

**UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO**

**MONIQUE GLAUCIA CLARO DE LIMA**

**PESQUISA DE PÚBLICO E PROJETO DE  
REFORMULAÇÃO DO SITE DA “TODATEEN”**

BAURU

2017

**MONIQUE GLAUCIA CLARO DE LIMA**

**PESQUISA DE PÚBLICO E PROJETO DE  
REFORMULAÇÃO DO SITE DA “TODATEEN”**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob orientação da Profª Ma. Mayra Fernanda Ferreira.

BAURU

2017

L7327p

Lima, Monique Glauca Claro de

Pesquisa de público e proposta de reformulação do site da "Todateen" / Monique Glauca Claro de Lima. -- 2017. 94f. : il.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> M.<sup>a</sup> Mayra Fernanda Ferreira.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade do Sagrado Coração - Bauru – SP.

1. Jornalismo. 2. Webjornalismo. 3. Todateen. 4. Internet. 5. Adolescência. I. Ferreira, Mayra Fernanda. II. Título.

**MONIQUE GLAUCIA CLARO DE LIMA**

**PESQUISA DE PÚBLICO E PROJETO DE REFORMULAÇÃO DO  
SITE DA “TODATEEN”**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade do Sagrado Coração como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Jornalismo sob orientação da Profª Ma. Mayra Fernanda Ferreira.

Banca examinadora:

---

Profª Ma. Mayra Fernanda Ferreira  
Universidade do Sagrado Coração

---

Prof. Me. Vinícius Martins Carrasco de Oliveira  
Universidade do Sagrado Coração

---

Fernando de Moraes Franco Nunes  
Editora Alto Astral

Bauru, 30 de maio de 2017.

Dedico este trabalho a toda a minha família que, de algum modo, contribuiu para a minha graduação. E também a todos os professores que estiveram presentes nessa jornada.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, por permitir a minha trajetória até aqui e por colocar pessoas incríveis na minha vida. Em especial a minha mãe, Francisca, que sempre me apoiou em todas as escolhas que eu fiz e é a pessoa mais maravilhosa do mundo. Se hoje eu sou quem eu sou, é por sua causa. Não me lembro de um dia em que você não tenha se preocupado com a minha vida em todos os aspectos, inclusive acadêmica. Toda a gratidão também para o meu pai, João, pois sem ele eu não estaria aqui.

Além disso, deixo meus sinceros agradecimentos para o meu companheiro de vida desde o início da graduação e a pessoa que acompanhou cada passo da minha jornada, inclusive neste trabalho, para o qual dediquei tanto tempo. Obrigada, Bruno, por ser a pessoa mais paciente e compreensiva que já conheci!

Gostaria de mencionar também as três criaturinhas que, mesmo classificadas cientificamente como “irracionais”, me proporcionam alegria e enchem o meu coração de amor diariamente, mesmo que eu tenha me afastado para a conclusão deste trabalho. Lupita, Boico e Jandira, meus três amores, os gatinhos mais peculiares e amorosos que eu já conheci. Desde que entraram em minha vida, a sensação de conviver com eles é indescritível.

Amizades verdadeiras são difíceis de serem encontradas, e eu tenho a sorte de possuir uma que já caminha rumo aos 15 anos. Bianca, mesmo que a graduação tenha nos distanciando, quero que saiba que você sempre vai ser a minha irmãzinha do coração. É impressionante lembrar que, na infância, a gente idealizava como seria a nossa fase adulta e neste momento estamos na fase das realizações. Não é do jeito que imaginávamos, mas não significa que seja ruim. Pelo contrário, é incrível!

Um sincero “obrigada” para minha orientadora, professora e coordenadora, Mayra, exemplo de pessoa e de profissional, ser iluminado que está sempre se desdobrando e dando o melhor de si para todos que estão envolvidos em seu convívio. Obrigada pela disponibilidade, compreensão, orientação e ajuda que você me proporcionou neste tempo.

Durante dois anos de minha graduação, tive oportunidade de atuar como estagiária em uma empresa sensacional e que inclusive foi o norte para a realização deste trabalho. Alto Astral, lugar repleto de pessoas que fazem jus ao nome, que permitiram meu crescimento profissional e como pessoa. São inúmeras pessoas que contribuíram para a minha atuação, portanto, deixo para todas elas a minha gratidão. Não seria nem de longe a mesma pessoa se não tivesse passado por tamanha experiência.

A universidade foi a minha segunda casa durante esses três anos e meio. E desde o primeiro dia em que nela estive, sempre me deparei com profissionais competentes e dispostos, por isso, agradeço também aos professores desta instituição. Não somente os do curso de Jornalismo, mas também àqueles de outros cursos que contribuíram para os trabalhos acadêmicos que precisei desenvolver ao longo desses anos.

Tenho também a oportunidade de contar com uma segunda família que me apoia, me conforta e me acolhe como se eu fosse do mesmo sangue. Aos meus sogros, Dilma e Edson, a minha cunhada, Thaizi, e aos meus sobrinhos pequeninos, Rebeca e Elias, obrigada por serem essas pessoas incríveis e me ajudarem em tudo o que eu preciso.

Agradeço a minha irmã, Elaine, que sempre me mandou mensagens perguntando se eu estava viva quando ficava muito tempo sem dar sinal de vida por conta do curso. Obrigada ao meu cunhado, Basílio. E também aos meus dois sobrinhos, Vinicius e Guilherme. Me lembro como se fosse ontem de estar na maternidade com o Vinicius no colo e hoje ele está com 11 anos, e nós estamos conversando sobre as “namoradinhas” e planos para o futuro. Lembro também do dia em que minha mãe mostrou para ele uma revista que eu havia feito durante o estágio e seus olhinhos brilharam quando viu meu nome nela. Não tenho palavras para descrever o quão maravilhoso é ver você crescendo. O mesmo digo do Guilherme, que além de sobrinho é afilhado, e com apenas cinco aninhos já é uma das crianças mais espertas que já conheci.

Por fim, o último agradecimento a ser feito é para uma pessoa que já não está mais entre nós e que nem conseguiu me ver na faculdade, mas que não sai dos meus pensamentos. Meu irmão, Robson, você se foi tão precocemente e de forma tão injusta, mas Deus sabe o que faz e eu tenho certeza que você está me acompanhando de onde estiver.

“O sucesso é ir de fracasso em fracasso sem perder entusiasmo”. (Winston Churchill)

“As pessoas costumam dizer que a motivação não dura sempre. Bem, nem o efeito do banho, por isso recomenda-se diariamente”. (Zig Zilar)



## RESUMO

O trabalho tem como objetivo apresentar o impacto da internet na sociedade e no jornalismo, compactuado ao consumo de informações em âmbito digital, especialmente entre o público infantojuvenil, de forma que fosse possível compreender os assuntos pelos quais adolescentes do sexo feminino se interessam na internet para criar uma proposta de reformulação editorial e de design para o site da revista "Todateen", de modo que o novo desenho e o conteúdo seja atrativo para seu público-alvo. Para tal, foi realizada uma pesquisa em formato de grupo focal em que o próprio público-alvo, adolescentes de 12 a 18 anos de escolas públicas e particulares da cidade de Bauru, fez seus apontamentos positivos e negativos acerca do veículo. Posteriormente, os dados foram analisados e a proposta foi desenvolvida, de modo autoral, considerando os resultados da pesquisa com as adolescentes.

**Palavras-chave:** Jornalismo; Webjornalismo; Todateen; Internet; Adolescência.

## **ABSTRACT**

The purpose of this study is to show the consequences of Internet for our society and journalism, allied to the consumption of information on Internet, especially among teenagers, so that is possible to understand the subjects that female teenagers are interested on Internet for creating a proposition of editorial and a design of reformulation for Todateen's website. So that the new design will be attractive to its target. To do so, we made a focus group study with teenagers (on age of 12 and 18 years old) which access "Todateen" in public and private schools of Bauru city, and they told positive and negative appointments of the website. Subsequently, everything was analyzed and the proposal was created.

**Focus keywords:** Journalism, webjournalism, Todateen, Internet, teenager.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Proporção de crianças e adolescentes, por idade do primeiro acesso à internet (2015).....	32
Figura 2 - Proporção de crianças e adolescentes, por idade do primeiro acesso à internet (2014).....	32
Figura 3 - Proporção de crianças e adolescentes, por local de acesso à internet .....	33
Figura 4 - Proporção de crianças e adolescentes, por atividades realizadas na internet .....	35
Figura 5 – Capa da edição de Março da revista impressa da “Todateen” .....	38
Figura 6 – Índice da edição de março da “Todateen” .....	39
Figura 7 – Capa da edição de março da “Todateen” com o ator Rafael Vitti .....	40
Figura 8 – Capa da edição de março da “Todateen” com o elenco de “O Garoto dos Sonhos” .....	41
Figura 9 – Captura de tela de matéria relacionada à gordofobia.....	43
Figura 10 – Dados sobre a audiência da “Todateen” em março de 2017.....	45
Figura 11 – Captura de tela de uma matéria da “Todateen” sobre a dupla sertaneja Henrique e Juliano.....	45
Figura 12 – Captura de tela da página com conteúdo astrológico da “Todateen” .....	46
Figura 13 – Captura de tela da página inicial da “Todateen”.....	46
Figura 14 – Captura de tela de uma matéria sobre “músicas para se declarar” da “Todateen” .....	47
Figura 15 - Relação de participantes do grupo focal da E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury.....	50
Figura 16 - Relação de participantes do grupo focal da E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury.....	50
Figura 17 – Pergunta 1 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury) .....	51
Figura 18 – Pergunta 2 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury) .....	52
Figura 19 – Pergunta 3 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury) .....	53

Figura 20 – Pergunta 4 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)	53
Figura 21 – Pergunta 5 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)	54
Figura 22 – Pergunta 6 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)	55
Figura 23 – Pergunta 7 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)	55
Figura 24 – Pergunta 8 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)	56
Figura 25 – Pergunta 9 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)	57
Figura 26 – Pergunta 10 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)	57
Figura 27 – Pergunta 11 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)	58
Figura 28 – Pergunta 12 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)	59
Figura 29 – Pergunta 13 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)	60
Figura 30 – Pergunta 14 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)	60
Figura 31 – Pergunta 1 do grupo focal (Anglo Bauru)	62
Figura 32 – Pergunta 2 do grupo focal (Anglo Bauru)	62
Figura 33 – Pergunta 3 do grupo focal (Anglo Bauru)	63
Figura 34 – Captura de tela da parte posterior da página inicial da “Todateen”	63
Figura 35 – Captura de tela do menu da “Todateen”	63
Figura 36 – Pergunta 4 do grupo focal (Anglo Bauru)	64
Figura 37 – Pergunta 5 do grupo focal (Anglo Bauru)	64
Figura 38 – Pergunta 6 do grupo focal (Anglo Bauru)	65
Figura 39 – Pergunta 7 do grupo focal (Anglo Bauru)	65
Figura 40 – Pergunta 8 do grupo focal (Anglo Bauru)	65
Figura 41 – Pergunta 9 do grupo focal (Anglo Bauru)	66

Figura 42 – Pergunta 10 do grupo focal (Anglo Bauru) .....	66
Figura 43 – Pergunta 11 do grupo focal (Anglo Bauru) .....	66
Figura 44 – Pergunta 12 do grupo focal (Anglo Bauru) .....	67
Figura 45 – Pergunta 13 do grupo focal (Anglo Bauru) .....	67
Figura 46 – Pergunta 14 do grupo focal (Anglo Bauru) .....	67
Figura 47 – Quadro com as seções atuais do site da “Todateen” .....	69
Figura 48 – Quadro com as seções propostas para o site da “Todateen” .....	70
Figura 49 – Paleta de cores usada no novo site da “Todateen” .....	72
Figura 50 – Comparação entre logotipo atual e o proposto da “Todateen” .....	72
Figura 51 – Ícones atuais das redes sociais digitais da “Todateen” .....	73
Figura 52 – Ícones das redes sociais digitais da nova proposta da “Todateen” ... .....	73
Figura 53 – Menu atual da “Todateen” .....	73
Figura 54 – Menu proposto para a “Todateen” .....	74
Figura 55 – Espaço destinado às matérias destacadas do site atual .....	74
Figura 56 – Espaço destinado às matérias destacadas na proposta .....	75
Figura 57 – Parte inferior atual do site.....	75
Figura 58 – Parte inferior proposta para o site (parte 1).....	76
Figura 59 – Parte inferior proposta para o site (parte 2).....	76
Figura 60 – Seção Teenwek da “Todateen” .....	77
Figura 61 – Seção Teenweek proposta para o site .....	77

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	16
1.1	OBJETIVOS .....	18
1.1.1	<b>Objetivo geral</b> .....	18
1.1.2	<b>Objetivos específicos</b> .....	18
1.2	PROBLEMA .....	19
1.3	HIPÓTESES.....	19
1.4	JUSTIFICATIVA .....	20
1.5	METODOLOGIA.....	20
1.6	ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO .....	22
<b>2</b>	<b>A COMUNICAÇÃO NA ERA DIGITAL</b> .....	23
2.1	JORNALISMO NA ERA DIGITAL.....	25
2.1.1	<b>Características do Jornalismo Digital</b> .....	25
2.1.2	<b>O texto do jornalismo on-line</b> .....	29
<b>3</b>	<b>A JUVENTUDE NA ERA DIGITAL</b> .....	31
<b>4</b>	<b>APRESENTAÇÃO DA “TODATEEN”</b> .....	37
4.1	VERSÃO IMPRESSA DA “TODATEEN” .....	38
4.1.1	<b>Edição de março</b> .....	39
4.1.2	<b>Metodologia de divulgação da revista</b> .....	42
4.2	SITE DA REVISTA “TODATEEN” .....	42
4.2.1	<b>Análise do conteúdo on-line</b> .....	44
<b>5</b>	<b>PROPOSTA DE REFORMULAÇÃO DO SITE DA “TODATEEN”</b> .....	49
5.1	PRIMEIRA ETAPA: GRUPO FOCAL .....	49
5.1.1	<b>Resultados na E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury</b> .....	51
5.1.2	<b>Resultados no Anglo Bauru</b> .....	61
5.1.3	<b>Síntese dos resultados</b> .....	68
5.2	DEFINIÇÃO DA REFORMULAÇÃO.....	68
5.2.1	<b>Reformulação editorial</b> .....	69
5.2.2	<b>Reformulação de design</b> .....	71

6	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>79</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>81</b>
	<b>APÊNDICE A – Termo de consentimento livre e esclarecido</b>	<b>84</b>
	<b>APÊNDICE B – Termo de assentimento livre e esclarecido ..</b>	<b>86</b>
	<b>APÊNDICE C – Guia de perguntas para o grupo focal.....</b>	<b>88</b>
	<b>APÊNDICE D – Endereço de redirecionamento para o site ...</b>	<b>89</b>
	<b>ANEXO A – Permissão do Comitê de Ética para a pesquisa .</b>	<b>90</b>
	<b>ANEXO B – Permissão da Prefeitura de Bauru para a pesquisa .....</b>	<b>93</b>
	<b>ANEXO C – Autorização de imagem da Editora Alto Astral...</b>	<b>94</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A internet é um meio de comunicação instantâneo e plural, o que permite transmitir os mais diversos tipos de dados e formatos em tempo real. Apesar de não ser o meio de comunicação predominante no Brasil (de acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015, a televisão é o meio de comunicação mais utilizado, fazendo parte da rotina diária de 95% da população brasileira), cada vez mais ganha espaço perante a população, que se interessa pelas inúmeras funcionalidades que a rede proporciona. Tapscott (2010, p. 11) denomina esse público como Geração Internet.

Em todo o mundo, essa geração está inundando os locais de trabalho, o mercado e todos os nichos da sociedade. Ela está introduzindo no mundo sua força demográfica, sua sabedoria midiática, seu poder de compra, seus novos modelos de colaboração e criação de filhos, seu empreendedorismo e seu poder político.

Dados da Pesquisa Brasileira de Mídia confirmam a denominação de Tapscott (2010). De acordo com a pesquisa, realizada no ano de 2015, a internet está presente em 50% das casas brasileiras, ou seja, mais de 95 milhões de pessoas estão on-line e em constante interação. Quando se trata de crianças e adolescentes, os índices são ainda mais significativos: a Pesquisa “Tic Kids On-line” (CGI, 2015) indica que 84% das crianças e adolescentes entre 9 e 17 anos fazem uso da internet todos os dias – um aumento de 37% em relação a mesma pesquisa realizada em 2012. A pluralidade da rede justifica o aumento progressivo destes índices, já que o mundo virtual “usa novos espaços e novas velocidades, sempre problematizando e reinventando o mundo” (LÉVY, 1997, p. 24).

Meio de comunicação de cunho versátil e imediatista, a internet também se tornou de extrema importância para o Jornalismo, cuja principal tarefa é levar informação ao público com fugacidade e credibilidade. Portanto, o Jornalismo, por sua vez, também acabou sendo afetado devido a essa revolução tecnológica e, inclusive, ganha cada vez mais espaço na internet, pois os meios de comunicação, ao perceber que os números de acessos do conteúdo veiculado on-line vinham aumentando gradativamente, foram obrigados a se reinventar e criar alternativas na tentativa de atrair e fidelizar seu público-alvo.



Este é o caso da Editora Alto Astral: com sede localizada na cidade de Bauru, a empresa tem como especialidade a produção de revistas segmentadas. A “Todateen”, que é o objeto de estudo deste trabalho, está entre os títulos elaborados na empresa e é também um exemplo de segmento que expandiu sua produção para a internet.

A revista foi criada no ano de 1995 sendo o público adolescente feminino seu principal alvo. As temáticas abordadas são: amor, sexo, família, comportamento, drogas, música, ídolos, saúde, festas, moda, beleza, astrologia e testes. Oito anos depois, em 2003, a “Todateen” ganhou uma página na web que tenta seguir a mesma linha editorial abordada no papel.

Segundo dados do *Google Analytics*<sup>1</sup> (PÁGINA, p. 1, [2014?]) sobre a audiência do site da “Todateen”<sup>2</sup>, no período de março de 2014 até o dia 25 de maio de 2017, a página da “Todateen” recebeu quase cem milhões de cliques<sup>3</sup>.

A pesquisa “Tic Kids Online” ainda indica que 67% das adolescentes estão na internet pesquisando assuntos para suprir curiosidades, 58% estão procurando por vídeos, 59% têm interesse por música e 46% leem notícias on-line.

Portanto, ao analisar os dados do *Google Analytics* ([2014?]) em relação ao site da “Todateen” e alguns resultados da pesquisa “Tic Kids Online”, o presente trabalho teve como propósito descobrir detalhadamente quais assuntos interessam ao público que a consome, por meio de um grupo focal, com o objetivo de criar uma nova linha editorial e de design para o site da “Todateen”, para produzir conteúdo que atenda aos interesses e atraia a toda a faixa etária que compõe o público adolescente do sexo feminino, que, de acordo com o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), vai dos doze até os dezoito anos de idade.

