

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO” – UNESP
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO – FAAC
COMUNICAÇÃO SOCIAL: JORNALISMO

BRUNA SILVESTRE INNOCENTI GIORGI

**Facebook e Twitter *Todateen*: fortalecimento da
identidade de uma marca já consolidada na mídia
impressa**

BAURU/SP
2º semestre 2012

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO” – UNESP
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO – FAAC
COMUNICAÇÃO SOCIAL: JORNALISMO

BRUNA SILVESTRE INNOCENTI GIORGI

**Facebook e Twitter *Todateen*: fortalecimento da
identidade de uma marca já consolidada na mídia
impressa**

Trabalho de Conclusão de Curso de Comunicação Social –
Jornalismo, da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita
Filho” (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação
(Faac), campus de Bauru, sob orientação da Profª. Dra. Lucilene
dos Santos Gonzales.

BAURU
2012

BRUNA SILVESTRE INNOCENTI GIORGI

FACEBOOK E TWITTER TODATEEN: FORTALECIMENTO DA IDENTIDADE DE UMA
MARCA JÁ CONSOLIDADA NA MÍDIA IMPRESSA

Monografia apresentada na Faculdade de Arquitetura,
Artes e Comunicação da Universidade Estadual
Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, como requisito
parcial para a obtenção do título de bacharel em
Comunicação Social – Jornalismo.

Aprovado pela Banca Examinadora em de de 2012.

BANCA EXAMINADORA

ORIENTADORA

Profa. Dra. Lucilene dos Santos Gonzales
Doutora em Linguística pela
FCL/UNESP de Assis
Departamento de Ciências Humanas
Unesp – Bauru

Prof. Dr. Danilo Rothberg
Doutor em Sociologia pela
FCLAR/UNESP de Araraquara
Departamento de Ciência Humanas
Unesp - Bauru

Me. Liliane de Lucena Ito
Mestre em Comunicação Midiática pela
FAAC/Unesp de Bauru

Dedico aos meus pais sempre presentes, Ivone e Fábio

Agradecimentos

Primeiramente a Deus, por ter me guiado até aqui abrindo (ou fechando) portas e janelas para que eu pudesse crescer em todos os níveis.

Aos meus pais, Fábio e Ivone, pelo amor incondicional, pelo apoio, incentivo e exemplo maior. Obrigada pela a minha vida e por tudo o que eu construí. Vocês são o meu alicerce!

Às minhas irmãs, Anna Paula e Vanessa, pelo eterno companheirismo e pela fortaleza que vocês me representam.

À minha avó, Edméa, que me ensinou a ler e a escrever, e foi fundamental para que eu pudesse me apaixonar pela profissão.

Ao meu querido Eduardo, pela atenção, paciência e carinho oferecidos generosamente em momentos tão importantes.

À Professora Lucilene pelos conselhos, ensinamentos e exemplo de profissional. Muito obrigada!

A todos os amigos da Alto Astral que estiveram envolvidos nesta pesquisa, principalmente, à Patrícia, Júlia, Zuleide e Mara.

Aos amigos: da carona, da turminha de faculdade, aos de longa data e aos recém-conquistados. Agradecimentos especiais às flores: Aline e Melissa que estiveram comigo em momentos de muito crescimento!

A todos que passaram pela minha vida e me ensinaram algo, seja por uma tese de doutorado ou pelo abanar do rabinho.

Você não consegue ligar os pontos olhando para frente; você só consegue ligá-los olhando para trás. Então, você tem que confiar que os pontos se ligarão algum dia, no futuro. Você tem que confiar em algo – seu instinto, destino, vida, carma, o que for. Esta abordagem nunca me desapontou, e fez toda diferença na minha vida.

