, se apresenta como um compilado de dúvidas enviadas pelos leitores. No decorrer do texto temos respostas para tais dúvidas, de acordo com a consultoria das fontes apresentadas. Segundo Scalzo (2011) “na maior parte do tempo, o jornalista de revista estará ocupado muito mais em prestar um serviço do que apresentar um furo de reportagem”. Para a autora, utilizando regras semelhantes às de reportagem, o jornalista fará um bom trabalho com prestação de serviços. Isso significa checar informações, ouvir fontes confiáveis, cruzar dados, enfim, fazer jornalismo, mesmo que seja para redigir uma nota sobre a estreia de uma nova peça teatral (SCALZO, 2011, p.55). Na matéria em questão, a autora se propõe a auxiliar o leitor na resolução de suas dúvidas, podemos observar isto no trecho: “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”. Ao apresentar

respostas para questionamentos feitos pelo público, podemos notar a existência da característica de serviço ao público, pois esta se propõe a auxiliá-lo na resolução de seus anseios.

A mostra do mês de junho/2018 - “**Lições de amor**”, não é escrita de forma a prestar esclarecimento ou responder dúvidas do leitor. Sua escrita é baseada em citar exemplos de casais famosos e apontar observações sobre seus relacionamentos, como forma de aconselhar o leitor sobre a temática, vide exemplo “Dica prática: o interesse pode surgir no lugar mais inesperado e ser aquele romance incrível!”. Esta matéria pode ser vista sob a ótica de Benetti (2013), de que não é suficiente informar, trazer os principais acontecimentos e apresentar o estatuto de algo que merece ser debatido; é preciso também construir um vínculo emocional, para que o leitor sinta a revista como “sua”, como parte de sua rotina, como uma necessidade, como algo a ser esperado e cujo consumo possa ser ritualizado (BENETTI, 2013, p. 47). A partir disso, podemos concluir a existência da característica de serviço ao público nesta matéria.

A mostra “**Mito ou verdade?**” se apresenta com “desvendamos tudo o que você precisa saber sobre o boy de cada signo!” A matéria apresenta um resumo de traços de personalidades de garotos de cada signo do zodíaco, sob a consultoria de João Bidu. Segundo Buitoni (1990), acreditamos que o verdadeiro serviço poupa trabalho ao receptor. De acordo com a autora, as sessões de resposta às consultas das leitoras, presentes na maioria das publicações femininas, também prestam serviço. Elas enfocam problemas determinados, que podem, no entanto, ser aproveitados não só pela pessoa consultante (BUITONI, 1990, p.21). Esta, assim como as matérias anteriores se propõe a auxiliar o leitor em suas dúvidas e questões pessoais, de tal forma, possuindo a característica de serviço ao público.

Isto pode ser observado em todas as matérias analisadas. A revista presta o papel de conselheira, trazendo dicas e conselhos para as leitoras, unificando seus interesses e ajudando a todas as leitoras de uma vez só. Nas mostras **Como chegar no crush** e **Além do beijo**, as matérias desempenham o mesmo papel: o de aconselhar e influenciar. Segundo Buitoni (1990), mulher e amor é uma união que atrai e vende. O consultório sentimental nasceu com a imprensa feminina e até hoje resiste, mesmo em publicações mais pretenciosas. Assuntos e linguagem são escolhidos de acordo com o público, mas a chave é sempre a relação amorosa (BUITONI, 1990, p.65).

O tema “relacionamentos” é comum entre todas as matérias analisadas, e pode-se observar que de forma geral, as mesmas possuem a mesma proposta: a de auxiliar o público em seus

anseios amorosos. A partir disso, cumprindo a função citada por Traquina de “ser um veículo de informação para equipar os cidadãos com as ferramentas vitais ao exercício dos seus direitos e voz na expressão de suas preocupações”, possuindo de forma geral, a característica de serviço ao público.

Considerações finais

Esta pesquisa teve como objetivo verificar a existência de características jornalísticas em matérias da Revista Todateen. Estas características foram estabelecidas a partir dos livros de Nelson Traquina: Teoria do Jornalismo - Volume I: Porque as notícias são como são (2012) e Teoria do Jornalismo - Volume II: A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional (2013), e para análise das matérias foram utilizados autores relacionados à temática.