Para sua reestruturação, foram realizadas pesquisas bibliográficas na área de tecnologia da informação, webjornalismo e da relação da internet com a adolescente. Para mapear o interesse das jovens, foi realizado um grupo focal com adolescentes que consomem conteúdo de portais *teen*, a fim de descobrir as falhas e os acertos não só da “Todateen”, mas também da concorrência, para fortalecer a linha editorial e criar um produto relevante e atrativo para o público-alvo.

---

<sup>1</sup> Ferramenta da empresa Google que permite ao administrador de um determinado site a analisar dados relacionados à audiência do conteúdo publicado.

<sup>2</sup> A pesquisadora, que é estagiária na Editora Alto Astral, possui acesso aos dados em questão.

<sup>3</sup> Número exato: 99.577.393

Portanto, a realização da pesquisa mostra-se importante no intuito de melhor entender por qual conteúdo o público adolescente feminino possui interesse ao acessar a internet. Acredita-se na possibilidade da construção de um portal que atenda a todo o público adolescente feminino, pois, de acordo com Tapscott (1999, p. 154),

Por mais chocante que possa parecer, de certa forma o computador é [...] um brinquedo que tanto adultos quanto crianças podem usar para encontrar inspiração, estimular a imaginação, explorar o mundo, conhecer outros seres humanos e ganhar novas experiências que podem rejuvenescer seus sentidos e personalidades.

Após a execução da pesquisa, que passou por uma escola pública e uma particular na cidade de Bauru, o planejamento e a reformulação do site foram realizados, pois, ao ter conhecimentos específicos sobre o conteúdo de interesse que o público adolescente feminino consome, foi possível reformular a página da “Todateen” e produzir material de forma que seu público-alvo sintam-se atraído e seja fidelizado, para que a busca pelos portais concorrentes não se torne uma consequência, a fim de que material suficiente seja criado para que os consumidores da concorrência procurem a “Todateen” pela amplitude de temáticas e conteúdo específicos para cada idade que compõe o público adolescente feminino.

## 1.1 OBJETIVOS

Neste item, serão apresentados todos os objetivos a serem alcançados no decorrer da pesquisa, a fim de confirmar uma das hipóteses apresentadas no item 1.3.

### 1.1.1 Objetivo geral

O principal objetivo desta pesquisa é de criar, com base na opinião do público-alvo da “Todateen”, um portal com novos parâmetros relacionados ao conteúdo editorial e à parte gráfica do site, com a finalidade de atrair e fidelizar seu público-alvo, de modo que as leitoras do site da “Todateen” se sintam satisfeitas com o conteúdo criado no site e não busquem por materiais da concorrência, além de deixar o portal atrativo também para novas leitoras que se interessam por tais assuntos.

### 1.1.2 Objetivos específicos

Tendo como base o objetivo geral acima citado, as finalidades específicas desta pesquisa são: 1) Verificar como as adolescentes se comportam na internet e qual conteúdo estas consomem e/ou possuem interesse em consumir; 2) Identificar a opinião destas adolescentes acerca do site da “Todateen” e quais suas expectativas para a reforma da linha editorial e identidade visual; 3) Articular os interesses e expectativas das jovens em um portal da “Todateen” reformulado editorial e visualmente; 4) Elaborar um mapa conceitual com as informações captadas de modo que, posteriormente, o site seja reformulado e o objetivo geral, alcançado.

## 1.2 PROBLEMA

Dados da pesquisa “Tic Kids Online” 2015 revelam que 69% do público adolescente feminino conectam-se à internet mais de uma vez ao dia para acessar os mais diversos tipos de conteúdo. No entanto, os interesses de uma garota de doze anos (que está no início da puberdade e em estágio de descobertas) pode não ser relevante para uma adolescente de dezoito anos, que já está no início da fase adulta.

Diante de tal circunstância, o questionamento que marcou o ponto de partida para a pesquisa é: será possível produzir uma plataforma que beneficie e atraia toda a faixa etária que compõe o público adolescente feminino?

## 1.3 HIPÓTESES

O problema em questão levou a três hipóteses que foram estudadas durante a pesquisa: 1) Sim, é possível. Ao estudar e coletar opiniões de todas as idades é possível chegar a um consenso, produzir materiais que agradem a toda a faixa etária e, desta forma, obter êxito; 2) Sim, é possível. Entretanto, será preciso realizar uma divisão de conteúdo em uma mesma plataforma para que as adolescentes de diferentes idades escolham os temas com os quais se identificam; e 3) Não é possível. Mesmo que, de acordo com o ECA, a fase da adolescência vá dos 12 até os 18 anos, os assuntos que são de interesse de cada uma dessas idades são bem divergentes e, por conta disso, apenas uma plataforma não será o suficiente, sendo que a melhor solução neste caso seria a criação de um novo site, exclusivo da revista.

#### 1.4 JUSTIFICATIVA

De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM) realizada em 2015, a faixa etária que mais consome conteúdo na internet está entre os 16 e 25 anos (idades inferiores aos 16 anos não estavam presentes no gráfico), sendo que 65% destes utilizam a web todos os dias.

Portanto, a realização da pesquisa mostra-se importante no intuito de melhor entender por qual conteúdo o público adolescente do sexo feminino possui interesse ao acessar a internet, uma vez que o público que consome o site da revista “Todateen” está entre os 12 aos 18 anos e também levando em consideração que as pessoas de idade entre 16 e 25 anos são as que mais consomem material da web<sup>4</sup>.

Após a realização da pesquisa, que passou por duas escolas da cidade de Bauru, sendo uma da rede pública e a outra da rede particular de ensino, o planejamento e a reformulação do site foram realizados e, posteriormente, apresentados para as adolescentes que colaboraram com o projeto.

Ao ter conhecimentos específicos sobre o conteúdo de interesse que o público adolescente de sexo feminino consome, é possível propor uma reformulação para a página da “Todateen” e produzir material de forma que seu público-alvo sinta-se atraído e seja fidelizado, para que a busca pelos portais concorrentes não se torne uma consequência, mas sim abordar material suficiente para que os consumidores da concorrência procurem a “Todateen” pela amplitude de temáticas e conteúdo específicos para cada idade que compõe o público adolescente feminino.

#### 1.5 METODOLOGIA

De início, foi realizada uma pesquisa e revisão bibliográfica para a sustentação de um referencial teórico de qualidade, para que todas as argumentações e discussões ao longo da pesquisa sejam bem embasadas.

Posteriormente, foi necessário realizar uma pesquisa em formato de grupo focal exploratório, que, de acordo com Gondim (2003, p. 152) tal método facilita “a produção de novas ideias, a identificação das necessidades e expectativas e a descoberta de

---

<sup>4</sup> Segundo dados da Pesquisa Brasileira de Mídia 2015.

outros usos para um produto específico”, ou seja, etapa crucial para obter êxito na pesquisa, pois a mesma cedeu possibilidades para obter informações sobre os interesses das adolescentes no meio digital, para que, posteriormente, o objetivo da pesquisa - que é criar novos parâmetros editoriais e gráficos para o site da revista “Todateen” - fosse alcançado.

Este grupo focal foi realizado por meio de uma análise exploratória do site da “Todateen”, para que as adolescentes pudessem identificar aspectos positivos e negativos do site e apontar o que pode ser melhorado na plataforma em questões editoriais e visuais. Portanto, foram realizadas visitas em uma escola pública e uma particular da rede de ensino. Nas duas instituições, que possuem laboratório de informática, ficou por encargo da direção escolher quinze alunas para participar do grupo focal, sendo que a seleção teve como base os seguintes pré-requisitos: alunas bem informadas sobre os acontecimentos recentes, interessadas no meio digital, disciplinadas e que tenham entre 12 a 18 anos.

Feita a escolha das adolescentes, as alunas fizeram uma análise exploratória do site, no qual apontam aspectos positivos e negativos relacionados ao conteúdo das matérias, funcionalidades e layout da plataforma. E enquanto navegam no site, respondem a um roteiro de perguntas (Apêndice C).

Posteriormente a coleta do material necessário, que foi registrado por meio de um gravador de voz, foi feita uma análise das respostas de cada grupo e, de acordo com as mais recorrentes, será definida a base para que a produção do novo portal seja realizada.

Para a criação da nova linha editorial, será definido qual conteúdo passa a fazer parte do novo site da “Todateen”, assim como no que se refere ao projeto gráfico. Quanto à execução do trabalho, toda a parte escrita será produzida pela mesma autoria da pesquisa. Já a parte gráfica contará com a contribuição de uma graduanda em design, que é estagiária da Editora Alto Astral, realiza trabalhos gráficos para o site da “Todateen” e possui experiência com os materiais do site.

Posteriormente à finalização da pesquisa e produto, será entregue uma cópia do material produzido durante a pesquisa, para que a escola tenha uma devolutiva do processo, sendo possível acompanhar detalhes do que foi realizado com as alunas, além de possibilitar também a compreensão por qual conteúdo interessa as adolescentes, podendo ser benéfico até mesmo para uso em sala de aula.

## 1.6 ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO

O trabalho foi elaborado conforme os seguintes capítulos: A comunicação na era digital, que resume o fenômeno da internet tanto para a sociedade quanto para o jornalismo, explanando características não obrigatórias porém importantes para que um texto jornalístico na web seja agradável para seu leitor; A juventude na era digital, cujo propósito é apresentar dados relacionados ao acesso à internet feito pelos jovens e as características on-line que atraem a atenção desse público; Apresentação da “Todateen”, que, como o nome já sugere, apresenta a empresa e o veículo produzido por ela que é o foco desta pesquisa; Proposta de reformulação, que contém o detalhamento do grupo focal, análise dos dados obtidos, além do planejamento e execução do produto de acordo com os resultados da pesquisa; e Considerações finais, para concluir se os objetivos foram ou não alcançados, qual das hipóteses foi confirmada e quais as dificuldades enfrentadas durante a execução do trabalho, além de outras observações.

## 2 A COMUNICAÇÃO NA ERA DIGITAL

Para existir sociedade, o ser humano precisa da comunicação, assim como os pilares da comunicação dependem de uma vida social (MELO, 2010, p. 1121). E desde sua origem, o ser humano utiliza mecanismos para se comunicar com outrem, porém, com sua capacidade racional sempre almejou novas descobertas a fim de aprimorar seus instrumentos de sobrevivência. No decorrer do tempo, frente às necessidades, o homem desenvolveu tecnologias que facilitaram inúmeros recursos, inclusive a troca de ideias. O surgimento de meios e mecanismos de comunicação, como jornal, rádio, revista, telefone, carta e televisão, além de facilitar o diálogo, possibilitou que a sociedade pudesse ser informada sobre fatos que estavam acontecendo até mesmo do outro lado do mundo. Segundo Castells (2010, p. 422-423), foi a partir dos anos 80 que as novas tecnologias transformaram o mundo da mídia.

Jornais foram escritos, editados e impressos à distância, permitindo edições simultâneas do mesmo jornal sob medida para várias áreas importantes [...]. O rádio foi se especializando cada vez mais, com estações temáticas e subtemáticas [...]. Mas o passo decisivo foi a multiplicação dos canais de TV, o que levou à sua crescente diversificação.

Cada meio de comunicação se desenvolveu de modo que, no início, eram aparelhos elitizados, com alto custo e voltados apenas para classes sociais mais altas. Porém, com o passar dos anos, estes meios, com destaque para o rádio e a televisão, foram se popularizando até que se tornaram meios de comunicação de massa, ou seja, voltado para uma grande quantidade de pessoas. McLuhan (1996, p. 335) classifica o rádio como um “sistema nervoso de comunicação”, pelo fato de suas características imediatistas, pois o veículo fornece informações e notícias para a sociedade em tempo real. Já no que diz respeito à televisão, McLuhan (1996, p. 350) determina que este é um meio de incentivo para criações relacionadas à arte e ao entretenimento, e faz com que sua audiência esteja profundamente envolvida com a programação.

Em paralelo ao auge do rádio e da televisão está o surgimento da internet, no ano de 1969, que revolucionou os paradigmas da comunicação, por ser um meio flexível e versátil, classificado como “a integração de vários modos de comunicação em uma rede interativa” (CASTELLS, 2010, p. 414) ou também “a espinha dorsal da

comunicação mediada por computadores” (CASTELLS, 2010, p. 431). Sua ampla gama de possibilidades permite a inserção de conteúdo em diversos formatos, fazendo com que a internet seja um meio de comunicação multimídia, ou, segundo a definição de Castells (2010), um sistema de rede horizontal.

A passagem dos meios de comunicação de massa tradicionais para um sistema de redes horizontais de comunicação organizadas em torno da internet e da comunicação sem fio introduziu uma multiplicidade de padrões de comunicação na base de uma transformação cultural fundamental à medida que a virtualidade se torna uma dimensão essencial da nossa realidade. (CASTELLS, 2010, p. 2).

Assim como rádio e televisão, a internet, bem como os aparelhos para sua utilização, foram se desenvolvendo com o passar dos anos, e a internet foi se tornando um meio mais acessível, tendo como consequência um número cada vez maior de usuários. Para Johnson (2001, p. 23), “pela primeira vez, uma máquina era imaginada não como um apêndice aos nossos corpos, mas como um ambiente, um espaço a ser explorado”. O fascínio por descobrir as possibilidades da tecnologia, com ênfase na internet, fez com que a mesma se tornasse atualmente o segundo meio de comunicação mais utilizado no Brasil<sup>5</sup>. Tal conexão entre usuários gerada através da internet é denominada por Castells (2010) como sociedade em rede. “A rede de informações, e dentre elas a internet, deixa de ser um simples dispositivo tecnológico para constituir a própria morfologia e topologia da nova ordem social, donde pode se falar em ‘sociedade em rede’” (MELO, 2010, p. 1121).

O desenvolvimento da sociedade em rede em conjunto com a internet modificou também os paradigmas do jornalismo, que, por sua vez, passou por diversas adaptações em meio às revoluções da tecnologia digital. A fugacidade do meio em questão colaborou para difusão de informações, uma vez que estas passaram a ser divulgadas instantaneamente e, como o jornalismo tem como matéria-prima a informação (ABRAMO, 1987), o trabalho jornalístico vem se resignificando e agregando elementos ao conteúdo.

---

<sup>5</sup> Os dados são da Pesquisa Brasileira de Mídia 2015.



## 2.1 JORNALISMO NA ERA DIGITAL

O fato que marcou o início do jornalismo digital nacional foi a criação de uma página para o “Jornal do Brasil”. Segundo Prado (2011, p. 20), na época, o veículo não era o de maior circulação e/ou com o maior número de leitores no país, estando, inclusive, em fase de decadência econômica. No entanto, houve investimento em uma plataforma digital a fim de ampliar negócios e aumentar a visibilidade da marca. O grande diferencial do site em relação aos portais dos Estados Unidos – assim como de outros países do mundo – era a periodicidade. Enquanto os veículos publicavam matérias que já estavam no impresso, o “Jornal do Brasil” abordava o que seria veiculado no dia seguinte.

No que diz respeito à segmentação, o primeiro portal brasileiro oriundo de uma revista foi o site da “IstoÉ”, o que abriu caminhos para outros títulos que desejavam publicar o seu conteúdo on-line.

Em novembro de 1998 foi criado o “Último Segundo”, primeiro portal exclusivamente on-line voltado para notícias. Pertencente ao portal IG, o “Último Segundo” foi considerado uma ousadia no jornalismo digital, uma vez que “todos os grandes noticiários on-line concorrentes eram vinculados a veículos tradicionais” (PRADO, 2011, p. 27).

O sucesso do ambiente digital foi se expandindo cada vez mais e tendo tanto sucesso que, independentemente de um site estar vinculado a um veículo ou não, o conteúdo feito para a Web ganhou características próprias, que serão abordadas no próximo item.

### 2.1.1 Características do Jornalismo Digital

Com o passar do tempo, assim como todos os outros meios de comunicação, o jornalismo digital foi adquirindo atributos próprios. Canavilhas (2014) determina que existem sete características essenciais para a criação de um bom conteúdo jornalístico para a web: 1) hipertexto, 2) multimídia, 3) interação, 4) memória, 5) instantaneidade, 6) personalização e 7) ubiquidade.

O hipertexto é definido por Moraes e Jorge (apud CANAVILHAS, 2015, p. 5) como “um modo de organização textual cuja função é unir sentidos, ou seja, para os

autores, a palavra gira em torno de questões relacionadas ao texto com apelo estético, a fim de tornar o conteúdo mais dinâmico e atraente para o leitor. Já para Ferrari (2007, p. 69), “o hipertexto propicia um imaginário híbrido capaz de sustentar uma relação flexível entre os interesses sociais das tradições da oralidade e da escrita”. Apesar da divergência de palavras, a essência abordada por ambos é semelhante, cujas palavras-chave utilizadas são diversidade e dinamismo. Canavilhas (2014, p. 6) afirma que a aplicação da hipertextualidade em um conteúdo eletrônico se dá por meio de blocos informativos<sup>6</sup> e tipologia<sup>7</sup>. Para tal, os blocos informativos devem ser bem arquitetados, uma vez que, em blocos curtos, o leitor se queixará da falta de informação, assim como blocos longos podem cansar quem está consumindo tal conteúdo. Em relação à tipologia, o tamanho da fonte utilizada no texto determinará a importância do conteúdo inserido em tais blocos informativos. Quando os dois requisitos estão bem distribuídos e em harmonia em uma página, obtém-se então uma coerência global, ou seja, “a lógica que está na base da organização dos vários blocos que compõem a notícia” (CANAVILHAS, 2014, p. 10).

A multimídia é a segunda característica primordial para a construção de um bom conteúdo on-line. Na definição de Abdalla e Guallar (2014, apud CANAVILHAS, p. 29), um conteúdo multimídia é a construção de uma temática combinando o texto com som, imagem, áudio ou vídeo.

O conceito de interação pode ter diversos significados, dependendo da área na qual está inserida. Enquanto, na arte, por exemplo, a interação significa a participação em uma determinada obra, na comunicação o contexto é alcançado por meio do livre diálogo (PRIMO, 2008, p. 40). No jornalismo, a possibilidade de interagir com o espectador é a terceira característica que se faz essencial não somente para o conteúdo feito na internet, mas em qualquer outro meio de comunicação.

Assim como a internet transcende o jornalismo, que tem como forma de expressão a Web, a interatividade também vai além do jornalismo digital, e cola-se nas rotinas de trabalho de todos os jornalistas, independente do meio em que trabalham. O contato, a participação e o conteúdo que os utilizadores partilham contribuem para definir as formas que o jornalismo atual adota. (CANAVILHAS, 2014, p. 54).

---

<sup>6</sup> Blocos informativos, segundo Canavilhas (2014, p. 10), são os espaços destinados à construção do conteúdo, seja este material texto, vídeo, áudio ou imagem.

<sup>7</sup> De acordo com Canavilhas (2014, p. 10), tipologia refere-se ao design da letra que será utilizado no conteúdo para a Web.

No meio digital, existem dois tipos de interatividade: seletiva e comunicativa. A primeira envolve a maneira como o leitor irá reagir ao conteúdo a que acessa. Dentro de um site, existem diversas possibilidades de interação seletiva, como o menu.

O menu [...] presente em cada notícia, a utilização de motores de busca, [...] índices, opções de personalização [...], diferentes alterações do desenho e da interface [...], e um diversificado menu de alternativas de distribuição/recepção de conteúdo. (CANAVILHAS, 2014, p. 57).