Steve Jobs

RESUMO

A sociedade passou por diversas transformações, principalmente as tecnológicas. Com a democratização da Internet e das mídias sociais, as formas de relacionamentos se transformaram até no âmbito entre marca e consumidor. Desse modo, o marketing auferiu características humanas com o objetivo de satisfazer e interagir com o consumidor. Assim, muitas revistas impressas criaram perfis no Twitter e Facebook com a intenção primária inicial de divulgar conteúdo e se tornar um canal de diálogo com o leitor. Esta pesquisa visa refletir sobre o papel do jornalista como gestor da marca e as mídias sociais, estratégia de fortalecimento de uma marca de revista impressa. A pesquisa estuda a revista *Todateen*, publicação voltada ao público adolescente focada na classe C, e os seus perfis do Facebook e Twitter como forma de ampliar o relacionamento com a leitora, humanizar a marca e fortalecer a identidade da revista. As metodologias usadas são a exploratória e a analítica para, primeiramente, aprofundar os assuntos: jornalismo de revista, convergência midiática, webjornalismo, mídias sociais, comunicação institucional, *branding* e marketing; e, depois, analisar o caso *Todateen*, descrevendo a mídia impressa, o site, o Twitter e Facebook.

Palavras-chave: jornalismo; revista impressa; mídias sociais; *branding*; relacionamento.

ABSTRACT

The society went through several transformations, especially technological. With the democratization of the Internet and social media, forms of relationships have turned up in between brand and consumer. Thus, marketing availed human characteristics in order to meet and interact with the consumer. So many print magazines have created profiles on Facebook and Twitter with the primary intent of disseminating original content and become a channel of dialogue with the reader. This research aims to reflect on the role of journalist as brand managers and social media acting as a magazine brand strengthening strategy. The research will examine the *Todateen* magazine, teen magazine focused on class C, and their profiles from Facebook and Twitter as a way to expand the relationship with the reader, to humanize the brand and strengthen the identity of the magazine. The methodologies used are exploratory and analytical to, first, discuss the issues: magazine journalism, media convergence, web journalism, social media, corporate communications, branding and marketing, and then analyze the *Todateen* case, describing the print media, the website, Twitter and Facebook.

Keywords: journalism, print magazine, social media, *branding*, relationship.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –Composto de Comunicação Organizacional.....	18
Figura 2 –Evolução do Marketing.....	23
Figura 3 –Prisma da identidade.....	34
Figura 4 –Exemplares de revistas vendidos no Brasil.....	44
Figura 5 –Circulação de revistas mensais por preço.....	44
Figura 6 –Usuários Brasileiros no Facebook.....	54
Figura 7 –Instagram no Smartphone.....	59
Figura 8 –Pirâmide de Maslow.....	62
Figura 9 –Primeira Edição <i>Todateen</i>	66
Figura 10 –Capas <i>Todateen</i> Edição 202, setembro de 2012.....	69
Figura 11 –Seção Por Ai, edição 201.....	70
Figura 12a –Seção Tá Rolando, edição 199, página 1.....	72
Figura 12b –Seção Tá Rolando, edição 199, página 2.....	73
Figura 13 –Seção Toda Galera, edição 197.....	75
Figura 14 –Seção Mural, edição 198.....	77
Figura 15 –Seção Dilema, edição 196.....	79
Figura 16 –Seção Altos Papos, edição 196.....	81
Figura 17 –Seção Pensando no Futuro, edição 200.....	83
Figura 18 –Seção Jogo da Verdade, edição 203.....	85
Figura 19 –Seção Espelho, edição 203.....	87
Figura 20 –Seção Fique Linda, edição 201.....	89
Figura 21 –Seção Fashionista, edição 203.....	91
Figura 22 –Seção Coisa de Diva, edição 203.....	93
Figura 23 –Seção Moda In, edição 203.....	95
Figura 24 –Seção Closet, edição 203.....	96
Figura 25 –Seção Provador, edição 201.....	98
Figura 26 –Seção Plugada, edição 201.....	100
Figura 27a –Seção Sobe o Som, edição 203, 1º. página.....	102
Figura 27b –Seção Sobe o Som, edição 203, 2º. página.....	103
Figura 28 –Seção Micos & Cia, edição 203.....	105
Figura 29a –Seção Nas Estrelas, edição 203, 1º. página.....	107
Figura 29b –Seção Nas Estrelas, edição 203, 2º. página.....	108
Figura 30 –Seção Papo com a Teena, edição 203.....	110
Figura 31 –Teste, edição 201.....	112
Figura 32 –Página inicial site <i>Todateen</i>	114
Figura 33 –Seção <i>on-line Teenweek</i>	116
Figura 34 –Seção <i>on-line Toda Diva</i>	118
Figura 35 –Seção <i>on-line Papo de BFF</i>	120
Figura 36 –Seção <i>on-line Gatos</i>	122
Figura 37 –Seção <i>on-line Testes</i>	124
Figura 38 –Seção <i>on-line Fun</i>	126
Figura 39 –Seção <i>on-line Astral</i>	127
Figura 40 –Seção <i>on-line VC na tt</i>	130
Figura 41 –Mídias Sociais <i>Todateen</i>	132