Como objetivo geral deste artigo buscou-se verificar a existência de características jornalísticas na revista Todateen, a partir dos objetivos específicos, dentre eles: definir as características a serem analisadas e verificadas, bem como identificar o conteúdo a ser analisado dentro da amostragem da revista Todateen e averiguar a existência destas características nas mostras a serem analisadas. A partir da análise realizada, pode-se concluir que as matérias possuem em destaque as características de notícia e serviço ao público, enquanto as características de objetividade e procura da verdade estão ausentes.

As características presentes majoritariamente nas matérias, de notícia e o jornalismo como um serviço ao público se completam, pois a partir do momento onde a notícia é estabelecida como tudo que o leitor precisa e deseja saber, esta se relaciona diretamente como um serviço à seu público, pois trata de seus interesses. As matérias, de forma geral, se propõem a auxiliar o leitor em seus problemas, o aconselhando perante suas demandas. Todas as matérias possuem enfoque na vida amorosa dos leitores. Quanto à objetividade e a procura da verdade, a revista deixa a desejar. Nas matérias, de forma geral, não existem quaisquer indicações de como as informações foram obtidas e qual o seu embasamento, mesmo que uma fonte as tenha citado. As matérias visam auxiliar o leitor em sua vida, mas não apontam fontes ou estudos que confirmem que o comportamento sugerido possua eficácia, ou que as histórias contadas são verdadeiras.

Quanto a objetividade, as matérias possuem afirmações em todo o corpo do texto. São afirmações perspicazes em alguns trechos e enfáticas em outros, mas pode-se notar um

posicionamento sempre presente. Ainda que o escopo deste artigo não esteja voltado a identificar a existência do machismo nas matérias da revista *Todateen*, percebe-se que este está presente em todas as mostras selecionadas. Todas as matérias são construídas em cima da temática dos relacionamentos, reduzindo os interesses de seu público leitor à garotos, e como se relacionar com eles. De tal forma, nota-se uma estereotipação do público leitor, e de seus interesses.

Referências bibliográficas

BENETTI, Marcia. 2013 – "*Revista e jornalismo: conceitos e particularidades*". In TAVARES, Frederico de Mello B. e SCHWAAB, Reges. *A revista e seu jornalismo*. São Paulo. Penso Editora Ltda, 2013.

BUITONI, Dulcília. *Imprensa Feminina*. 2ed. São Paulo. Ática, 1990.

CORTELLETE, Leticia. *Os gêneros textuais do público feminino jovem: uma análise das revistas Capricho, Atrevida e Todateen*. Universidade Federal de Santa Catarina, UOX, 2014.

FREIRE FILHO, João. *Em cartaz, as meninas superpoderosas: a construção discursiva da adolescência feminina na revista Capricho*. Unisinos, Fronteiras, 2006.

GIORGI, Bruna Silvestre Innocenti; GONZALES, Lucilene dos Santos. *Facebook Todateen: o jornalista como protagonista do Marketing 2.0 na função de fortalecer uma marca já consolidada na mídia impressa*. Bauru, 2013.

MARQUES DE MELO, José. *Teoria do jornalismo: Identidades brasileiras*. São Paulo. Paulus, 2006.

PENA, Felipe. *Teoria do jornalismo*. São Paulo. Contexto, 2015.

RUIZ, Lissandra Mahnis. *Gestão da informação: da criação à recepção*. Estudo de caso: Revista *todateen* – para público adolescente. Bauru, 2005.

SCALZO, Marília. *Jornalismo de Revista*. São Paulo. Contexto, 2011.

SCHWAAB, Reges. 2013 – "*Revista e instituição: a escrita do lugar discursivo*". In TAVARES, Frederico de Mello B. e SCHWAAB, Reges. *A revista e seu jornalismo*. São Paulo. Penso Editora Ltda, 2013.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional*. 3ed. Florianópolis. Insular, 2013.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: Porque as notícias são como são*. 3ed. Florianópolis. Insular, 2012.