Já a interatividade comunicativa define-se pela maneira como o indivíduo torna pública a sua opinião e pode entrar em contato diretamente com os jornalistas responsáveis pela criação do conteúdo ou outros leitores conectados à internet.

Este tipo de interatividade manifesta-se em opções como: comentários abaixo de notícias, perfis em redes sociais abertas à participação de utilizadores, blogues de cidadãos/as, pesquisas, fóruns, entrevistas a personalidades com perguntas de utilizadores, publicação de endereços de correio eletrónico de jornalistas, ranking de notícias, chats, envio de notícias/fotografias/vídeos, sistemas de correção de notas, entre outros. (CANAVILHAS, 2014, p. 54).

O conceito de interatividade comunicativa começou na internet por conta dos blogueiros, que permitiam comentários em suas páginas. Atualmente, o recurso foi se expandindo e “hoje, quem proporciona são aqueles que querem um feedback, ou melhor, que se preocupem com o retorno de sua audiência” (PRADO, 2011, p. 51).

No que diz respeito à memória como o quarto fator essencial para o jornalismo na Web, Canavilhas (2014, p. 91) afirma que “jornalismo é a memória em ato”. Isso porque as informações difundidas são um presente vivido e que, com o passar do tempo, se tornarão um passado relatado. E os veículos de comunicação costumam arquivar essas “memórias” em dispositivos físicos para uma posterior consulta, quando necessário. No entanto, como na internet também há a possibilidade de criar um material concreto, neste caso utiliza-se a base de dados, o que “tornam-se não somente acessíveis e facilmente pesquisáveis, mas também múltiplos”. (CANAVILHAS, 2014, p. 97).

A quinta característica é definida pela instantaneidade, típica do jornalismo, mas que foi se aprimorando com o passar dos anos. Em meados do século XIX, por exemplo, demorava-se dias, semanas ou até mesmo meses para que um jornal com informações sobre lugares distantes chegasse às mãos dos leitores. Com a evolução dos recursos tecnológicos, incluindo o surgimento da internet, o conceito de

instantaneidade foi se aprimorando e as notícias podem ser veiculadas para os quatro cantos do mundo em questão de segundos. Difusão esta que é feita não somente pelo veículo, mas também pelo leitor que se interesse em compartilhar um determinado fato. “Um jornal local é também global, exceto no nome. Quando um repórter especialista descobre algo de interesse amplo, seus leitores cuidam de realizar a propagação de maneira mais rápida do que qualquer outro jornalista poderia reproduzir” (CANAVILHAS, 2014, p. 112). E a instantaneidade presente na internet faz com que, muitas vezes, um portal on-line queira dar um furo antes de outros meios de comunicação. Sobre isso, Christofolletti (2008, p. 98) alega que

Sites e portais querem dar a notícia antes da TV e do rádio. Com prazos vencendo antes, jornalistas e meios de comunicação precisam ser mais eficientes, ágeis e versáteis. As etapas de produção da notícia não mudaram e, na prática, isso obriga a escolher entre ser altamente competente ou queimar algum estágio desse processo.

Sendo assim, neste caso a instantaneidade mostra-se importante não somente para quem divulga a notícia, mas também para quem a consome. O leitor está acompanhando o ritmo das inovações, que são muito fugazes, e uma das consequências disso é o desejo por conteúdo novo a todo momento.

Personalizar um conteúdo a fim de adaptá-lo para um determinado tipo de público é a sexta característica em questão. Porém, é necessário levar em consideração alguns aspectos para que o assunto seja relevante para o leitor. Apesar de a internet ser um meio de comunicação de massa, existe conteúdo que são voltados para um certo tipo de público. Essa segmentação, segundo Canavilhas (2014, p. 141), é benéfica, uma vez que “o crescimento provém de pequenas audiências. [...] Resumidamente, os grupos pequenos tornaram o mercado mais interessante e promissor, baseado em interesses comuns”. (SHIRKY apud CANAVILHAS, 2014, p. 142).

A sétima e última característica que se faz importante no conteúdo da Web tanto quanto as seis anteriores é a ubiquidade, ou seja, o ato de estar presente em vários lugares. Atualmente, é essencial que um conteúdo digital esteja disponível em diversas plataformas por questões de acessibilidade. Segundo Canavilhas (2014, p. 164-178), a ubiquidade trouxe quatro consequências para o jornalismo digital: jornalismo cidadão, conteúdo geolocalizado, jornalismo baseado em dados e o declínio da privacidade.

O jornalismo cidadão resume-se no ato de um indivíduo participar da notícia, tanto no processo de coleta quanto na difusão de um determinado conteúdo on-line. Um exemplo é quando um cidadão, com o seu *smartphone*, presencia algo inusitado, registra com a sua câmera e difunde o material por meio de redes sociais digitais. A geolocalização faz referência àquele conteúdo que pode ser buscado por meio da localização. “Ela permite que o conteúdo seja automaticamente transferido para o *Google Earth* ou outro software de mapeamento disponível on-line. Isto capacita outras pessoas em qualquer lugar a acessar o conteúdo pela localização” (CANAVILHAS, 2014, p. 174). Com uma base de dados, torna-se possível, por meio da conexão, coletar dados do usuário que posteriormente podem ser de uso da mídia e de jornalistas. Portanto, quem se conecta à internet deve estar ciente de que o acesso à internet não é confidencial.

Apesar de as sete características citadas anteriormente serem importantes para a construção de um conteúdo em âmbito digital, elas não são obrigatórias. Porém, combiná-las fará com que um determinado conteúdo seja muito mais impactante e agradável para o leitor.

### **2.1.1 O texto do jornalismo on-line**

Além de possuir características essenciais para a construção de um bom conteúdo, o jornalismo on-line também possui um modo de escrever específico, diferenciado dos outros meios de comunicação. Ao pensar em texto para a web, é necessário planejar algo de modo que sua organização e distribuição seja atraente para o leitor. Um exemplo é a pirâmide invertida, em que as informações de uma determinada notícia são dispostas de maneira que o fato mais importante esteja no começo da notícia, e as informações “menos” relevantes sejam desenvolvidas no decorrer do conteúdo.

Ir direto ao ponto, numa redação de estilo conciso, só ajuda a comunicação num meio nervoso e interativo como a Web, especialmente ao se tratar de *hard news*, das notícias de última hora que são o forte do jornalismo on-line na fase atual. (ALVES apud MOHERDAUI, 2007, p. 149).

Um modelo comum utilizado na arquitetura da informação na web é a pirâmide invertida, que “consiste na hierarquização das informações do mais para o menos importante” (ZAMITCH, 2005). Uma notícia elaborada desta maneira terá a

informação central e as informações básicas que compõem o lead (o quê, quando, onde, por quê, como e quem) logo no primeiro parágrafo, e os pormenores são desenvolvidos no decorrer da publicação.

Conhecer o leitor e escrever em uma linguagem que seja acessível também é uma tarefa essencial neste processo. Segundo Moherdauí (2007, p. 198), existem três tipos de audiência na internet: 1) os *scanners*, que são os leitores que passam os olhos meramente por um conteúdo; 2) aqueles que preferem conteúdo multimídia; e 3) o leitor que busca informações específicas – este que, inclusive, está disposto a ler textos longos. Portanto, um redator da Web deve estar preparado para produzir conteúdo para todo o tipo de audiência.

Os scanners, que certamente vão procurar resumos de informações, preferem blocos de textos de até 100 palavras, com parágrafos de até 75 toques. Assim, eles não precisam rolar a página para ler determinada notícia. [...] O site deve ter também arquivos para usuários que querem ler matérias longas ou informações detalhadas. (MOHERDAUI, 2007, p. 199).

O tamanho da fonte a ser utilizada no texto para a Web é um diferencial, uma vez que letras maiores fazem com que usuários apenas passem os olhos pelo texto, enquanto as letras menores induzem o leitor a explorar o conteúdo (MOHERDAUI, 2007, p. 201).

Entender o tipo de público para qual o conteúdo é voltado também é essencial na produção para a Web. Por isso, devem ser evitadas palavras que não sejam de entendimento do leitor ou que possam ser esdrúxulas para seu vocabulário.

Como o produto desenvolvido nesta pesquisa trata-se da reformulação gráfica e editorial do site da “Todateen”, faz-se necessário uma análise sobre o seu público-alvo, cujo assunto será abordado e explorado no capítulo a seguir.

### 3 A JUVENTUDE NA ERA DIGITAL

Da mesma maneira que o mundo passa por mudanças, o ser humano também está sujeito a alterações em seu estilo de vida conforme o avanço das tecnologias. A evolução da internet e o aprimoramento da conectividade foram fatores que refletiram diretamente na sociedade, especialmente naqueles que nasceram após 1996, ou, como denomina Tapscott (2010, p. 10), a Geração Internet, que nasceu diante de tecnologias avançadas que foram se aprimorando ainda mais no decorrer do tempo.

Há vinte anos, por exemplo, não existia Google, redes sociais digitais (como o Facebook), smartphones com inúmeras funcionalidades e wi-fi (até porque, na época, a velocidade da internet era muito baixa). Já nos dias de hoje, as palavras que melhor relacionam o mundo digitalizado com a Geração Internet são velocidade e liberdade. “Com sua imagem ligada à velocidade e liberdade, esses jovens emancipados estão começando a transformar todas as instituições da vida moderna” (Tapscott, 2010, p. 16).

A fase adolescência, inclusive, é a que mais está envolvida no ambiente tecnológico em escala mundial e, segundo Strasburger (2011, p. 19) é essa faixa etária, de 12 a 17 anos, que representa o número mais alto de usuários na internet. O autor ainda faz uma comparação com a adolescência antes e depois da internet, afirmando que

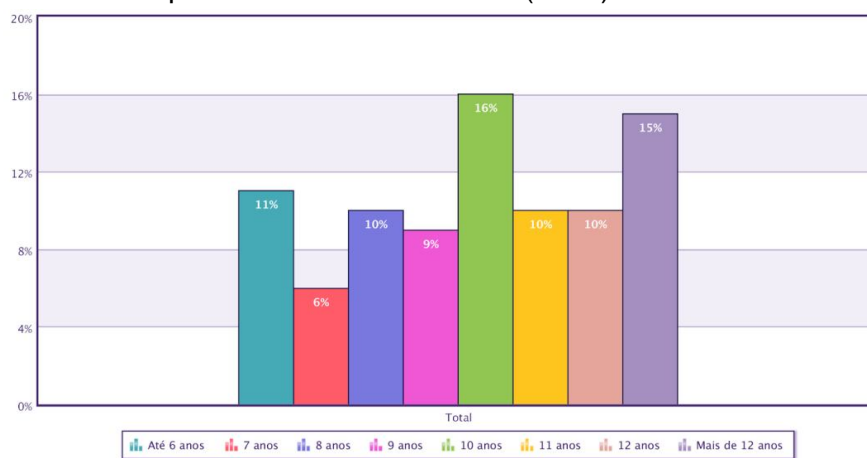
Antigamente os pais podiam moldar com facilidade a criação de seus filhos, conversando e lendo para as crianças unicamente sobre as coisas às quais eles desejavam que seus filhos fossem expostos, mas os pais de hoje devem lutar com milhares de imagens e ideias concorrentes sobre as quais eles têm pouco controle direto. (MEYROWITZ apud STRASBURGER, 2011, p. 21)

A pesquisa TIC Kids Online<sup>8</sup> tem como objetivo estudar justamente a rotina dessa faixa etária na internet, efetivando a importância do público infantojuvenil neste meio. No ano de 2015, em que se encontram os mais recentes resultados, indica-se que 11% da população brasileira na faixa etária dos 9 a 17 anos fez uso da internet pela primeira vez aos seis anos de idade.

---

<sup>8</sup> Pesquisa realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil em período sazonal com crianças entre 9 a 17 anos com o objetivo de compreender a rotina desse público online. Na edição de 2015, foram entrevistadas 23.677.796 crianças.

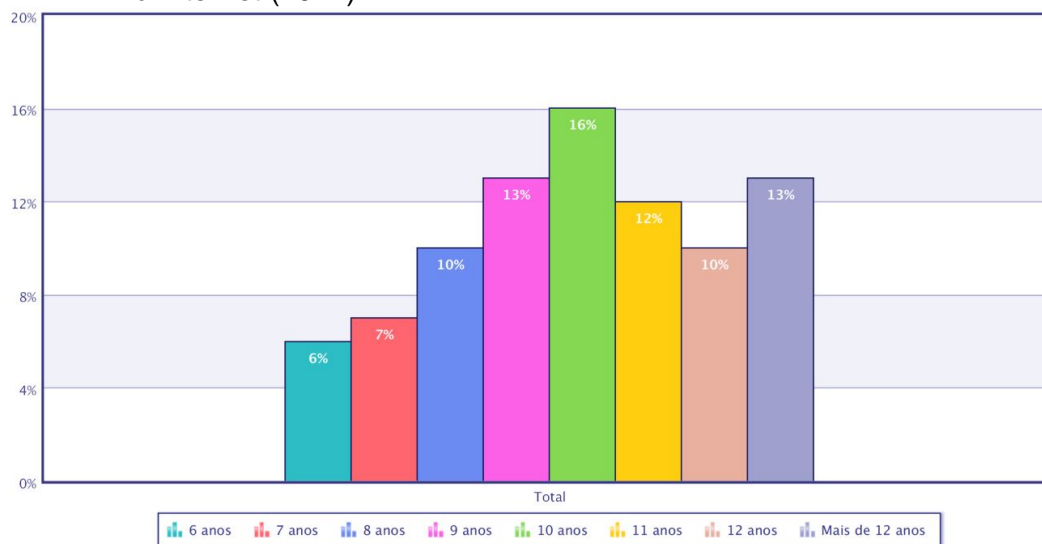
Figura 1 – Proporção de crianças e adolescentes, por idade do primeiro acesso à internet (2015)



Fonte: Comitê Gestor da Internet no Brasil (2015)

Em relação à pesquisa realizada no ano anterior (2014), nota-se um aumento de 5 pontos percentuais dos números relativos aos seis anos como idade de primeiro acesso à internet. No entanto, ambos os gráficos, de 2015 e 2014, também indicam que a maioria das crianças acessaram a internet pela primeira vez aos 10 anos de idade.

Figura 2 - Proporção de crianças e adolescentes, por idade do primeiro acesso à internet (2014)



Fonte: Comitê Gestor da Internet no Brasil (2014)

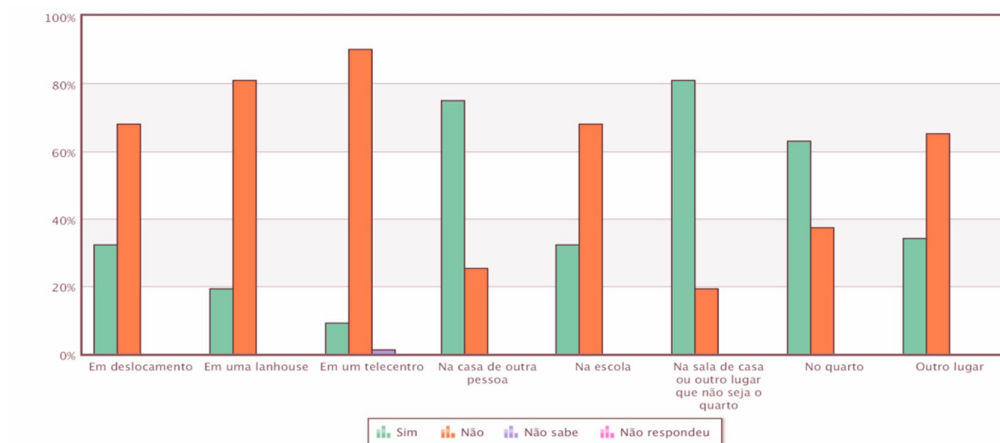
Os dados acima são comprovados pela extensa gama de usuários infantis



presentes na Internet. Atualmente, é comum se deparar com vários sites e canais no Youtube voltados especialmente para crianças, sendo que alguns vídeos, inclusive, são produzidos pelo próprio público-alvo. Além disso, muitos pais desfrutam da tecnologia para distrair os filhos, inserindo-os no meio digital já nos primeiros anos de vida.

Essas crianças e adolescentes acessam a internet de algum lugar específico, principalmente quando o principal meio é um computador de mesa. No que diz respeito a essa questão, a maioria das crianças e adolescentes usa na sala de casa ou na casa de outra pessoa, e 63% afirmaram ter acesso à internet no quarto.

Figura 3 - Proporção de crianças e adolescentes, por local de acesso à internet



Fonte: Comitê Gestor da Internet no Brasil (2015)

Mas apesar do amplo interesse do público infantojuvenil pela internet, não é todo tipo de conteúdo que é capaz de despertar-lhes a atenção. Existem determinados tipos de conteúdo pelos quais este público enxerga relevância e tem interesse em consumir. Segundo Tapscott (2010, p. 92) existem “oito normas da Geração Internet”, ou seja, oito características que diferenciam e atraem o público em questão no mundo digital: 1) liberdade; 2) customização; 3) escrutínio; 4) colaboração; 5) entretenimento; 6) velocidade; 7) inovação; e 8) integridade.

O meio digital proporciona liberdade aos jovens, uma vez que eles têm o livre arbítrio para escolher o que vão fazer, com quem conversar, as músicas que vão ouvir, o que comprar e, especialmente, qual conteúdo on-line vão consumir. E para eles, a liberdade de escolha é uma característica básica da mídia a qual consomem.

(TAPSCOTT, 2010, p.93).

Com a ampla gama de informações disponíveis na internet, muitas vezes é difícil identificar notícias falsas - não para a Geração Internet, segundo Tapscott (2010, p. 99). “Os integrantes da Geração Internet são os novos investigadores. [...]. Eles parecem ter uma forte consciência do mundo à sua volta e querem saber mais sobre o que está acontecendo” (TAPSCOTT, 2010, p. 99). Atualmente, o público jovem está cada vez mais imerso em assuntos polêmicos e na maioria das vezes sabem identificar quando um determinado conteúdo não faz jus à realidade. E além de identificar, existe uma preocupação em repassar a informação, e alertar outras pessoas de que uma determinada publicação não condiz com a realidade.

A Geração Internet também está preocupada com a integridade de outras pessoas e demonstra mais tolerância e sabedoria em relação às gerações anteriores. Pode ser nomeada como uma geração honesta e que não gosta de ser enganada. Segundo Tapscott (2010, p. 104),

É muito mais fácil para a Geração Internet do que foi para os *baby boomers* dizer se o presidente de uma empresa está fazendo uma coisa e dizendo outra. Eles podem usar a internet para descobrir e, depois, usar redes sociais como o Facebook para contar para todos os amigos.

Além da integridade, os jovens da geração atual prezam pela colaboração. “Essa é a geração do relacionamento” (TAPSCOTT, 2010, p. 110). A colaboração está presente nos jogos on-line com duas pessoas ou mais, quando um trabalho de escola é enviado para outros colegas, ou quando um arquivo é compartilhado com a simples intenção de entreter.