Figura 42 –Capa da página da <i>Todateen</i> no Facebook.....	133
Figura 43 –Links que o Facebook Disponibiliza.....	137
Figura 44 –Assuntos do site que são Linkados no Facebook.....	138
Figura 45 –Perfil da <i>Todateen</i> no Twitter.....	143
Figura 46 –Links que o Twitter Disponibiliza.....	147
Figura 47 –Assuntos do Site que são Linkados pelo Twitter.....	148

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – A trajetória do marketing social.....	25
Quadro 2 – As Diferenças entre Marketing 1.0, 2.0 e 3.0.....	27
Quadro 3 – Revistas que fizeram História.....	37
Quadro 4 – Esquema de Classificação Facebook.....	134
Quadro 5 – Esquema de Classificação Twitter.....	144

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Número de Postagens por Dia Facebook.....	135
Tabela 2 – Postagens das Seções do Site no Facebook.....	142
Tabela 3 – Número de Postagens por Dia Twitter.....	144
Tabela 4 – Postagens das Seções do Site no Twitter.....	149

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	15
1 O CONTEXTO DA MARCA.....	18
1.1 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL, A MÃE DE TODAS.....	18
1.1.1 Mix de comunicação: tudo junto e organizado.....	20
1.2 MARKETING: A BASE DO <i>ICEBERG</i>	22
1.2.1 Evolução do marketing.....	23
1.2.2 Marketing 2.0, coração e mente.....	26
1.2.3 Relações Públicas, pautando relacionamentos.....	28
1.3 MARCA SEM SEGREDOS.....	29
1.3.1 <i>Branding</i> , garantia de valorização.....	31
1.3.2 O DNA da marca.....	33
2 REVOLUÇÃO DAS MÍDIAS.....	36
2.1 SEGUNDA ONDA: A VEZ DAS REVISTAS.....	36
2.1.1 O universo do jornalismo em revista.....	39
2.1.2 Texto: a linguagem do leitor.....	41
2.1.3 Recursos gráficos: harmonia visual.....	42
2.1.4 Como vai o mercado de revista?.....	43
2.2 TERCEIRA ONDA: A INTERNET VEIO PARA FICAR.....	45
2.2.1 A essência das redes sociais.....	49
2.2.2 Interação: o usuário e a comunicação.....	51
2.2.2.1 Uma fatia do que é Facebook.....	52
2.2.2.2 Twitter, #ficadica.....	55
2.2.2.3 Tumblr, a nova mídia social.....	57
2.2.2.4 Instagram, fotografar e mostrar.....	58
2.2.2.5 Youtube, videoteca <i>on-line</i>	59
2.3 CONVERGÊNCIA DE MÍDIAS.....	60
3 <i>TODATEEN</i>: UNIVERSO REVISTA E UNIVERSO WEB.....	64
3.1 HISTÓRIA <i>TODATEEN</i> : QUANDO TUDO COMEÇOU.....	64
3.2 <i>TODATEEN</i> NA REVISTA IMPRESSA.....	67
3.2.1 Capa <i>Todateen</i> , o cartão de visita.....	68
3.2.2 Seções da versão impressa.....	69
3.2.3 Testes da versão impressa.....	111
3.2.4 Matérias da revista.....	113
3.2.5 Pôster impresso.....	113
3.3 <i>TODATEEN</i> CIBERNÉTICA	114
3.4 <i>TODATEEN</i> NO FACEBOOK E TWITTER.....	131
3.4.1 Facebook, <i>fan page Todateen</i>	133
3.4.1.1 Categorias dos post da <i>fan page Todateen</i>	136
3.4.1.2 Do Facebook da <i>tt</i> para o site.....	138
3.4.1.3 Facebook: as internautas e a <i>tt</i> interagindo.....	139
3.4.2 Twitter: @todateen.....	143