O entretenimento é, inclusive, a quinta característica presente no jovem da Geração Internet. Como eles se entediam com facilidade, necessitam encontrar um refúgio para divertir de alguma forma. E muitas vezes, é a internet que proporciona esses momentos de descontração. “Hoje, 81% dos adolescentes jogam videogames online - e, depois de começarem a trabalhar, é provável que joguem videogames no trabalho para aliviar a tensão” (TAPSCOTT, 2010, p. 113).

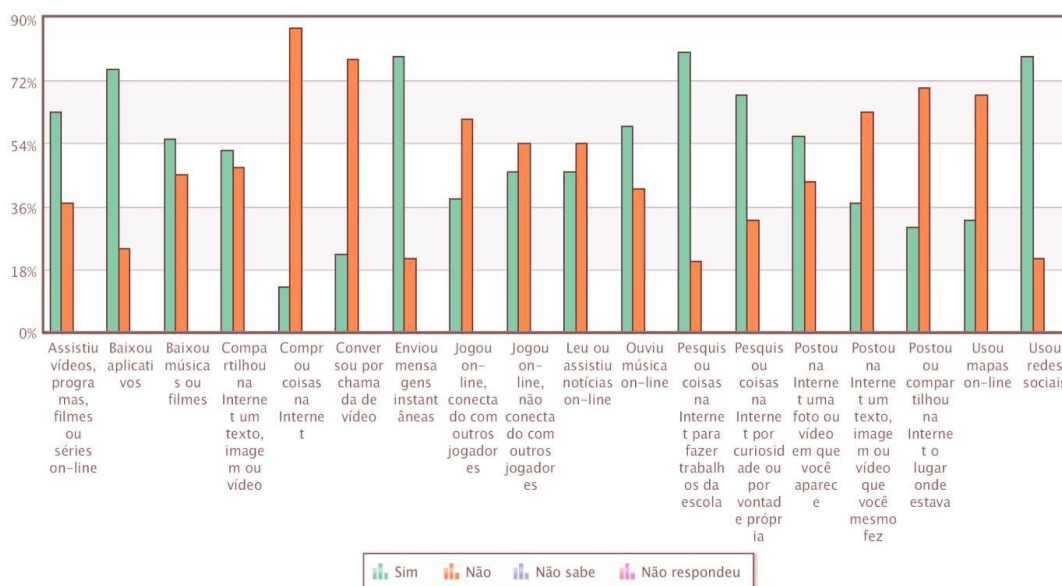
A internet faz parte da geração atual desde seu nascimento, por isso, os jovens de hoje são acostumados com a velocidade e vivem em um ambiente instantâneo. Segundo Tapscott (2010, p. 115), eles

Estão acostumados a respostas instantâneas, 24 horas por dia, sete dias por semana. Os videogames lhe dão feedback instantâneo; o Google responde suas perguntas em nanossegundos. Então, eles pressupõem que todas as outras pessoas do mundo também reagirão rapidamente [...]. A Geração Internet também espera receber um produto comprado em questão de dias. [...] Nem é necessário dizer que a Geração Internet não gosta de ficar aguardando ao telefone.

Por ser uma geração veloz, a inovação também faz parte da rotina desses jovens. O avanço constante de aparelhos celulares é um exemplo a ser utilizado. A cada ano, os smartphones ganham funcionalidades diferentes e as marcas vão se renovando. “Os jovens vivem para se manter atualizados [...].O produto mais moderno causa inveja aos amigos e contribui para seu status social e para sua autoimagem positiva” (TAPSCOTT, 2010, p. 117).

As oito normas da Geração Internet descritas por Tapscott se refletem nos dados apresentados pela pesquisa Tic Kids Online em relação aos fins para quais a internet é utilizada. Os dados apontam que 80% usam o meio para pesquisar material de trabalhos escolares, e 79% usam a internet para se comunicar por mensagens instantâneas, sendo que a porcentagem se mantém em relação ao uso das redes sociais digitais. 75% baixam aplicativos on-line, 68% pesquisam conteúdo por vontade própria, 59% ouve música on-line e 46% leu ou assistiu a notícias on-line.

Figura 4 - Proporção de crianças e adolescentes, por atividades realizadas na internet



Fonte: Comitê Gestor da Internet no Brasil (2015)

Quando o conteúdo mostra-se interessante para o adolescente, consequentemente ele utilizará a plataforma com mais frequência. Atualmente, a internet se faz tão pertinente para essa faixa etária que 84% do público a utiliza todos os dias. O número praticamente dobrou em relação ao ano de 2012, em que 47% das crianças e adolescentes navegavam na internet todos os dias. Frente a esses dados, confirma-se que a cada ano o público infantojuvenil está cada vez mais inserido no mundo virtual.

Portanto, a inserção do jovem no meio tecnológico aliado ao fato de que o público do site da “Todateen” é formado por adolescentes do sexo feminino, cria-se um gancho para a proposta de reformulação editorial e de design do site da “Todateen”, uma vez que, com a realização do projeto, o público adolescente do sexo feminino contará com um conteúdo que será de seu agrado.

#### 4 APRESENTAÇÃO DA “TODATEEN”

O presente trabalho tem como objeto de estudo a “Todateen”, um dos produtos criados pela Editora Alto Astral, em Bauru, interior de São Paulo. Segundo informações do site corporativo<sup>9</sup>, a empresa foi fundada por João Carlos de Almeida (João Bidu) e Pedro José Chiquito em abril de 1986, após o astrólogo e radialista João Bidu constatar que o interesse por conteúdo astrológico em âmbito nacional estava em crescimento, assim como a deficiência de material impresso que abordasse tal segmento. Portanto, seus fundadores enxergaram a oportunidade de criar uma empresa cuja essência seria conteúdo da área astrológica.

A primeira publicação da Editora foi a “Guia Astral” (que é veiculada até a presente data), cujo público-alvo são mulheres adultas, que se interessem por assuntos de astrologia, sexo, simpatias, sonhos e conselhos de João Bidu. O alto índice de vendas da “Guia Astral” abriu espaço para novas publicações no ramo astrológico, fazendo com que a Editora se tornasse, alguns anos depois, líder de vendas neste setor no Brasil. Com a expansão do negócio, seus criadores decidiram aumentar as proporções da empresa, criando novos títulos em diferentes segmentos e conteúdo e para diferentes públicos-alvo, entre eles a “Todateen”, revista mensal criada pela Editora Alto Astral em 1995.

A revista “Todateen” é voltada para adolescentes do sexo feminino de classes sociais B, C e D. Criada em 1995, procura abordar temas relevantes, do ponto de vista editorial da redação (informação verbal)<sup>10</sup>, para a fatia de pessoas que compõem seu público-alvo, como relacionamentos, moda, sexo, beleza, saúde, família, ídolos, horóscopo, entretenimento, televisão, leitura, cinema, estudos e música. A linguagem que a revista utiliza busca acompanhar seu público-alvo, com o intuito de ser uma revista “amiga e conselheira” da adolescente. Por isso, a redação procura sempre interagir com a leitora a fim de compreender seus interesses.

E justamente em busca de compreender os interesses da adolescente, a “Todateen” se faz presente tanto na versão impressa quanto on-line, com o intuito de fazer com que a leitora acompanhe a “Todateen” em vários meios.

---

<sup>9</sup> Site corporativo: [www.altoastralcomunicacao.com.br](http://www.altoastralcomunicacao.com.br)

<sup>10</sup> Informação obtida por meio de reuniões e conversas informais pela pesquisadora, que é estagiária do site da revista “Todateen” desde 2015.

#### 4.1 VERSÃO IMPRESSA DA REVISTA “TODATEEN”

Segundo o ponto de vista da redação (informação verbal)<sup>11</sup>, a revista “Todateen” dispõe de características que estão de acordo com os gostos de seu público-alvo.

A capa é sempre estampada por uma ou mais celebridades do mundo teen. O logotipo fica localizado no topo da página, sendo o corpo em cores que variam de acordo com a paleta da capa, cujas tonalidades são mais fracas no fundo e mais chamativas nas caixas atrás da tipografia.

Figura 5 – Capa da edição de Março da revista impressa da “Todateen”



Fonte: SCHERMA (2017)

Na primeira página da revista está o editorial, conteúdo fixo com um recado da editora, além dos bastidores de produção da edição, com fotos e comentários. Este é seguido pelo índice, que possui todo o conteúdo disponível na atual edição organizado de acordo com as seções: 1) Feed; 2) Pra você; 3) Moda, beleza e shopping; 4) Fun;

<sup>11</sup> Informação obtida por meio de reuniões e conversas informais pela pesquisadora, que é estagiária do site da revista “Todateen” desde 2015.

e 5) Testes, além de fotos e ilustrações que indicam os assuntos das matérias. Os outros destaques fazem referência às matérias de capa e especiais da edição.

Figura 6 – Índice da edição de março da “Todateen”



Fonte: SCHERMA (2017)

No item a seguir, a edição de março da revista “Todateen” será descrita, de modo a detalhar os itens citados anteriormente.

#### 4.1.1 Edição de março de 2017 da “Todateen”

Na edição do mês de março, a revista “Todateen” levou duas capas às bancas. A primeira tem como destaque o ator Rafael Vitti<sup>12</sup>, e a segunda possui os

<sup>12</sup> Rafael Vitti é ator da Rede Globo e está no ar com a novela “Rock Story”, cujo personagem é o vilão da história.

youtubers Nah Cardoso<sup>13</sup>, Erick Mafra<sup>14</sup>, Camila Senna<sup>15</sup> e o cantor Koba<sup>16</sup>, em que é divulgado o livro “O Garoto dos Sonhos”, que foi escrito por Erick Mafra e, além de tê-lo como protagonista, possui os youtubers da capa como personagens coadjuvantes.

Figura 7 – Capa da edição de março da “Todateen” com o ator Rafael Vitti



Fonte: Scherma (2017)

<sup>13</sup> Endereço do Youtube: [www.youtube.com/user/nahcardosovideos](http://www.youtube.com/user/nahcardosovideos)

<sup>14</sup> Endereço do Youtube: [www.youtube.com/user/MafraErick](http://www.youtube.com/user/MafraErick)

<sup>15</sup> Endereço do Youtube: [www.youtube.com/channel/UC4\\_ombfd6jyslg1Fn9Y5Axx](http://www.youtube.com/channel/UC4_ombfd6jyslg1Fn9Y5Axx)

<sup>16</sup> Koba é cantor e ex-integrante da banda Restart.



Figura 8 – Capa da edição de março da “Todateen” com o elenco de “O Garoto dos Sonhos”



Fonte: Scherma (2017)

A capa dupla foi adotada como uma estratégia para aumentar o índice de vendas da revista, pois, na visão dos diretores, ao produzir capas com famosos diferentes, há maior possibilidade de atingir públicos distintos que se interessem por tais celebridades e comprem a revista, gerando um lucro maior para a empresa (informação verbal)<sup>17</sup>. Porém, a capa dupla não interfere no conteúdo da revista, apenas na disposição das chamadas de matérias na capa, que são as mesmas.

Na edição de março, as matérias que estão em destaque são: 1) Os signos no Whatsapp - Quer saber como cada boy age nas redes sociais? A gente conta!; 2) Exclusivo: Shawn Mendes - “Acho que sou romântico” (e ele ainda falou de Camila Cabello); 3) O garoto do sonho - Erick, Nah, Koba e Camis convidam você para uma viagem top. Vem ver!; e 4) Rafa-DEMAIS-Vitti - “Às vezes me apaixono pela risada de alguém”.

<sup>17</sup> Informação obtida por meio de reuniões e conversas informais pela pesquisadora, que é estagiária do site da revista “Todateen”

Além dessas chamadas, também estão em destaque as chamadas para os “4 testes” e os “super pôsters”, conteúdo que está sempre presente nas edições da “Todateen”.

Com aproximadamente 60 páginas, a “Todateen” valoriza bastante o aspecto visual, procurando sempre deixar as imagens e ilustrações atrativas e coerentes com a rotina de sua leitora.

#### **4.1.2 Metodologia de divulgação da revista**

A revista “Todateen” chega às bancas de todo o Brasil no dia 6 de cada mês. A divulgação do conteúdo impresso é realizada por meio do site e redes sociais digitais (Facebook<sup>18</sup>, Instagram<sup>19</sup> e Twitter<sup>20</sup>) aproximadamente uma semana antes, quando uma foto da próxima capa - que é sempre composta por uma celebridade - é divulgada nas redes sociais com o rosto embaçado, a fim de criar uma interação com a leitora, de modo que ela descubra quem é a personalidade. E no dia em que a “Todateen” chega às bancas, é feita uma divulgação no site com as chamadas que compõem as matérias da revista.

Além disso, são realizadas ações nos pontos de venda, assim como divulgação da capa em outras revistas da editora. Usuários cadastrados no mailing da “Todateen” também recebem com exclusividade informações sobre as novas capas e conteúdo.

Essas ações se repetem mensalmente, sempre que a edição do mês é finalizada e já está pronta para chegar às bancas.

#### **4.2 SITE DA REVISTA “TODATEEN”**

Com a evolução dos recursos tecnológicos e ascensão da internet entre o público jovem, em 2003 foi criada uma plataforma em ambiente digital para a “Todateen”. As leitoras da revista que estavam conectadas à internet puderam entrar em contato com a fugacidade de informações, pois, após a criação do site, havia a possibilidade de acompanhar pautas quentes, estas definidas por Pinto (2009, p. 63) como aquelas que cobrem um fato recente - como a queda de um avião por exemplo.

---

<sup>18</sup> Facebook: <https://www.facebook.com/todateen/>

<sup>19</sup> Instagram: <https://www.instagram.com/todateen/>

<sup>20</sup> Twitter: <https://twitter.com/todateen>

Este tipo de conteúdo é impossível de ser publicado em uma revista mensal, uma vez que o tempo de produção e impressão de uma revista torna a pauta quente inviável para este caso.

Em fevereiro de 2017, por exemplo, foi publicada uma matéria no site da “Todateen” com a temática gordofobia, esta que veio à tona após uma adolescente de 19 anos cometer suicídio após sofrer bullying por conta de seu peso. O assunto, talvez, não seria tão relevante caso fosse publicada uma matéria na revista no mês seguinte.

Figura 9 – Captura de tela de matéria relacionada à gordofobia

03

02/2017

BULLYING

**Gordofobia: menina morre depois de fazer cirurgia bariátrica**

Postado por ISABELLA MARÃO

*Amanda Rodrigues tinha apenas 19 anos e sofria com a gordofobia*

A escola é um ambiente pra gente aprender, conhecer pessoas novas e fazer amizades. Mas infelizmente o ambiente escolar também faz parte de **traumas na vida das pessoas e pode ser bem preconceituoso**. **Amanda Rodrigues** era uma jovem de 19 anos que teve que lidar com a **gordofobia desde sempre em sua vida**, e acabou tomando uma decisão bem séria para tentar mudar de vida.



Amanda sempre foi uma jovem gorda e sofreu gordofobia por causa disso. Apesar de inúmeras tentativas de dietas, ela **não conseguiu emagrecer** e ficou com o corpo bem diferente do resto das outras meninas. Mesmo assim, **Amanda se divertia como qualquer outra jovem de 19 anos**, mas acabou optando por fazer a **cirurgia bariátrica** para controlar seu problema com o peso e tentar ter uma vida melhor.

Fonte: Todateen (2017)

Outro ponto otimizado após a criação do portal foi a interação entre emissor e receptor. Anteriormente, a leitora se comunicava com a “Todateen” por meio de cartas, e conseguia obter um retorno da redação apenas se a sua mensagem fosse publicada. Atualmente, é possível obter feedback e interagir com o público em tempo real, através de e-mails e redes sociais digitais.

Com o passar dos anos, a “Todateen” foi se consolidando on-line e atraindo seu público-alvo. Em 2016, o site teve um total de 44 milhões de acessos - mais que o dobro do que o alcançado em 2015, cujo número atingiu a marca de 18 milhões de acessos.

#### **4.2.1 Análise do conteúdo on-line**

De acordo com as chamadas de capa e pela periodicidade da revista, é possível perceber que as matérias são oriundas de pautas não factuais. Já o site, que conta com características fugazes, tem a possibilidade de veicular tanto notícias quentes quanto matérias de pautas frias, e ambas despertam o interesse da leitora, o que é perceptível ao analisar os dados do *Google Analytics* (PÁGINAS, p. 1, [2013?])<sup>21</sup><sup>22</sup>do site. Para situar os dados, faremos uma análise das quatro primeiras páginas com mais cliques do site no mês de março de 2017.

---

<sup>21</sup> Ferramenta da empresa Google que permite ao administrador de um determinado site acompanhar sua audiência

<sup>22</sup> Por ser estagiária na Editora Alto Astral, a pesquisadora possui acesso a esses dados, que foram divulgados exclusivamente para a pesquisa com permissão da gerência de redação da empresa (Apêndice C).

Figura 10 – Dados sobre a audiência da “Todateen” em março de 2017

Página	Visualizações de página	Tempo médio na página	Entradas	Taxa de rejeição	Porcentagem de saída	Valor da página
	2.918.969 Porcentagem do total: 100,00% (2.918.969)	2.103.953 Porcentagem do total: 100,00% (2.103.953)	00:03:22 Média de visualizações: 00:03:22 (0,00%)	1.698.189 Porcentagem do total: 100,00% (1.698.189)	75,74% Média de visualizações: 75,74% (0,00%)	58,18% Média de visualizações: 58,18% (0,00%) US\$0,00 Porcentagem do total: 0,00% (US\$0,00)
1. /fun-videos/henrique-juliano-musica-nova/	92.912 (3,18%)	79.717 (3,79%)	00:04:37	79.162 (4,66%)	85,32%	82,90% US\$0,00 (0,00%)
2. /astral/	78.562 (2,69%)	42.174 (2,00%)	00:00:44	36.984 (2,18%)	8,79%	25,71% US\$0,00 (0,00%)
3. /	71.687 (2,46%)	41.029 (1,95%)	00:02:14	36.671 (2,16%)	25,01%	21,55% US\$0,00 (0,00%)
4. /papo-bff/musicas-declarar-amor/	55.505 (1,90%)	37.113 (1,76%)	00:05:15	36.943 (2,18%)	77,45%	66,07% US\$0,00 (0,00%)
5. /todatech/snapchat-famosos/	43.788 (1,50%)	24.345 (1,16%)	00:04:27	23.321 (1,37%)	61,37%	53,12% US\$0,00 (0,00%)
6. /teenweek/ariissa-manoela-festa-justin-bieber/	38.086 (1,30%)	34.703 (1,65%)	00:04:44	34.416 (2,03%)	91,46%	88,84% US\$0,00 (0,00%)
7. /testes/	34.057 (1,17%)	16.039 (0,76%)	00:01:30	9.917 (0,58%)	27,32%	17,52% US\$0,00 (0,00%)
8. /souassimtt/54-frases-inspiradoras-2/	33.316 (1,14%)	21.010 (1,00%)	00:05:33	20.916 (1,23%)	77,57%	62,32% US\$0,00 (0,00%)
9. /no-maior-astral/simpatias-conquistar-boy/	30.756 (1,05%)	21.627 (1,03%)	00:05:31	21.157 (1,25%)	76,17%	68,10% US\$0,00 (0,00%)
10. /papo-bff/dicas-fazer-paquera-whatsapp/	30.246 (1,04%)	24.153 (1,15%)	00:04:54	21.991 (1,29%)	80,88%	73,08% US\$0,00 (0,00%)

Fonte: Google Analytics “Todateen” (2017)

No mês de março de 2017, a publicação que mais se destacou com quase 93 mil cliques foi a notícia do lançamento de uma música da dupla Henrique e Juliano, revelando o interesse da leitora da “Todateen” por música sertaneja.

Figura 11 – Captura de tela de uma matéria da “Todateen” sobre a dupla sertaneja Henrique e Juliano

**Henrique e Juliano lançam música ótima para mandar pro crush**  
postado por Isabella Marão  
*Aproveita e já posta no Facebook!*

Agora que o WhatsApp voltou com a opção de mandar aquela indireta pro crush no seu status, a dupla sertaneja **Henrique e Juliano** lançou uma música com frases incríveis para ele se tocar da sua paquera! **De Trás Pra Frente** é toda meiga e faz parte do DVD *O Céu Explica Tudo*, que foi gravado em São Paulo.

A música fala sobre alguém apaixonado por uma pessoa que nunca dá certo, mas que mesmo assim insiste no crush, adiando um fim para aproveitar o presente. **Partiu falar pro crush que os erros beijam bem?**

**LEIA TAMBÉM**  
Henrique e Juliano lançam a divertida “Vidinha de Balada”  
TESTE: Qual música de Henrique e Juliano te define?  
Juliano, da dupla Henrique e Juliano, canta com moradora de rua

Henrique e Juliano - DE TRÁS PRA FRENTE - DVD O Céu ...  
**DE TRÁS PRA FRENTE**

negócio na internet e...  
Negócio em 21 Dias

por tabs00s

álbuns

IT GIRL

A internet está PIRANDO com o ensaio sensual de Lauren Jauregui!

mais lidas

**SportLife**  
A VIDA É O MELHOR ESPORTE  
TREINO • ALIMENTAÇÃO • SAÚDE

**Anuncie no Google**

Alcance Novos Clientes.  
Encontre Novos Clientes On-line.  
Receba Suporte De Um Especialista.

google.com.br/AdWords

Fonte: “Todateen” (2017)

Em segundo lugar está a página “astral”, com 78 mil cliques. A página é fixa e possui conteúdo relacionado à astrologia. Pela quantidade de acessos apenas no mês

de março, é possível perceber também que a leitora do site da “Todateen” se interessa por astrologia e previsões.

Figura 12 – Captura de tela da página com conteúdo astrológico da “Todateen”

The screenshot shows the 'Todateen' website interface. At the top, there's a navigation bar with zodiac signs. The main content area is titled 'Áries (21/03 a 20/04)' with a date of '27/03/2017'. Below this, there's a text block about Aries: 'Você vai precisar de mais sossego e silêncio para se concentrar de manhã. No amor, medos e dúvidas podem causar ciúme e brigas, seja na conquista ou no namoro, então converse e esclareça o que incomoda. Cor: amarelo.' There are two buttons: '< Conheça o perfil do seu signo' and 'Veja a previsão para amanhã >'. Below this are two interactive sections: 'Combinação de Signos' and 'Combinação de Nomes', both with input fields and 'Ver combinação' buttons. To the right, there's a 'testes' section with three checkboxes: 'Que tipo de criança existe em você?', 'TESTE: Qual o seu namorado famoso?', and 'Quem é você na Fifth Harmony?'. There are also promotional banners for 'Vestibular Anhanguera' and 'Patrocinado'.

Fonte: “Todateen” (2017)

A terceira posição é simbolizada por uma barra (/) e significa a página inicial do site. Com 71 mil cliques, esse dado confirma que a leitora possui interesse em acessar a *home* para conferir as principais notícias ou digitar o endereço do site em seu navegador para visitá-lo, ou seja, possui público fidelizado.

Figura 13 – Captura de tela da página inicial da “Todateen”

The screenshot shows the 'Todateen' website homepage. The header is pink with the 'todateen' logo in a stylized font. Below the logo is a search bar and a 'Vote no poster!' button. A navigation menu includes links for 'TEENWEEK', 'TODA DIVA', 'PAPO DE BFF', 'GATOS', 'BLOGS', 'TESTES', 'FLIM', 'ASTRAL', and 'VC NA TT'. The main content area features a large image of Selena Gomez and a man, with a caption: 'A Selena Gomez vendo o show do The Weeknd no Brasil é a coisa mais fofa!'. There are also promotional banners for 'Google AdSense' and 'Patrocinado'.

Fonte: “Todateen” (2017)

A quarta matéria melhor posicionada na lista do mês de março é oriunda de uma pauta fria que foi escrita no ano de 2014, em que são sugeridas músicas para a adolescente se declarar para alguém. Com 55 mil cliques, o posicionamento da matéria pode sugerir duas hipóteses: 1) a adolescente possui interesse por conteúdo musical; e 2) ela se interessa por assuntos ligados a relacionamentos.

Figura 14 – Captura de tela de uma matéria sobre “músicas para se declarar” da “Todateen”



Fonte: “Todateen” (2014)

Além do conteúdo apresentado anteriormente, o site também conta com algumas seções para predispor suas matérias: 1) Teenweek - para notícias em geral; 2) Toda diva - para matérias relacionadas à beleza; 3) Papo de bff - com matérias de comportamento; 4) Gatos - seção sobre ídolos do sexo masculino, com entrevistas e matérias frias; 5) Blogs - esta é subdividida em “Toda Tech”, “Ler é tdb!”, “Sou assim Todateen”, “Garotas Todateen” e “Aos 18”, que traz notícias sobre tecnologia, livros, empoderamento e matérias de comportamento voltadas para garotas com 18 anos, respectivamente.

A interação com a leitora também está disponível no site da “Todateen”. Por meio da seção “Vc na tt”, é possível entrar em contato com a redação e enviar recados, dúvidas sobre problemas pessoais, amorosos ou em relação a sexo, micos e até mesmo fotos dos animais de estimação.

O site da “Todateen”, incluindo parte editorial e design, como já mencionado, é o objeto da pesquisa que foi realizada com adolescentes de 12 a 18 anos da cidade de Bauru e será apresentada no capítulo a seguir, de modo a indicar como foi elaborada a reformulação do site da revista adolescente



## 5 PROPOSTA DE REFORMULAÇÃO DO SITE DA “TODATEEN”

O objetivo do trabalho é apresentar uma proposta de reformulação editorial e de design para o site da revista “Todateen” com base na opinião de seu público-alvo, que são adolescentes do sexo feminino. Para tanto, foi necessária a realização de uma pesquisa aplicada, que, segundo Gil (2008, p. 27)

[...] tem como característica fundamental o interesse na aplicação, utilização e consequências práticas dos conhecimentos. Sua preocupação está menos voltada para o desenvolvimento de teorias de valor universal que para a aplicação imediata numa realidade circunstancial.

Na pesquisa aplicada foi realizado a técnica do grupo focal com adolescentes de 12 a 18 anos. De acordo com Lopes (2014, p. 484), o grupo focal pode ser definido como

[...] técnica utilizada com várias finalidades podendo constituir-se como elemento central da investigação e como apoio para a construção de outros instrumentos de investigação como a observação, o questionário ou a entrevista. Dessa maneira, pode ser útil em análises por triangulação e para a validação de dados.

Tendo como base essa metodologia, nos próximos itens será desenvolvida a proposta de reformulação editorial e gráfica do site da revista “Todateen”.

### 5.1 PRIMEIRA ETAPA: GRUPO FOCAL

Anteriormente à realização do grupo focal, a Universidade do Sagrado Coração analisou o projeto de pesquisa e concedeu uma autorização do comitê de ética (Anexo A). O grupo focal foi realizado com 15 garotas, de 12 a 18 anos, em duas escolas da cidade de Bauru (São Paulo), sendo uma da rede municipal e a outra uma instituição particular de ensino, sendo a divisão por idade justificada pela faixa etária que cada instituição oferece. A primeira se chama E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Curye está localizada na rua Anthero Donnini, quadra 1 número 125, no núcleo residencial Geisel. Para a realização da pesquisa, foi necessário obter uma autorização cedida pela Prefeitura Municipal de Bauru (Anexo B). Nessa escola foram selecionadas 10 meninas de idade entre 12 a 15 anos, seguindo critérios impostos pelas

pesquisadoras e escolhidas pela direção, sendo a relação de meninas e idade disposta conforme tabela a seguir:

Figura 15 - Relação de participantes do grupo focal da E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury

<b>Idade</b>	<b>Número de participantes</b>
12	2
13	2
14	3
15	3

Fonte: Elaborado pela autora.

A segunda escola selecionada para a realização da pesquisa trata-se da Instituição Anglo de Ensino, mais conhecida como Anglo Bauru. Sua localização está na rua Xingu, quadra 13 número 70, no bairro Higienópolis. A escolha por uma instituição particular justifica-se pelo fato de que um dos objetivos deste trabalho é criar uma linha editorial que atraia a toda faixa etária adolescente, independente de classes sociais. Para o agendamento da pesquisa não foi necessária autorização da prefeitura, sendo que as datas foram marcadas apenas após uma reunião com o coordenador do Ensino Médio. A direção do colégio selecionou cinco garotas, entre 16 a 18 anos, disposta conforme tabela a seguir:

Figura 16 - Relação de participantes do grupo focal do Anglo Bauru

<b>Idade</b>	<b>Número de participantes</b>
16	2
17	2
18	1

Fonte: Elaborado pela autora.

Em ambas as escolas, as alunas assinaram um termo de assentimento (Apêndice B), assim como seus pais e responsáveis (com exceção da aluna que já completou a maioridade) também estão cientes da pesquisa e assinaram uma declaração (Apêndice A) autorizando a participação das menores. Para o grupo focal,

foi utilizado um guia de perguntas (Apêndice C) elaborado de forma que abordasse questões pertinentes em relação a conteúdo editoriais e de design do site, sem qualquer tipo de perguntas relacionadas à vida pessoal ou que causasse constrangimento para as adolescentes. No tópico a seguir, serão apresentados os resultados obtidos na E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury.

### 5.1.1 Resultados na E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury

A pesquisa foi realizada no dia 18 de abril de 2017, no período da manhã, horário em que as turmas do sexto ao nono ano estão em aula. As alunas selecionadas se deslocaram até o laboratório de informática onde fizeram uma análise exploratória do site, apontando qual conteúdo julgavam pertinentes ou não e relatando quais itens eram favoráveis ou desfavoráveis em relação ao design. Toda a conversa foi gravada em áudio por um aparelho celular.

No momento em que o grupo focal foi realizado, as matérias que estavam em destaque na página inicial do site eram: 1) Elenco de 13 Reasons Why fez terapia com cachorros por causa das cenas fortes!<sup>23</sup>; 2) Shawn Mendes vai lançar seu novo single NESTA QUARTA!<sup>24</sup>; 3) Você PRECISA ver a Thaynara OG toda bff do elenco de 13 Reasons Why!<sup>25</sup>; 4) Silvio Santos perguntou sobre Lari para João Gui e rolou torta de climão<sup>26</sup>; e 5) Casamento de Kim Kardashian e Kanye West está em crise? Fãs dizem que sim!<sup>27</sup>.

Os resultados foram dispostos conforme os quadros a seguir:

Figura 17 – Pergunta 1 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)

(continua)

<b>Pergunta 1 – Vocês acessam ou já acessaram o site da “Todateen”?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
1 (12 anos)	Sim
2 (12 anos)	Sim
3 (13 anos)	Sim
4 (13 anos)	Sim

<sup>23</sup> <http://todateen.com.br/teenweek/13-reasons-why-cachorros-filmagens/>

<sup>24</sup> <http://todateen.com.br/teenweek/shawn-mendes-single-twitter/>

<sup>25</sup> <http://todateen.com.br/teenweek/thaynara-og-elenco-13rw/>

<sup>26</sup> <http://todateen.com.br/teenweek/silvio-santos-joao-guilherme-larissa/>

<sup>27</sup> <http://todateen.com.br/teenweek/kim-kardashian-kanye-west-fim/>

5 (14 anos)	Sim
6 (14 anos)	Sim
7 (14 anos)	Sim
8 (15 anos)	Não
9 (15 anos)	Sim
10 (15 anos)	Sim

Fonte: Elaborado pela autora.

Com as respostas acima, é possível perceber que, de 10 meninas, apenas uma não conhece o site da revista “Todateen”.

Figura 18 – Pergunta 2 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)

<b>Pergunta 2 - qual sua opinião acerca do design do site? É bonito? Pode ser melhorado?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
1 (12 anos)	Excesso da cor rosa
2 (12 anos)	Desorganizado
3 (13 anos)	Excesso da cor rosa
4 (13 anos)	Opaco, sem destaque
5 (14 anos)	A combinação de cores desagrade
6 (14 anos)	Design antigo
7 (14 anos)	Bonito, porém antigo
8 (15 anos)	Desorganizado
9 (15 anos)	Design não é modern
10 (15 anos)	O excesso de anúncios desagrade

Fonte: Elaborado pela autora.

De acordo com o que foi respondido pelas adolescentes na segunda pergunta, percebe-se que a aparência do site não está agradável e existem diversas melhorias referentes ao design a serem feitas, como a disposição das matérias na página, a modernização do layout e a criação de uma nova paleta de cores.

Figura 19 – Pergunta 3 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)

<b>Pergunta 3 - O que você acha em relação à organização das postagens? Caso seja desagradável, possui alguma sugestão de como as informações poderiam ser organizadas?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
1 (12 anos)	Desorganizado. Não sugeriu.
2 (12 anos)	Desorganizado. Sugeriu menos publicações na página inicial.
3 (13 anos)	Desorganizado. Sugeriu a ampliação dos tamanhos e a redução da quantidade de publicações.
4 (13 anos)	Desorganizado. Não sugeriu.
5 (14 anos)	Desorganizado. Sugeriu a ampliação de tamanhos e a redução da quantidade de publicações.
6 (14 anos)	Desorganizado. Não sugeriu.
7 (14 anos)	Desorganizado. Sugeriu melhor aproveitamento do espaço.
8 (15 anos)	Desorganizado. Sugeriu a redução das abas do site.
9 (15 anos)	Desorganizado. Sugeriu ampliação de tamanhos e a redução das publicações.
10 (15 anos)	Desorganizado. Sugeriu ampliação de tamanhos e a redução das publicações.

Fonte: Elaborado pela autora.

Com as respostas apresentadas na tabela acima, chega-se à conclusão de que assim como o *layout*, a distribuição das matérias apresentadas também não está agradável, fazendo-se necessária a criação de uma estratégia para otimizar a disposição do conteúdo.

Também foi questionado se as matérias que estavam em destaque na página inicial do site as interessam de alguma forma, sendo as respostas as seguintes:

Figura 20 – Pergunta 4 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)

<b>Pergunta 4 - Você se interessou pelas notícias publicadas na página inicial da “Todateen”? Por quê?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
1 (12 anos)	Sim. Porque aborda o tema famosos.

2 (12 anos)	Sim. Porque aborda o tema séries atuais.
3 (13 anos)	Sim. Porque aborda o tema famosos.
4 (13 anos)	Sim. Porque aborda o tema famosos.
5 (14 anos)	Sim. Porque aborda o tema famosos.
6 (14 anos)	Sim. Porque aborda várias temáticas diferentes
7 (14 anos)	Sim. Porque aborda o tema famosos.
8 (15 anos)	Sim. Porém acha as matérias curtas.
9 (15 anos)	Sim. Porém acha as matérias curtas.
10 (15 anos)	Sim. Porém acha as matérias curtas

Fonte: Elaborado pela autora.

Na pergunta 4, é sugerido que os assuntos abordados, no geral, agradam, porém, as matérias necessitam de maior contextualização.

Figura 21 – Pergunta 5 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)

<b>Pergunta 5 - Quais tipos de matérias vocês gostam de ler na internet?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
1 (12 anos)	Astrologia, notícias em geral, notícias de famosos.
2 (12 anos)	Horóscopo, testes, matérias do estilo “faça você mesmo”.
3 (13 anos)	Notícias de famosos, testes, comportamento.
4 (13 anos)	Notícias e matérias sobre séries atuais.
5 (14 anos)	Curiosidades, testes, notícias de famosos.
6 (14 anos)	Horóscopo, testes e notícias de famosos.
7 (14 anos)	Notícias de famosos, horóscopo e testes.
8 (15 anos)	Comportamento, notícias em geral, notícias de famosos.
9 (15 anos)	Moda e beleza
10 (15 anos)	Matérias relacionadas à escolar

Fonte: Elaborado pela autora.

A partir deste quadro, é possível chegar à conclusão de que a adolescente entre 12 a 15 anos tem amplo interesse por horóscopo, notícias de famosos e testes. Além disso, foi citado também matérias de moda e beleza e do estilo “faça você mesmo”.

Figura 22 – Pergunta 6 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)

<b>Pergunta 6 - Quais tipos de matérias você não gosta de ler na internet?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
1 (12 anos)	Sexo.
2 (12 anos)	Sexo.
3 (13 anos)	Sexo.
4 (13 anos)	Violência.
5 (14 anos)	Política.
6 (14 anos)	Política.
7 (14 anos)	Não sabe.
8 (15 anos)	Esportes.
9 (15 anos)	Política.
10 (15 anos)	Esportes e política.

Fonte: Elaborada pela autora.

Com base no que foi apurado a partir do quadro acima, percebe-se que enquanto as adolescentes mais novas, entre 12 e 13 anos, não gostam de matérias de sexo, as mais velhas preferem não se deparar com conteúdo que fale sobre política, esportes e violência.

Figura 23 – Pergunta 7 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)

<b>Pergunta 7 - Vocês se interessam por celebridades? Quais?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
1 (12 anos)	Sim. Youtubers, cantores nacionais e internacionais.
2 (12 anos)	Sim. Cantores. Citados: Justin Bieber e Luan Santana.
3 (13 anos)	Sim. Youtubers. Citado: Whindersson Nunes.
4 (13 anos)	Sim. Cantores de funk. Citado: MC Kevinho.
5 (14 anos)	Sim. Cantores e atores internacionais. Citados: Justin Bieber, Selena Gomez, Demi Lovato, Maroon 5, BTS, Exo, Shawn Mendes, Fifth Harmony.

6 (14 anos)	Sim. Cantores sertanejos. Citado: Luan Santana
7 (14 anos)	Sim. Youtubers. Citados: Whindersson Nunes, Brothers Rocha, Christian Figueiredo.
8 (15 anos)	Sim. Artistas pop. Citado: Justin Bieber.
9 (15 anos)	Sim. Cantores sertanejos. Citados: Henrique e Juliano, Luan Santana, Jorge e Mateus, Simone e Simaria
10 (15 anos)	Sim. Cantores pop e atores internacionais. Citados: Demi Lovato, Ed Sheeran.

Fonte: Elaborado pela autora.

Em síntese, o interesse do público adolescente do sexo feminino por celebridades é bastante amplo e diversificado, sendo que tanto cantores quanto atores e youtubers fazem parte de sua gama de ídolos.