3.4.2.1 Categorias dos tuítes da @todateen.....	146
3.4.2.2 Do Twitter @todateen para o site.....	148
3.4.2.3 Twitter: as seguidoras da tt interagindo.....	149
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	154
BIBLIOGRAFIA.....	156
ANEXO 1.....	162
ANEXO 2.....	163
APÊNDICE A.....	166
APÊNDICE 2.....	199

INTRODUÇÃO

O homem é um ser social e o intercâmbio de suas experiências e conhecimentos possibilitou a apropriação dos saberes de forma coletiva, proporcionando, assim, uma melhor convivência social. Com a consolidação da Internet e das mídias sociais como ferramentas de comunicação, houve modificações no modo como as pessoas e empresas se relacionam.

As informações tornaram-se mais acessíveis e abrangentes; novas preocupações, como a ambiental, se fortaleceram e, junto com a globalização, resultaram em um novo paradigma comunicacional: a Web 2.0. Essa evolução da Web provocou a migração das empresas para os sites de redes sociais como canais de diálogo com o público. É comum também a presença de marcas de veículos impressos jornalísticos atuarem com um perfil nessas mídias de relacionamento. É o fenômeno da Cultura de Convergência fomentando mais interações entre leitor e jornal ou revista e também promovendo o *branding*.

O objetivo desta pesquisa, portanto, foi refletir sobre a gestão de marcas nas mídias sociais para o fortalecimento da identidade de revistas já consolidadas na mídia impressa, levando em conta a mudança do leitor e as necessidades da marca em se manter no mercado. A pesquisa teve como estudo a revista *Todateen* e os seus perfis no Facebook e Twitter, já que a *Todateen* abrange um público jovem, os nativos digitais, e o Facebook e Twitter, por serem os principais sites de mídias sociais no Brasil.

Nesse sentido, o problema do trabalho foi entender qual a função para o leitor de um perfil de revista nas mídias sociais, salientando que o leitor/consumidor não é mais passivo e movido por impulsos. O consumidor moderno criou laços emocionais e racionais por uma marca, principalmente, tratando-se de uma revista que já tem as características de se aproximar do leitor.

A hipótese foi de que o *branding*, pautado pelo Marketing 2.0, humaniza a marca e atribui características emocionais e racionais aos leitores/consumidores e, por não intencional lucros e somente o relacionamento, o jornalista tende a desenvolver com mais sucesso esse tipo de marketing. Desse modo, surgiram questionamentos que a pesquisa contribuiu:

- Por que as mídias sociais fortalecem a identidade da marca da revista impressa?
- De que modo o jornalista consolida a identidade da marca nas mídias sociais?

Em razão da crescente importância que as redes sociais desempenham e da polêmica sobre o rumo do jornalismo impresso mediante aos recursos do webjornalismo, este trabalho

torna-se relevante na medida em que discute as novas funções do jornalista contemporâneo. Justificativa tal, somada com a vivência dessas novas mídias pela pesquisadora que compõe os nascidos da Geração Y, que resultou no empenho da realização do estudo em cima dessa temática.

Para cumprir este objetivo, o trabalho foi dividido em três partes. No primeiro capítulo, “O contexto da marca”, foi exposto uma breve teoria sobre comunicação empresarial, comunicação mercadológica, comunicação interna e comunicação integrada. A comunicação institucional foi aprofundada já que a identidade de uma marca insere-se no contexto de uma organização. O marketing, como estratégia de *branding*, foi exposto para a compreensão do fortalecimento da marca *Todateen*, apresentando definição de marca, *branding* e identidade da marca, conceitos valiosos para esta pesquisa.

O segundo capítulo discorre sobre a primeira e a segunda revolução da comunicação: a prensa desenvolvida por Gutemberg, simbolizada pela revista impressa; e a advinda da informatização das redações, a Internet; com a finalidade de demonstrar a evolução do jornalismo como consequência das mudanças da sociedade. Para isso, teorias sobre jornalismo de revista, História da Internet, webjornalismo, mídias sociais, Web 2.0, convergência de mídias e o perfil do leitor conforme a teoria de Maslow foram apresentadas e encaminhadas para a posterior reflexão.