Figura 24 – Pergunta 8 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)

<b>Pergunta 8 - Em quais horários vocês costumam acessar a internet?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
1 (12 anos)	Manhã, tarde e noite. Mais de oito horas por dia.
2 (12 anos)	Manhã, tarde e noite. Mais de oito horas por dia.
3 (13 anos)	Manhã, tarde e noite. Mais de oito horas por dia.
4 (13 anos)	Manhã, tarde e noite. Mais de oito horas por dia.
5 (14 anos)	Manhã, tarde e noite. Mais de oito horas por dia.
6 (14 anos)	Manhã, tarde e noite. Mais de oito horas por dia.
7 (14 anos)	Manhã, tarde e noite. Mais de oito horas por dia.
8 (15 anos)	Manhã, tarde e noite. Mais de oito horas por dia.
9 (15 anos)	Manhã, tarde e noite. Mais de oito horas por dia.
10 (15 anos)	Manhã, tarde e noite. Mais de oito horas por dia.

Fonte: Elaborado pela autora.

Segundo dados da pesquisa “Tic Kids Online” 2015, 68% do público de 9 a 17 anos utiliza a internet mais de uma vez por dia, sendo que apenas 16% têm acesso apenas uma vez. Esses dados se refletem na figura acima, em que as participantes relataram usar a internet mais de oito horas por dia, o que significa que elas estão



sempre antenadas aos fatos recentes, principalmente no que faz referência a assuntos de seus interesses.

Figura 25 – Pergunta 9 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)

<b>Pergunta 9 - Por quais aparelhos vocês acessam a internet?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
1 (12 anos)	Computador.
2 (12 anos)	Celular e computador.
3 (13 anos)	Celular e computador.
4 (13 anos)	Celular.
5 (14 anos)	Celular e computador.
6 (14 anos)	Computador.
7 (14 anos)	Celular.
8 (15 anos)	Celular e computador.
9 (15 anos)	Celular.
10 (15 anos)	Celular e computador.

Fonte: Elaborado pela autora.

Quanto ao meio utilizado para o acesso a internet, é possível perceber que celular e computador são os mais utilizados, e três adolescentes relataram fazer uso somente do celular para se conectar à internet.

Figura 26 – Pergunta 10 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)

<b>Pergunta 10 - A combinação de cores do site está agradável? Quais cores vocês mais gostam?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
1 (12 anos)	Não. Cores favoritas: verde água, roxo, azul, preto, rosa e vermelho.
2 (12 anos)	Não. Cores favoritas: azul, roxo, amarelo, verde água e azul-marinho.
3 (13 anos)	Não. Cores favoritas: verde água, rosa, azul, vermelho e amarelo.
4 (13 anos)	Não. Cores favoritas: rosa, roxo, amarelo, vermelho e verde.
5 (14 anos)	Não. Cores favoritas: rosa, azul, roxo e preto.
6 (14 anos)	Não. Cores favoritas: rosa, cinza, preto, branco e azul.

Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 26 – Pergunta 10 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)

(conclusão)

<b>Pergunta 10 - A combinação de cores do site está agradável? Quais cores vocês mais gostam?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
7 (14 anos)	Não. Cores favoritas: rosa, roxo, lilás, branco e preto.
8 (15 anos)	Não. Cores favoritas: rosa, preto, branco e azul.
9 (15 anos)	Não. Cores favoritas: verde água, branco, rosa, amarelo.
10 (15 anos)	Não. Cores favoritas: rosa, verde água, azul e branco.

Fonte: Elaborado pela autora.

Nesta questão há um contraponto, pois, apesar de as adolescentes afirmarem no início que há excesso de rosa no site, esta foi a cor mais citada por elas. Portanto, é possível levantar a hipótese de que o rosa pode estar presente no site, desde que esteja bem combinado com outras cores.

Figura 27 – Pergunta 11 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)

(continua)

<b>Pergunta 11 – Gostariam de fazer um apontamento ou observação adicional sobre o site da “Todateen”?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
1 (12 anos)	Não.
2 (12 anos)	Não.
3 (13 anos)	Não.
4 (13 anos)	Não.
5 (14 anos)	Não.
6 (14 anos)	Não.
7 (14 anos)	Não.
8 (15 anos)	Não.

Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 27 – Pergunta 11 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)

(conclusão)

<b>Pergunta 11 – Gostariam de fazer um apontamento ou observação adicional sobre o site da “Todateen”?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
9 (15 anos)	Não.
10 (15 anos)	Não.

Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 28 – Pergunta 12 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)

<b>Pergunta 12 - Quais outros sites vocês costumam acessar?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
1 (12 anos)	Sites de astrologia e notícias locais.
2 (12 anos)	Tastemade, fã-clube dos ídolos.
3 (13 anos)	Capricho, Atrevida, Hugo Gloss.
4 (13 anos)	Vê apenas o conteúdo que aparece na linha do tempo do Facebook.
5 (14 anos)	Vê apenas o conteúdo que aparece na linha do tempo do Facebook.
6 (14 anos)	Vê apenas o conteúdo que aparece na linha do tempo do Facebook.
7 (14 anos)	Buzzfeed, João Bidu.
8 (15 anos)	Hugo Gloss, Capricho, Febre Teen.
9 (15 anos)	Sites de notícias, Hugo Gloss e Capricho.
10 (15 anos)	Sites de notícias, Guia do Estudante, Hugo Gloss.

Fonte: Elaborado pela autora.

Com base no que foi dito pelas adolescentes nesta questão, conclui-se que estas possuem amplo interesse em assuntos astrológicos, assim como notícias de famosos e até mesmo consultam os sites da concorrência, sendo o Hugo Gloss o mais citado. Porém, três meninas alegaram acessar sites somente com base no conteúdo que está disponível pelo Facebook.

Figura 29 – Pergunta 13 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)

<b>Pergunta 13 - O que esses sites possuem de melhor em relação à “Todateen”?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
1 (12 anos)	Não sabe.
2 (12 anos)	Design moderno.
3 (13 anos)	Design e navegabilidade.
4 (13 anos)	Não sabe.
5 (14 anos)	Não sabe.
6 (14 anos)	Não sabe.
7 (14 anos)	Matérias detalhadas.
8 (15 anos)	Quantidade de anúncios.
9 (15 anos)	Quantidade de anúncios.
10 (15 anos)	Matérias ajudam a decidir o futuro.

Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 30 – Pergunta 14 do grupo focal (E.M.E.F Lydia Alexandrina Nava Cury)

<b>Pergunta 14 - O que um site precisa ter como diferencial para agradar vocês?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
1 (12 anos)	Notícias de famosos e astrologia.
2 (12 anos)	Matérias do estilo “faça você mesmo”.
3 (13 anos)	Matérias do estilo “faça você mesmo”.
4 (13 anos)	Matérias sobre séries atuais.
5 (14 anos)	Matérias curiosas e testes.
6 (14 anos)	Matérias de astrologia.
7 (14 anos)	“Testes.
8 (15 anos)	Site com características fugazes, sem conteúdo antigo.
9 (15 anos)	Matérias sobre moda e beleza.
10 (15 anos)	Matérias sobre profissões e vestibulares.

Fonte: Elaborado pela autora.

Com base neste, conclui-se que o horóscopo é o assunto pelo qual as adolescentes mais prezam, seguido de testes, notícias publicadas de maneira fugaz, assuntos sobre o futuro (como testes e matérias sobre profissões) e dicas de moda e beleza.

A seguir, serão apresentados os resultados obtidos no segundo grupo focal, realizado na Instituição Anglo de Ensino (Anglo Bauru), com adolescentes entre 16 a 18 anos.

### **5.1.2 Anglo Bauru**

A segunda escola na qual o grupo focal foi realizado trata-se de uma instituição particular, sendo a justificativa para tal o objetivo desta pesquisa, que visa atrair adolescentes do sexo feminino de diversas classes sociais. O grupo focal foi realizado no dia 27 de abril de 2017, no período da tarde. Neste momento, as notícias que estavam em destaque na página inicial do site eram: 1) Você PRECISA conhecer o novo cachorrinho da Nina Dobrev<sup>28</sup>; 2) Seu lado gótico vai PIRAR com esse sorvete na cor preta<sup>29</sup>; 3) Lexa e MC Guimê marcaram a data do casamento<sup>30</sup>; 4) Despacito atinge recorde histórico para música latina<sup>31</sup>; e 5) Chay Suede e Laura Neiva vão se casar ainda esse ano<sup>32</sup>.

Assim como na primeira escola, as alunas, que não estavam em horário de aula, se deslocaram até o laboratório de informática para fazer uma análise exploratória do site da “Todateen” e apontar o que deveria ser modificado e o que deveria ser mantido em relação à parte editorial e de design. Toda a conversa foi gravada em áudio por um aparelho celular. O resultado deste grupo focal está disposto nas tabelas a seguir:

---

<sup>28</sup> <https://todateen.com.br/nina-dobrev-adota-cachorro/>

<sup>29</sup> <https://todateen.com.br/sorvete-preto-eua/>

<sup>30</sup> <https://todateen.com.br/lexa-mc-guime-casamento/>

<sup>31</sup> <https://todateen.com.br/despacito-recorde-musica-latina/>

<sup>32</sup> <https://todateen.com.br/chay-suede-laura-neiva-casar/>

Figura 31 – Pergunta 1 do grupo focal (Anglo Bauru)

<b>Pergunta 1 - Vocês acessam ou já acessaram o site da revista “Todateen”?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
11 (16 anos)	Sim.
12 (16 anos)	Sim, e o acha melhor que a concorrência.
13 (17 anos)	Sim.
14 (17 anos)	Sim.
15 (18 anos)	Sim.

Fonte: Elaborado pela autora.

Assim como as adolescentes mais novas, todas as participantes deste segundo grupo focal declararam conhecer e já ter acessado o site da revista “Todateen” pelo menos uma vez, sendo que uma delas (adolescente 12) afirmou que o site da “Todateen” se destaca entre a concorrência.

Figura 32 – Pergunta 2 do grupo focal (Anglo Bauru)

<b>Pergunta 2 - Se você está acessando pela primeira vez, qual sua opinião acerca do site? Ele é bonito? Pode ser melhorado?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
11 (16 anos)	Design antigo e desorganizado.
12 (16 anos)	Conteúdo bom, design antigo.
13 (17 anos)	Design antigo e desorganizado.
14 (17 anos)	Design antigo.
15 (18 anos)	Design antigo.

Fonte: Elaborado pela autora.

As estudantes do Anglo Bauru também concordam que o site não está visualmente agradável e não hesitaram ao criticar e apontar os aspectos negativos do site, como combinação de cores, anúncios prejudiciais à leitura e falta de modernização do layout.

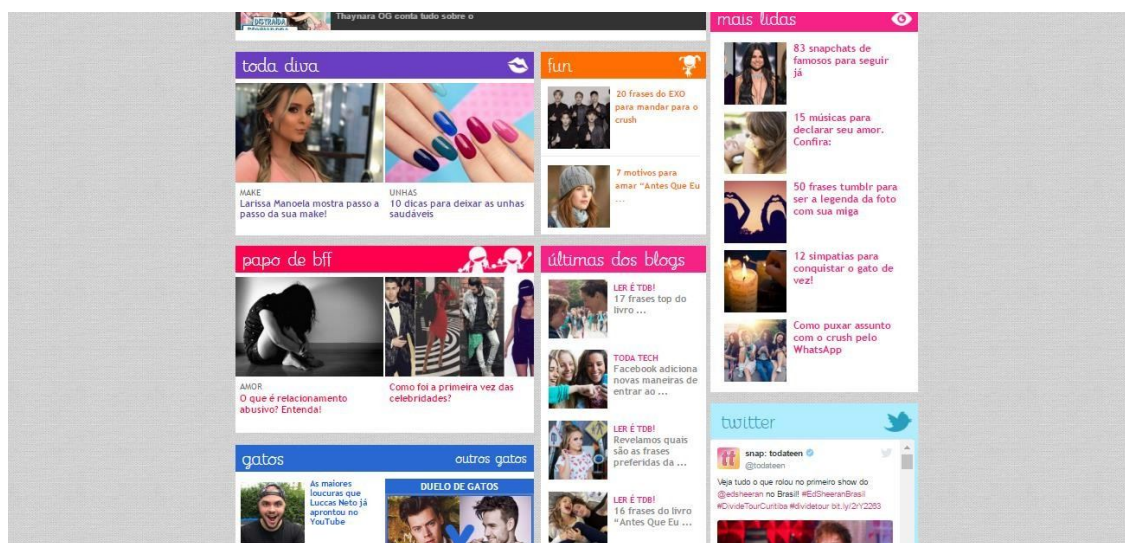
Figura 33 – Pergunta 3 do grupo focal (Anglo Bauru)

<b>Pergunta 3 - O que você acha em relação à organização das postagens? Caso seja desagradável, possui alguma sugestão de como as informações poderiam ser organizadas?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
11 (16 anos)	Desorganizado. Sugeriu a ampliação dos tamanhos e a redução da quantidade de publicações.
12 (16 anos)	Desorganizado. Sugeriu a redução das abas do site.
13 (17 anos)	Desorganizado. Sugeriu a redução das abas do site.
14 (17 anos)	Desorganizado. Sugeriu a redução das abas do site.
15 (18 anos)	Desorganizado. Sugeriu a redução das abas do site.

Fonte: Elaborado pela autora.

Os principais apontamentos feitos nessa questão resultam que as adolescentes acham que a opção das matérias em destaque na página inicial é agradável, mas que a distribuição de publicações feitas abaixo e as seções devem ser estudadas. Atualmente, o site encontra-se desta maneira:

Figura 34 – Captura de tela da parte posterior da página inicial da “Todateen”



Fonte: “Todateen” (2017)

Figura 35 – Captura de tela do menu da “Todateen”



Fonte: “Todateen” (2017)

Portanto, um dos objetivos da proposta de design será elaborar uma estratégia para melhor organizar a disposição dos conteúdos na parte posterior do site e o menu.

Figura 36 – Pergunta 4 do grupo focal (Anglo Bauru)

<b>Pergunta 4 - Você se interessou pelas notícias publicadas na página inicial da "Todateen"? Por quê?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
11 (16 anos)	Sim. Dicas de moda e beleza.
12 (16 anos)	Sim. Conteúdo astrológico e matérias sobre comportamento.
13 (17 anos)	Sim. Testes e matérias atuais.
14 (17 anos)	Sim. Notícias de famosos e matérias de comportamento.
15 (18 anos)	Sim. Notícias de famosos, matérias atuais e de comportamento.

Fonte: Elaborado pela autora.

As adolescentes aqui consultadas também possuem interesses em notícias de famosos, porém as temáticas dicas de moda e beleza, testes e matérias de comportamento também as agrada.

Figura 37 – Pergunta 5 do grupo focal (Anglo Bauru)

<b>Pergunta 5 - Quais tipos de matérias vocês gostam de ler na internet?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
11 (16 anos)	Comportamento, dicas de moda e beleza, notícias em geral.
12 (16 anos)	Dicas de moda e beleza, comportamento, testes, astrologia, notícias em geral.
13 (17 anos)	Matérias sobre vestibulares, dicas de moda e beleza.
14 (17 anos)	Comportamento, saúde, dicas de moda e beleza, astrologia.
15 (18 anos)	Matérias sobre vestibulares, dicas de moda e beleza, notícias em geral.

Fonte: Elaborado pela autora.

As adolescentes estudantes do Anglo Bauru demonstraram interesse primordialmente sobre matérias que abordem temas relacionados à moda e beleza, além de comportamento, matérias sobre vestibulares, testes e notícias em geral, sendo que uma delas citou a temática saúde.



Figura 38 – Pergunta 6 do grupo focal (Anglo Bauru)

<b>Pergunta 6 - Quais tipos de matérias você não gosta de ler na internet?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
11 (16 anos)	Não há.
12 (16 anos)	Não há.
13 (17 anos)	Não há.
14 (17 anos)	Não há.
15 (18 anos)	Não há.

Fonte: Elaborado pela autora.

Nesta questão, todas as adolescentes consultadas no Anglo Bauru disseram não saber se existe uma determinada editoria na qual não gostam de ler sobre.

Figura 39 – Pergunta 7 do grupo focal (Anglo Bauru)

<b>Pergunta 7 - Vocês se interessam por celebridades? Quais?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
11 (16 anos)	Sim. Youtubers, cantores internacionais.
12 (16 anos)	Sim. Atores e cantores internacionais.
13 (17 anos)	Sim. Cantores sertanejos e youtubers.
14 (17 anos)	Sim. Cantores sertanejos e atores internacionais.
15 (18 anos)	Sim. Artistas nacionais. E acha que eles deveriam ser mais valorizados no site.

Fonte: Elaborado pela autora.

O grande interesse da adolescente ainda é sobre artistas internacionais, principalmente cantores e bandas. Os youtubers estão ganhando cada vez mais espaço no cenário e foram citados por duas adolescentes deste grupo. Além disso, a adolescente 15 citou que artistas nacionais deveriam ser mais citados no site.

Figura 40 – Pergunta 8 do grupo focal (Anglo Bauru)

<b>Pergunta 8 - Em quais horários vocês costumam acessar a internet?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
11 (16 anos)	Manhã, tarde e noite. Mais de oito horas por dia.
12 (16 anos)	Manhã, tarde e noite. Mais de oito horas por dia.
13 (17 anos)	Manhã, tarde e noite. Mais de oito horas por dia.
14 (17 anos)	Manhã, tarde e noite. Mais de oito horas por dia.
15 (18 anos)	Manhã, tarde e noite. Mais de oito horas por dia.

Fonte: Elaborado pela autora.

Assim como as adolescentes do grupo focal anterior, estas alegaram usar a internet a todo o momento, sendo que o período de acesso ultrapassa a oito horas diárias.

Figura 41 – Pergunta 9 do grupo focal (Anglo Bauru)

<b>Pergunta 9 - Por quais aparelhos vocês acessam a internet?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
11 (16 anos)	Computador e celular.
12 (16 anos)	Computador e celular.
13 (17 anos)	Computador, celular e tablet.
14 (17 anos)	Computador e celular.
15 (18 anos)	Computador e celular.

Fonte: Elaborado pela autora.

Os aparelhos em predominância nos quais as adolescentes acessam a internet são computador e celular. Já a adolescente 13 alegou o acesso também pelo tablet.

Figura 42 – Pergunta 10 do grupo focal (Anglo Bauru)

<b>10) A combinação de cores do site está agradável?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
11 (16 anos)	Não. Preto, branco, cinza, rosa, vermelho.
12 (16 anos)	Não. Cinza, preto, rosa, verde.
13 (17 anos)	Não. Azul, branco, verde, rosa, roxo.
14 (17 anos)	Não. Rosa, branco, verde, azul.
15 (18 anos)	Não. Preto, vermelho, roxo, rosa, cinza.

Fonte: Elaborado pela autora.

Uma das razões pelo qual o site da “Todateen” não está com a aparência agradável é a combinação de cores, o que foi confirmado em ambos os grupos focais.

Figura 43 – Pergunta 11 do grupo focal (Anglo Bauru)

<b>11) Gostariam de fazer algum apontamento ou observação adicional sobre o site da “Todateen”?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
11 (16 anos)	Não.
12 (16 anos)	Não.
13 (17 anos)	Não.
14 (17 anos)	Não.
15 (18 anos)	Não.

Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 44 – Pergunta 12 do grupo focal (Anglo Bauru)

<b>Pergunta 12 - Quais outros sites vocês costumam acessar?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
11 (16 anos)	Buzzfeed, Guia do Estudante, UOL
12 (16 anos)	Globo, UOL, Estadão, Capricho
13 (17 anos)	Capricho, Globo, Purepeople e Blogs de beleza e moda
14 (17 anos)	Hugo Gloss, Folha e Blogs de beleza e moda
15 (18 anos)	Buzzfeed, Globo, UOL

Fonte: Elaborado pela autora.

Apesar da variedade de sites citados, percebe-se que a adolescente busca por notícias em geral, curiosidades, dicas de estudos e moda e beleza.

Figura 45 – Pergunta 13 do grupo focal (Anglo Bauru)

<b>Pergunta 13 - O que esses sites possuem de melhor em relação à “Todateen”?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
11 (16 anos)	Design. Nada sobre conteúdo.
12 (16 anos)	Design. Nada sobre conteúdo.
13 (17 anos)	Design. Nada sobre conteúdo.
14 (17 anos)	Design. Nada sobre conteúdo.
15 (18 anos)	Design. Nada sobre conteúdo.

Fonte: Elaborado pela autora.

Nesta questão, as adolescentes afirmaram que o site da “Todateen” é bem diferente dos outros nos quais acessam, por isso é impossível fazer uma comparação sobre conteúdo.

Figura 46 – Pergunta 14 do grupo focal (Anglo Bauru)

<b>Pergunta 14 - O que um site precisa ter como diferencial para agradar vocês?</b>	
<b>Adolescente</b>	<b>Resposta</b>
11 (16 anos)	Chamadas criativas.
12 (16 anos)	Funcionalidade.
13 (17 anos)	Anúncios não podem atrapalhar ao extremo.
14 (17 anos)	Abordar assuntos de seu interesse.
15 (18 anos)	Simplicidade.

Fonte: Elaborado pela autora.

Após a realização do segundo grupo focal, todos os dados foram analisados de maneira que fosse possível elaborar o desenho editorial e visual de um site que estivesse de acordo com o que foi dito pelas adolescentes.

### **5.1.3 Síntese dos resultados**

Ao analisar todos os resultados coletados em ambas as escolas onde o grupo focal foi realizado, é possível chegar às seguintes conclusões:

- 1) O site da Todateen é bastante conhecido entre toda a faixa etária que compõe o público adolescente;
- 2) O site não tem uma aparência agradável e precisa de melhorias;
- 3) A combinação de cores utilizada no layout do site é desagradável ao ponto de vista das adolescentes;
- 4) As matérias publicadas são relevantes para o público-alvo, porém este se queixou de que faltam detalhes nos conteúdos;
- 5) Conteúdo de cunho astrológico é o que mais está chamando a atenção do público adolescente do sexo feminino, seguido de notícias de famosos, dicas de beleza e de estudos;
- 6) Adolescentes mais novas alegam não gostar de ler matérias de sexo, enquanto as mais velhas não se incomodaram com este tipo de conteúdo;
- 7) O acesso à internet é feito várias vezes ao dia;
- 8) O diferencial necessário para agradar ainda mais este público envolve questões relacionadas à amplitude de informações em diversos segmentos, seja em matérias sobre profissões, astrologia ou notícias de famosos.

## **5.2 DEFINIÇÃO DA REFORMULAÇÃO**

Com base nas conclusões alcançadas após a pesquisa com as adolescentes, foi elaborada uma proposta editorial e de design para o site da “Todateen” que será apresentada a seguir.

### 5.2.1 Reformulação editorial

Após a análise dos dados obtidos durante os grupos focais, é possível afirmar que, apesar de o conteúdo editorial da “Todateen” não ter muitos apontamentos, é necessária a realização de algumas mudanças. O primeiro ponto trata-se da quantidade de conteúdo. Uma das conclusões é que faltam mais detalhes nas notas divulgadas no site, por isso, a melhor elaboração de uma matéria antes de sua publicação é um dos itens a serem trabalhados.

Outro ponto que tem relação com o conteúdo editorial do site diz respeito às seções, que também foi comentado como um aspecto negativo do site. Na versão atual, o site conta com nove seções diferentes, que são:

Figura 47 – Quadro com as seções atuais do site da “Todateen”

(continua)

Teenweek	Seção destinada às notícias da semana, referente a entretenimento, celebridades, música e televisão.
Toda Diva	Matérias sobre moda e beleza com dicas de unha, cabelos, maquiagem, entre outros assuntos que envolvem a temática.
Papo de BFF	Matérias sobre comportamento. Relacionamentos, sexo, família, amizade são alguns dos temas abordados nesta seção.
Gatos	Aba do site destinada a falar sobre os artistas ídolos do sexo masculino.
Blogs	Espaço para falar sobre novidades de tecnologia, cultura e personalidade.
Testes	Seção destinada para os testes do site.

Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 47 – Quadro com as seções atuais do site da “Todateen”

(conclusão)

Fun	Conteúdo sobre música, cinema e televisão são as temáticas que se encaixam nesta categoria.
Astral	Matérias e outros tipos de conteúdo sobre horóscopo e astrologia.
Vc na tt	Espaço destinado exclusivamente para a interação da leitora com a equipe do site e da revista. É possível mandarrecados, sugestões, reclamações, elogios, fazer pedidos, entre outros.

Fonte: Elaborado pela autora.

Na proposta de reformulação editorial, as seções do site passaram a ser as seguintes:

Figura 48 – Quadro com as seções propostas para o site da “Todateen”

(continua)

Teenweek	Todas as notícias relacionadas a entretenimento, cultura, tecnologia, música, cinema e televisão se encaixam em Teenweek.
Astral	Mantida a proposta original, uma vez que conteúdo astrológico é de interesse da adolescente.
Toda Diva	Mantida a proposta original, já que dicas de moda e beleza foi uma das temáticas citadas como importantes na pesquisa.

Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 48 – Quadro com as seções propostas para o site da “Todateen”

(conclusão)

Testes	Seção destinada aos testes.
Papo de Bff	Mantida a proposta original, com matérias de comportamento, relacionamento, sexo, família, amizade, entre outras temáticas.
Vc na TT	Mantida a proposta original.
Revista	Criada para que a adolescente veja qual edição impressa da “Todateen” está nas bancas e confirma informações sobre a revista.

Fonte: Elaborado pela autora.

A seção “Fun” foi eliminada por ser considerada no grupo focal como confusa, uma vez que a “Teenweek” pode fazer seu papel. O mesmo foi feito com a aba “Blogs”, que tinha matérias relacionadas à cultura e tecnologia, que também podem ser inseridas em “Teenweek”. Já a aba revista foi criada com o intuito de dar mais visibilidade à versão impressa. No site atual, é possível encontrar a edição da revista na aba “Vc na tt”, porém, acaba não ganhando o devido destaque.

Estes foram os apontamentos feitos pelas adolescentes e propostos para uma nova versão do site da “Todateen”. No próximo item, que abordará sobre a mudança visual, será possível perceber visualmente o que foi proposto no que diz respeito à parte editorial.

### 5.2.2 Reformulação visual

O desenho do novo layout foi elaborado na plataforma Wix, por conta da facilidade do manuseio, não necessitando de programação, apenas trabalho com design.

O primeiro passo na construção do site foi a escolha das cores. Para isso, foi feita uma análise das cores eleitas pelas participantes do grupo focal como favoritas, para assim, então, definir a paleta. As cores verde-água e rosa foram as mais citadas,

portanto, o site foi construído a partir de uma combinação entre as tonalidades em questão. De acordo com o sistema de cores RGB, as cores seguem o seguinte código:

Figura 49 – Paleta de cores usada no novo site da “Todateen”

	R = 255 G = 207 B = 255 ou #FFCFFF
	R = 0 G = 210 B = 210 ou #00D2D2

Fonte: Elaborado pela autora.

A alteração do logotipo também se fez importante para essa proposta, uma vez que a modernização e o destaque deste foram apontados como mudanças necessárias durante a pesquisa com as adolescentes. Atualmente, o design remete a um bordado e estava localizado na parte superior do lado esquerdo do cabeçalho. Na nova proposta, o logotipo está destacado ao centro do cabeçalho.

Figura 50 – Comparação entre logotipo atual e o proposto da “Todateen”



Fonte: Elaborado pela autora.

O botão que redireciona a leitora para as redes sociais passou por alterações, conforme resultados obtidos na pesquisa. O atual é uma metáfora da palavra, enquanto o proposto possui cor e formato alterados. Além disso, foi mantido o redirecionamento apenas para as páginas do Facebook, Twitter, Instagram e Youtube.



Os botões “celular” e “iPad” foram retirados, uma vez que a leitora irá automaticamente se deparar com tal versão ao acessar o site de um dispositivo móvel. Já o botão “RSS” também foi removido por mostrar o código-fonte do site, sendo dispensável neste caso.

Figura 51 – Ícones atuais das redes sociais digitais da “Todateen”



Fonte: “Todateen” (2017)

Figura 52 – Ícones das redes sociais digitais da nova proposta da “Todateen”



Fonte: Elaborado pela autora.

O menu de navegação também passou por alterações. No layout atual, existem nove seções, que são: Teenweek, Toda Diva, Papo de BFF, Gatos, Blogs, Testes, Fun, Astral e Vc na tt. A proposta atual conta com um menu mais enxuto, porém tão completo quanto o atual. Afinal, esse foi um dos pontos negativos apontados pelas adolescentes, uma vez que o menu atual é muito variado, o que acaba causando uma confusão. Portanto, as categorias mantidas na proposta são: Teenweek, que se tornou Teenweek; Astral, Toda Diva, Testes, Papo de BFF, Vc na TT e Revista.

Figura 53 – Menu atual da “Todateen”



Fonte: “Todateen” (2017)

Figura 54 – Menu proposto para a “Todateen”



Fonte: Elaborado pela autora.

A alteração a seguir trata-se do espaço destinado às matérias que estão em destaque. No site atual, o espaço conta com cinco matérias e todas as que são publicadas aparecem imediatamente no local, sendo que as últimas notícias são divididas na parte inferior do site em suas categorias, ponto que foi apontado como negativo pelas participantes da pesquisa. Já no projeto proposto, foi criada uma galeria de destaques que entrarão apenas matérias julgadas como relevantes no ponto de vista da redação. As últimas notícias ficaram organizadas em posição vertical na parte inferior do site.

Figura 54 – Espaço destinado às matérias destacadas do site atual



Fonte: “Todateen” (2017)

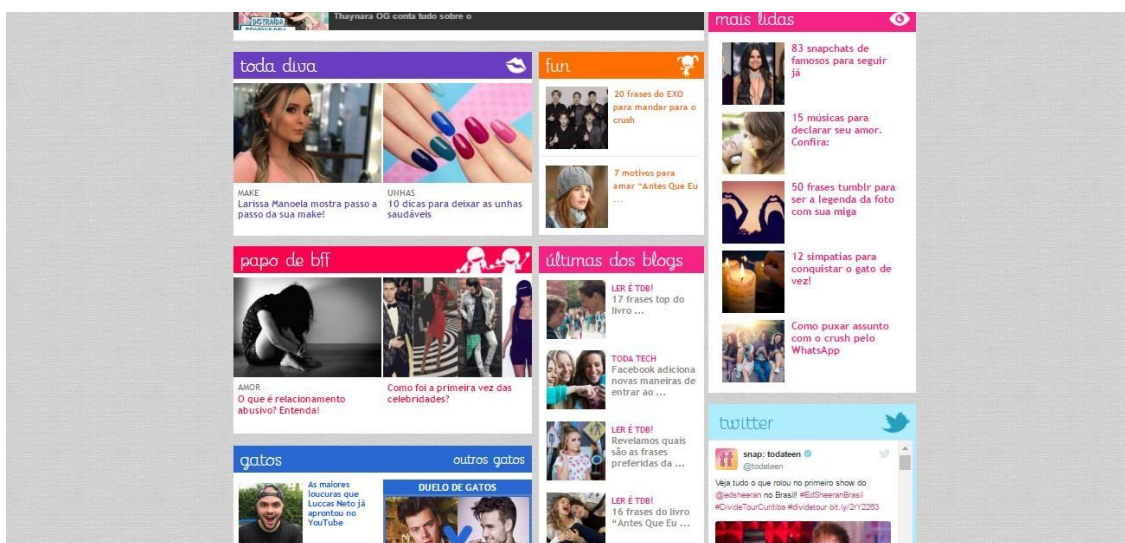
Figura 56 – Espaço destinado às matérias destacadas na proposta



Fonte: Elaborado pela autora.

Para preencher o espaço, foram criados dois quadros intitulados “Previsão do dia” e “Mais Vistas”, que redirecionarão para a página de horóscopo e para as matérias com mais audiência no site naquela semana, respectivamente. Além disso, espaços pré destinados a anúncios também foram pensados.

Figura 57 – Parte inferior atual do site



Fonte: “Todateen” (2017)

Figura 58 – Parte inferior proposta para o site (parte 1)



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 59 – Parte inferior proposta para o site (parte 2)



Fonte: Elaborado pela autora.

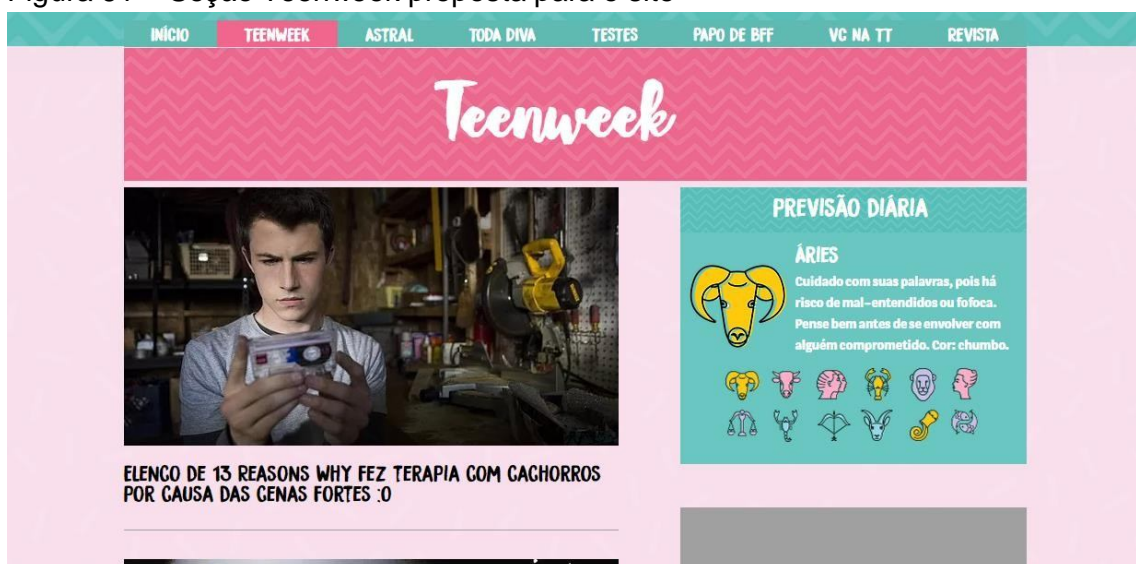
Em relação ao conteúdo das seções, o banner localizado no topo da página foi mantido, porém, a proposta segue um novo design com a paleta de cores citada anteriormente. Já a disposição das matérias foi modificada, uma vez que no site atual ela está subdividida em links e, na proposta, está em formato de blog, com posts um abaixo do outro.

Figura 60 – Seção Teenwek da “Todateen”



Fonte: “Todateen” (2017)

Figura 61 – Seção Teenweek proposta para o site



Fonte: Elaborado pela autora.

Todo o site foi elaborado levando em consideração a opinião das adolescentes do grupo focal, que foram convergentes em diversos pontos de modo que tornou possível a construção de um site único que agrade a toda a faixa etária adolescente

do sexo feminino. O projeto, que é um desenho editorial e visual, está disponível na plataforma Wix (Apêndice D) e será apresentado para a Editora Alto Astral<sup>33</sup>.

---

<sup>33</sup> Na reta final da elaboração deste trabalho, foi comunicado que o site da “Todateen” estava em fase de reformulação. Sua nova versão foi ao ar no dia 30 de maio de 2017.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Segundo Strasburger (2011, p. 19), em escala mundial, a faixa etária de 12 a 17 anos é o público que mais possui acesso à internet. Em tempos, existem vários portais de entretenimento que visa agradar a todo este público-alvo, inclusive o site da revista “Todateen”, que é voltado para adolescentes do sexo feminino.

A importância do público adolescente aliado ao fato de que o site da “Todateen” possui impacto no cenário nacional e foi classificado como “antigo” por usuárias, o objetivo do trabalho foi de realizar a reformulação de design e editorial para o site.

O problema inicialmente proposto nesta pesquisa era de desenvolver um produto, mais especificamente a reformulação do site da “Todateen”, de modo que agregasse e agradasse a toda a faixa etária adolescente do sexo feminino, que está entre os 12 aos 18 anos. Para isso, foram realizadas pesquisas em grupo focal com 15 meninas que são leitoras da “Todateen” e compõem o público-alvo a fim de compreender sua rotina na internet e construir uma proposta de reformulação editorial e de design para o site.

Por meio dos dados obtidos e dos resultados alcançados, foi possível realizar mudanças na aparência geral do site, e pormenores, como botões de redes sociais digitais, menu de navegação e disposição das matérias nas páginas. Já no que se refere à mudança editorial, maior detalhamento de informações e menu mais enxuto foram os dois apontamentos feitos pelas adolescentes na pesquisa.

Portanto, tendo em vista os resultados do trabalho, confirma-se a primeira hipótese de que é possível criar apenas um site que seja agradável para toda a faixa etária adolescente do sexo feminino. Ao estudar e coletar opiniões de todas as idades é possível chegar a um consenso, produzir materiais que agradem a toda a faixa etária e, desta forma, obter êxito. As respostas dadas pelas adolescentes convergem em alguns pontos e divergem em outros, mas mesmo assim, torna possível a construção de um único portal adolescente voltado para o sexo feminino.

O maior desafio para a realização do trabalho foi o curto período disponível para a proposta em questão, além de as visitas às escolas atrasarem cerca de uma semana por problemas da direção, tanto os objetivos gerais como os específicos foram alcançados com base na primeira hipótese apresentada.

Portanto, o trabalho se faz de suma importância para a pesquisadora, cujos conhecimentos foram expandidos na área de Jornalismo Digital, juventude, relação

com a internet e rotina em ambiente digital. No mais, a finalização deste também deixa oportunidades para a realização de novas pesquisas, como a criação de uma estratégia de divulgação das matérias nas redes sociais, por exemplo.

Além disso, a adolescente – principalmente as que participaram da pesquisa – também são contempladas com o trabalho, uma vez que o objeto de estudo é um veículo de seu interesse.