Após os capítulos 1 e 2 promoverem revisão bibliográfica, o capítulo 3 tem a intenção de demonstrar, com a metodologia analítica, como o Facebook e Twitter da *Todateen* operaram no ambiente de jornalismo 2.0, novo paradigma comunicacional, e construíram relacionamento com as internautas. Nesse capítulo, pretendeu-se verificar se a extensão da identidade da revista *Todateen* impressa transferia-se para as mídias sociais. Essas foram as prerrogativas para que seja possível analisar sobre o objetivo da pesquisa. Para isso, a primeira parte do capítulo contou com a História da Editora Alto Astral e a descrição editorial da revista *Todateen* com o intuito de situar o leitor no contexto da marca. Em um segundo momento, o site da *Todateen* foi descrito para que se torne nítida a convergência midiática nas plataformas *on* e *off-line* e uma reflexão a partir da vivência da pesquisadora na redação da *Todateen*, dos aspectos que foram pensados como extensões editoriais e identitárias da revista impressa para o site. E por último, a análise do Facebook e Twitter pela observação do mês de junho de 2012 dessas mídias sociais e, posterior, catalogação de cada publicação promovida.

Para facilitar a reflexão sobre as interações, a pesquisadora criou uma classificação por tipo de postagem nas redes sociais.

O resultado dessa sistemática foi importante para perceber o perfil da internauta da *Todateen* e como a marca se mostra nessas mídias sociais. Percebe-se que o Twitter e Facebook funcionam de forma diferente e abrangem públicos distintos. O Facebook tem características de aproximação com o leitor, além de promover interações mais humanas. Já o Twitter é gerido como *feed* de notícias quentes, principalmente as que se referem a artistas.

1 O CONTEXTO DA MARCA

Este trabalho visa refletir sobre o papel do jornalista na contemporaneidade sob a ótica do Marketing 2.0 fomentado por Kotler, Kartajaya e Setiwan (2010). Para isso, faz-se necessário aclarar os conceitos de marketing e comunicação para depois encetar sobre *Branding*, estratégias de gestão.

1.1 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL, A MÃE DE TODAS

Kunsch (1997) parte da premissa de que a comunicação organizacional requer uma integração das várias estratégias de relacionamentos com os *stakeholders*¹.

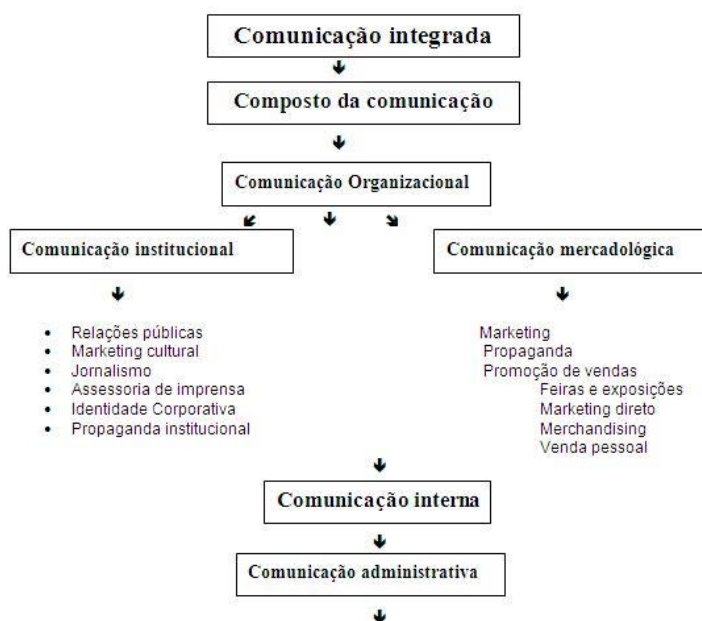


Figura 1 – Composto de Comunicação Organizacional
Fonte: KUNSCH, 1997, p.116

Conforme o Dicionário Houaiss *on-line*, *organização* significa “3 - conjunto de normas e funções que têm por objetivo propiciar a administração de uma empresa”; e *organizacional* significa “relativo ou concernente à organização”.