Visto a situação econômica que o país se encontra, que reflete no jornalismo, o trabalho também agrega contribuições para a Editora Alto Astral, que pode contar com um produto coerente com os gostos da adolescente e, desta forma, realizar outras pesquisas com participação direta de seu público-alvo para aprimorar cada vez mais seu veículo, melhorando assim as vendas e os lucros da empresa.



## REFERÊNCIAS

ABRAMO, Perseu. **Jornalismo profissão ou atividade geral?** 2006. Disponível em: <<http://novo.fpabramo.org.br/content/jornalismo-profissao-especifica-ou-atividade-geral>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

BRASÍLIA. Presidência da República. Casa Civil. **Estatuto da Criança e do Adolescente**. 1990. Lei Nº 8.069, de 13 de julho de 1990. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8069.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8069.htm)>. Acesso em: 25 set. 2016.

BRASÍLIA. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. 2014. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2016.

CANAVILHAS, João et al (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. S.l.: Livros Labcom, 2014.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede: A Era da Informação: economia, sociedade e cultura**. 14. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2011. 574 p. Prefácio de Fernando Henrique Cardoso.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET DO BRASIL (Brasil). Centro Regional de Estudos Para O Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Comp.). **TIC Kids Online**. 2015. Disponível em: <<http://cetic.br/pesquisa/kids-online/indicadores>>. Acesso em: 12 fev. 2017.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GONDIM, Sônia Maria Guedes. **GRUPOS FOCAIS COMO TÉCNICA DE INVESTIGAÇÃO QUALITATIVA: DESAFIOS METODOLÓGICOS**. 2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/paideia/v12n24/04.pdf>>. Acesso em: 06 nov. 2016.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa sobre o acesso à internet no Brasil**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/acessoainternet/>> Acesso em: 24 set. 2016.

JOHNSON, Steven. **Cultura da Interface: Como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 8. ed. São Paulo: Cultrix, 1996. 407 p. Tradução de: Décio Pignatari.

MOHERDAUI, Luciana. **Guia de estilo Web: produção e edição de notícias online**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

SCHERMA, Mariana et al. **Todateen**. 2017. Disponível em: <<https://www.todateen.com.br>>. Acesso em: 28 fev. 2017.

SCHERMA, Mariana et al. **Todateen**. Bauru: Editora Alto Astral, 2017.

STRASBURGER, Victor C.. **Crianças, adolescentes e a mídia**. 2. ed. Porto Alegre: Penso, 2011. Tradução de Sandra Mallmann.

TAPSCOTT, Don. **A Hora da Geração Digital: Como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos**. Rio de Janeiro: Agir, 2010.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?: Uma teoria crítica das novas mídias**. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

ZAMITH, Fernando. **Pirâmide invertida na cibernotícia: argumentos pró e contra**. Não Identificado: Não Identificado, 2005. Disponível em:

<<http://www.ca.ubi.pt/~webjornalismo/sections.php?op=viewarticle&artid=95>>.

Acesso em: 23 maio 2017.



### **TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

O menor \_\_\_\_\_, sob sua responsabilidade, está sendo convidado (a) como voluntário (a) a participar da “PESQUISA DE PÚBLICO E PROJETO DE REFORMULAÇÃO DO SITE DA TODATEEN” Nesta pesquisa, pretendemos CRIAR UMA NOVA LINHA DE CONTEÚDO EDITORIAL PARA AS MATÉRIAS E REFORMULAR O DESIGN DO SITE.

O motivo que nos leva a pesquisar esse assunto é estudar O COMPORTAMENTO E OS INTERESSES DO PÚBLICO ADOLESCENTE FEMININO NA INTERNET.

Para esta pesquisa adotaremos o(s) seguinte(s) procedimento(s): CONVERSAS EM GRUPO, COM UMA ANÁLISE DO SITE DA TODATEEN.

Para participar desta pesquisa, o menor sob sua responsabilidade não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Apesar disso, caso sejam identificados e comprovados danos provenientes desta pesquisa, ele tem assegurado o direito à indenização. Ele será esclarecido (a) em qualquer aspecto que desejar e estará livre para participar ou recusar-se a participar. O (A) Sr. (a), como responsável pelo menor, poderá retirar seu consentimento ou interromper a participação dele a qualquer momento. A participação dele é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade ou modificação na forma em que é atendido (a). O pesquisador irá tratar a identidade do menor com padrões profissionais de sigilo. O menor não será identificado em nenhuma publicação. Não há riscos envolvidos na pesquisa. A pesquisa contribuirá para UMA NOVA PROPOSTA EDITORIAL E VISUAL DO SITE, A FIM DE COLOCÁ-LO À FRENTE DA CONCORRÊNCIA E AGRADAR A TODA FAIXA ETÁRIA QUE COMPÕE O PÚBLICO ADOLESCENTE.

Os resultados estarão à sua disposição quando finalizada. O nome ou o material que indique a participação do menor não será liberado sem a sua permissão. Os dados e instrumentos utilizados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável, por um período de 5(cinco) anos, e após esse tempo serão destruídos. Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias originais, sendo que uma será arquivada pelo pesquisador responsável, na UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO e a outra será fornecida ao Sr. (a).

Eu, \_\_\_\_\_, portador (a) do documento de Identidade \_\_\_\_\_, responsável pelo menor \_\_\_\_\_, fui informado (a) dos objetivos do presente estudo de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas.

Sei que a qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar a decisão do menor sob minha responsabilidade de participar, se assim o desejar. Recebi uma via original deste termo de consentimento livre e esclarecido e me foi dada a oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

Bauru, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_.

\_\_\_\_\_  
Assinatura do (a) responsável

\_\_\_\_\_  
Assinatura do (a) pesquisador (a)

**Nome do Pesquisador Responsável:** Mayra Fernanda Ferreira

**Endereço:** Rua Irmã Arminda, 10-50, Jardim Brasil

**CEP:** 17011-160 / Bauru – SP

**Fone:** (14) 2107-7000

**E-mail:** mayra.ferreira@usc.br



### **TERMO DE ASSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Você está sendo convidado (a) como voluntário (a) a participar da “PESQUISA DE PÚBLICO E PROJETO DE REFORMULAÇÃO DO SITE DA TODATEEN” Nesta pesquisa, pretendemos CRIAR UMA NOVA LINHA DE CONTEÚDO EDITORIAL PARA AS MATÉRIAS E REFORMULAR O DESIGN DO SITE.

O motivo que nos leva a pesquisar esse assunto é estudar O COMPORTAMENTO E OS INTERESSES DO PÚBLICO ADOLESCENTE FEMININO NA INTERNET.

Para esta pesquisa adotaremos o(s) seguinte(s) procedimento(s): CONVERSAS EM GRUPO, COM UMA ANÁLISE DO SITE DA TODATEEN.

Para participar desta pesquisa, o responsável por você deverá autorizar e assinar um termo de consentimento. Você não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Apesar disso, caso sejam identificados e comprovados danos provenientes desta pesquisa, você tem assegurado o direito à indenização. Você será esclarecido (a) em qualquer aspecto que desejar e estará livre para participar ou recusar-se. O responsável por você poderá retirar o consentimento ou interromper a sua participação a qualquer momento. A sua participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade ou modificação na forma em que é atendido (a). O pesquisador irá tratar a sua identidade com padrões profissionais de sigilo. Você não será identificado em nenhuma publicação. Não há riscos envolvidos na pesquisa. A pesquisa contribuirá para UMA NOVA PROPOSTA EDITORIAL E VISUAL DO SITE, A FIM DE COLOCÁ-LO À FRENTE DA CONCORRÊNCIA E AGRADAR A TODA FAIXA ETÁRIA QUE COMPÕE O PÚBLICO ADOLESCENTE.

Os resultados estarão à sua disposição quando finalizada. Seu nome ou o material que indique sua participação não será liberado sem a permissão do responsável por você. Os dados e instrumentos utilizados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de 5 anos, e após esse tempo serão destruídos. Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias originais: sendo que uma será arquivada pelo pesquisador responsável, e a outra será fornecida a você. Os pesquisadores tratarão a sua identidade com padrões profissionais de sigilo, atendendo a legislação brasileira (Resolução N° 466/12 do Conselho Nacional de Saúde), utilizando as informações somente para os fins acadêmicos e científicos.

Eu, \_\_\_\_\_, portador (a) do documento de Identidade \_\_\_\_\_ **(se já tiver documento)**, fui informado (a) dos objetivos da presente pesquisa, de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas. Sei que a qualquer momento poderei solicitar novas informações, e o meu responsável poderá modificar a decisão de participar se assim o desejar. Tendo o consentimento do meu responsável já assinado, declaro que concordo em participar dessa pesquisa. Recebi o termo de assentimento e me foi dada a oportunidade de ler e esclarecer as minhas *dúvidas*.

Bauru, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_.

\_\_\_\_\_  
Assinatura do (a) menor

\_\_\_\_\_  
Assinatura do (a) pesquisador (a)

**Nome do Pesquisador Responsável:** Mayra Fernanda Ferreira

**Endereço:** Rua Irmã Arminda, 10-50, Jardim Brasil

**CEP:** 17011-160 / Bauru – SP

**Fone:** (14) 2107-7000

**E-mail:** mayra.ferreira@usc.br

## GUIA DE PERGUNTAS PARA O GRUPO FOCAL

O grupo focal será realizado por meio de uma análise exploratória do site da “Todateen”, em que as adolescentes navegarão no site para elencar aspectos positivos e negativos da plataforma. Em tempo, também responderão às seguintes perguntas:

- 1) Você acessa ou já acessou o site da “Todateen”?
- 2) Se você está acessando pela primeira vez, qual sua opinião acerca do site? Ele é bonito? Pode ser melhorado?
- 3) O que você acha em relação à organização das postagens? Caso seja desagradável, possui alguma sugestão de como as informações poderiam ser organizadas?
- 4) Você se interessou pelas notícias publicadas na página inicial da “Todateen”? Por quê?
- 5) Quais tipos de matérias vocês gostam de ler na internet?
- 6) Quais tipos de matérias você não gosta de ler na internet?
- 7) Vocês se interessam por celebridades? Quais?
- 8) Em quais horários vocês costumam acessar a internet?
- 9) Por quais aparelhos vocês acessam a internet?
- 10) A combinação de cores do site está agradável?
- 11) Gostariam de fazer algum apontamento ou observação adicional sobre o site da “Todateen”?
- 12) Quais outros sites vocês costumam acessar?
- 13) O que esses sites possuem de melhor em relação à “Todateen”?
- 14) O que um site precisa ter como diferencial para agradar vocês?



## INFORMAÇÕES SOBRE O SITE

O site com o projeto de reformulação editorial e gráfica para a “Todateen” está disponível no seguinte link:

<https://moniqueclaro27.wixsite.com/testetccmonique/teenweek>

UNIVERSIDADE DO SAGRADO  
CORACÃO



**PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP**

**DADOS DO PROJETO DE PESQUISA**

**Título da Pesquisa:** PESQUISA DE PÚBLICO E PROJETO DE REFORMULAÇÃO DO SITE DA

**Pesquisador:** Mayra Fernanda Ferreira

**Área Temática:**

**Versão:** 1

**CAAE:** 65098717.9.0000.5502

**Instituição Proponente:** Universidade do Sagrado Coração - Bauru - SP

**Patrocinador Principal:** Financiamento Próprio

**DADOS DO PARECER**

**Número do Parecer:** 1.951.488

**Apresentação do Projeto:**

Trata-se de um Projeto de Pesquisa do Curso de Jornalismo, de caráter qualitativo, que propõe uma pesquisa de público para a reformulação do site da "Todateen", revista voltada para o público adolescente do sexo feminino com idades entre 12 e 14 anos.

**Objetivo da Pesquisa:**

Criar, com base na opinião do público alvo, um portal com novos parâmetros relacionados ao conteúdo editorial e gráficos do site, com a finalidade de atrair e fidelizar seu público alvo, de modo que as leitoras do site da "Todateen" se sintam satisfeitas com o conteúdo criado no site, além de deixar o portal atrativo também para novas leitoras que se interessam por tais assuntos. Verificar como as adolescentes se comportam na internet e quais conteúdos consomem ou tenham interesse. Identificar a opinião das adolescentes acerca do site da "Todateen" e quais suas expectativas para a reforma da linha editorial e de identidade visual. Articular os interesses e expectativas das jovens em um portal da "Todateen" reformulado editorial e visualmente. Elaborar um mapa conceitual com as informações captadas de modo que o site seja reformulado.

**Avaliação dos Riscos e Benefícios:**

Riscos: mínimo de constrangimento às participantes.

Benefícios: A realização desta pesquisa esclarecerá por quais conteúdos as adolescentes se interessam na internet, colaborando com a reformulação da linha editorial e identidade visual do

**Endereço:** Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação

**Bairro:** Rua Irmã Arminda Nº 10-50

**CEP:** 17.011-160

**UF:** SP

**Município:** BAURU

**Telefone:** (14)2107-7051

**E-mail:** comitedeeticadehumanos@usc.br

UNIVERSIDADE DO SAGRADO  
CORAÇÃO



Continuação do Parecer: 1.951.488

site da "Todateen", de maneira que o novo material do site fique de acordo com as preferências das adolescentes do sexo feminino. As participantes da pesquisa terão como benefício um conteúdo voltado exclusivamente para as adolescentes.

**Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:**

A pesquisa terá como finalidade desenvolver uma nova linha editorial e um novo projeto gráfico para o site da revista "Todateen". Para tal, será necessária a realização de grupo focal com adolescentes do sexo feminino - isto é, de 12 a 18 anos - em uma escola da rede pública de ensino, cuja preferência se dá por conta do público-alvo do produto, que são adolescentes de classes C e D. As participantes do grupo focal serão escolhidas por meio da diretoria da instituição com base em alguns pré-requisitos (alunas bem informadas, disciplinadas e interessadas nos meios digitais), e as indicadas irão acessar a atual página da "Todateen" para listar aspectos positivos e negativos do site, além de apontar quais mudanças deveriam ser realizadas para melhorar a plataforma e elencar quais conteúdos das matérias são relevantes ou não.

**Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:**

São apresentados os Termos de Consentimento Livre e Esclarecido aos responsáveis, Folha de Rosto e Termo de Assentimento às menores participantes.

**Recomendações:**

Atualizar a data do Projeto para o ano de 2017.

**Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:**

Recomendada a Aprovação.

**Considerações Finais a critério do CEP:**

**Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:**

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_871951.pdf	23/02/2017 10:47:29		Aceito
Outros	QUESTOES_GRUPO_FOCAL.docx	23/02/2017 10:47:04	Mayra Fernanda Ferreira	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TERMO_CONSENTIMENTO.docx	23/02/2017 10:46:13	Mayra Fernanda Ferreira	Aceito

**Endereço:** Pró-Reitoria de Pesquisa e Pos-Graduação

**Bairro:** Rua Irmã Armanda Nº 10-50 **CEP:** 17.011-160

**UF:** SP **Município:** BAURU

**Telefone:** (14)2107-7051

**E-mail:** comitedeeticadehumanos@usc.br

UNIVERSIDADE DO SAGRADO  
CORÇÃO



Continuação do Parecer: 1.951.488

TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TERMO_ASSENTIMENTO.docx	23/02/2017 10:46:04	Mayra Fernanda Ferreira	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	PROJETO.pdf	23/02/2017 10:45:57	Mayra Fernanda Ferreira	Aceito
Folha de Rosto	FOLHA.pdf	23/02/2017 10:45:27	Mayra Fernanda Ferreira	Aceito

**Situação do Parecer:**

Aprovado

**Necessita Apreciação da CONEP:**

Não

BAURU, 07 de Março de 2017

---

**Assinado por:**  
**Marcos da Cunha Lopes Virmond**  
**(Coordenador)**

**Endereço:** Pró-Reitoria de Pesquisa e Pos-Graduação  
**Bairro:** Rua Irmã Arminda Nº 10-50 **CEP:** 17.011-160  
**UF:** SP **Município:** BAURU  
**Telefone:** (14)2107-7051 **E-mail:** comitedeeticadehumanos@usc.br



**PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE BAURU**  
Estado de São Paulo

**SECRETARIA DA EDUCAÇÃO**  
Fone – (014) 3234-1977  
End: Rua Padre João nº 8-48 – Vila Régis  
CEP- 17014-003



Bauru, 22 de março de 2017.

### **AUTORIZAÇÃO**

A Secretaria Municipal da Educação, por meio do Departamento de Planejamento, Projetos e Pesquisas Educacionais, Divisão de Pesquisas e Projetos Educacionais autoriza a Prof.<sup>a</sup> Ms. Mayra Fernanda Ferreira (orientadora) e a estudante do curso de jornalismo da Universidade do Sagrado Coração, Monique Glaucia Claro de Lima (orientanda), a desenvolverem as investigações da pesquisa “**Pesquisa de Público e projeto de reformulação do site da Todateen**”, junto aos estudantes do Núcleo de Ensino Renovado "Lydia Alexandrina Nava Cury"

Salientamos que a equipe da unidade escolar tem autonomia para analisar e autorizar o desenvolvimento do projeto, de acordo com a disponibilidade da escola.

Atenciosamente,

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Andréia Melanda Chirinéa  
Diretora de Divisão de Pesquisas e Projetos Educacionais  
RG. 28.420.051-7



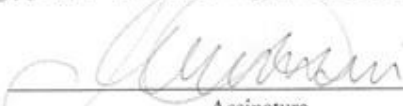
### Autorização de Uso de Imagem, Som de Voz e Nome

Eu, abaixo assinado e identificado, autorizo, a título gratuito, o uso de dados, além de todo e qualquer material entre fotos e documentos apresentados no site da "Todateen", para compor a "PESQUISA DE PÚBLICO E PROJETO DE REFORMULAÇÃO DO SITE DA "TODATEEN"", desenvolvida por MONIQUE GLAUCIA CLARO DE LIMA, RG 49.967.246-X e CPF 419.027.138-18, como Trabalho de Conclusão do curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração com sede em Bauru/SP, na Rua Irmã Arminda, nº 10-50, Jardim Brasil, CEP: 17011-160, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 61.015.087/0008-31. E que estas sejam destinadas à divulgação ao público em geral e/ou para formação de acervo histórico das monografias da instituição, com fins didático-pedagógicos, por tempo indeterminado e sem limitação territorial.

A presente autorização abrange os usos acima indicados tanto em mídia impressa (livros, catálogos, revista, jornal, entre outros) como também em mídia eletrônica (programas de rádio, podcasts, vídeos e filmes para televisão aberta e/ou fechada, documentários para cinema ou televisão, entre outros), Internet, Redes Sociais Digitais, Banco de Dados Informatizado *Multimídia*, "home video", DVD ("digital video disc"), suportes de computação gráfica em geral e/ou divulgação científica de pesquisas e relatórios para arquivamento e formação de acervo sem qualquer ônus a USC ou terceiros por esses expressamente autorizados.

Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos a minha imagem ou som de voz, ou a qualquer outro, e assino a presente autorização.

Bauru, 29 de Maio de 2017

  
Assinatura

Nome:	Mara Fernanda de Santi
Endereço:	Rua Gustavo Maciel 19-26
Cidade:	Bauru
RG N°:	
CPF N°:	
Telefone para contato:	32353878
E-mail:	mara.desanti@asthal.com.br