O posicionamento de uma empresa é uma unidade de ação dentro vasto e complexo espectro de ações das organizações². Desse modo, a comunicação empresarial compreende

¹ Refere-se a todos os públicos que uma organização se dirige direta ou indiretamente.

um conjunto complexo de atividades, ações, estratégias, produtos e processos desenvolvidos para construir a imagem de uma empresa perante o seu *stakeholder*, levando em conta a opinião pública.

De acordo com Bahia (1995, p. 13), por consubstanciar “informações internas e externas, pensamento e ação, sugestões, críticas e demandas de todo tipo, a comunicação empresarial deve ser considerada um complexo cultural ou rede de notícias”. Para Rego (1986), a comunicação organizacional deve ser coordenada por um centro que permite dividir a comunicação em interna e externa, além de integrar as áreas de: identidade cultural; jornalismo; relações públicas empresariais; relações públicas governamentais; marketing; publicidade comercial; propaganda institucional; editoração; identidade visual; a prospecção, a seleção e o tratamento da informação; o armazenamento e a disseminação da informação.

Conforme a figura 1, que reforça a ideia de Bahia (1995), de uma maneira simplificada, a comunicação organizacional é o conjunto de estratégias empregadas por uma organização para difusão de informações e processos comunicativos existentes em todas as relações sociais. Desse modo, examinando a comunicação organizacional, observamos que a comunicação mercadológica está voltada para o diálogo entre a empresa e o público externo através da mídia tradicional, enquanto que a comunicação institucional corresponde ao relacionamento da empresa com seu público interno e externo, utilizando ferramentas e veículos mistos, com o objetivo de melhorar a imagem da empresa.

Em Teorias da Comunicação, a comunicação é estudada em várias perspectivas, como: a comunicação intrapessoal, a comunicação interpessoal e a comunicação grupal. A comunicação empresarial tem base na comunicação interpessoal, porém os fatores que a constituem são bastante complexos. De modo genérico, o emissor configura-se em entidade impessoal, transfigurada em uma instituição ou organização que, possivelmente, possui uma marca que agrega valor simbólico. A partir da identidade cultural, o emissor da comunicação empresarial obtém “voz” para dialogar com o seu público. Na comunicação empresarial, é preciso elaborar uma estratégia sólida para que o receptor das mensagens seja o destinatário legítimo. Porque, muitas vezes, o receptor das mensagens é desviado, e a mensagem não atinge o destinatário planejado. Outra preocupação é com a direção da mensagem que deve ser projetada para que o destinatário se interesse pela organização e a conheça melhor.

² Pelo conceito de organizacional abranger não só empresas, Kunsch prefere usar comunicação organizacional a empresarial. Porém, neste trabalho, usaremos os termos como sinônimos.

Para as organizações em geral, é muito importante integrar as suas atividades de comunicação em função do fortalecimento do conceito institucional, mercadológico e corporativo.

A comunicação integrada permite que se estabeleça uma política global em função de uma coerência maior entre os programas de uma linguagem comum de um comportamento homogêneo, além de se evitarem as sobreposições de tarefas. Os diversos setores trabalham de forma conjunta, tendo ante os olhos os objetivos gerais da organização e ao mesmo tempo respeitamos objetivos específicos de cada um (KUNSCH, 1997. p 115 - 116).

Nessa perspectiva, a comunicação administrativa também compõe o *mix* ou composto da comunicação organizacional. Abordaremos a seguir com um pouco mais de detalhes as subáreas da comunicação organizacional.

1.1.1. *Mix* de comunicação: tudo junto e organizado

Para Kunsch (2003, p. 179), a comunicação integrada “precisa ser entendida como uma filosofia capaz de nortear e orientar toda a comunicação que é gerada na organização, como um fator estratégico para o desenvolvimento organizacional na sociedade”. A melhor forma de propor estratégias é refletir sobre as características dos inúmeros setores de gerências junto com as áreas subordinadas. Consequente, a linguagem deve ser trabalhada para ter um perfil uno, consubstanciando mensagens em um sentido único, intencionada à integração das ações, atos e atividades da comunicação organizacional. Seguindo a figura 1, iniciaremos a descrição pela comunicação mercadológica que, de acordo com Pinho, é “aquela projetada para ser persuasiva, para conseguir um efeito calculado nas atitudes e/ou no comportamento do público visado” (2006, p. 40).

Após pensar e desenvolver um bom produto ou serviço, a organização precisa estruturar ações para incentivar o consumo e a venda desse produto/serviço³. A área que desenvolverá essas metas, segundo Pinho (2006), é a promocional e a de comunicação. Portanto, a comunicação mercadológica é formada pelo marketing, publicidade, promoção, *merchandising*, marketing direto que são ferramentas para determinar e aplicar ações que:

³ Considera-se serviço prestado o produto do trabalho de organizações governamentais ou sem fins lucrativos.

são determinadas a partir de um estudo realizado sobre o produto e o serviço que se quer vender. Neste estudo identifica-se os pontos fortes definindo o diferencial do que está sendo oferecido e o seu público. Através do público-alvo se estabelece as ações que serão empregadas para persuadir o cliente à compra. O setor de comunicação mercadológica deve estar atento às técnicas utilizadas pelos concorrentes e as ferramentas comunicacionais mais comuns na região e no mercado, para que a empresa além de acompanhá-las possa estar um passo a frente das mesmas ao desenvolver novas ações (CAVALCANTE, 2008, p.45).

Já a comunicação institucional disponibiliza as ferramentas necessárias para o intercâmbio das informações no que diz respeito à divulgação para todos os interessados dos resultados organizacionais, quer sejam administrativos, sociais, ou mercadológicos. Além disso, a comunicação institucional pode ser praticada por qualquer tipo de organização possível – empresas, sindicatos, associações, governo/estado, ONGs, fundações e personalidades.

Girardi e Girardi (2006 apud BLUMBERG et. al., 2008).) afirmam que “para a comunicação institucional poder fluir é necessário um reconhecimento, por parte de todos que compõem a corporação”. Entre os *stakeholders*, podemos destacar: colaboradores, familiares, clientes, fornecedores, acionistas, prestadores de serviços, enfim, qualquer membro da sociedade, independente do grupo a que pertença, desde que as informações espargidas tenham um valor significativo para ele.

Na *Era do Branding*⁴, a comunicação institucional é um mecanismo para a consolidação da marca e da identidade (conceitos a serem apresentados a seguir). Para Kunsch (2003), a comunicação institucional refere-se à edificação e ratificação da imagem e identidade corporativa. A autora ainda acrescenta que essa fundamentação, quando feita de maneira eficiente, possibilita a formatação de uma marca forte e positiva perante o público e os concorrentes.

Seguindo o esquema da figura 1, a comunicação interna dirige a comunicação utilizada na organização com o objetivo de alinhar as ações estabelecidas aos recursos disponíveis, reduzindo os custos e maximizando os lucros.

A Comunicação Interna é entendida como um setor planejado, onde os objetivos precisam ser bem definidos, para que então possa haver toda a

⁴ Em inglês *brand* significa marca. No campo do marketing, a marca sempre foi muito trabalhada, porém, atualmente, a comunicação também passou a ser amparada por ela. Cada vez mais, uma marca quer ser consolidada e adquirir o respeito do consumidor. A expressão *Era do Branding* registra a identificação do consumidor pela marca, não só por uma mera escolha, mas pela informação e garantia que a marca lhe garante (informações da entrevista de Marcelo Trevisan para o site Cidade Marketing no dia 31 de outubro de 2009).

interação possível entre a organização e seus empregados, utilizando as ferramentas da comunicação institucional e até da comunicação mercadológica (endomarketing) (KUNSCH apud CRUZ, 2006, p. 6 - 7).

Na comunicação interna, estão as ferramentas de interesse restrito e administrativo, enfatizando o público interno da organização. A comunicação interna:

É a ferramenta que vai permitir que a administração torne comum as mensagens destinadas a motivar, estimular, considerar, diferenciar, promover, premiar e agrupar os integrantes de uma organização. A gestão e seu conjunto de valores, missão e visão de futuro proporcionam as condições para que a comunicação empresarial atue com eficácia (NASSAR apud TOMASI & MEDEIROS, 2007, p. 59).

Após apresentar o contexto organizacional em que a marca está inserida, faz-se necessário clarificar sobre marketing, atividade que engloba *branding*, conceito explorado nesta pesquisa.

1.2 MARKETING: A BASE DO *ICEBERG*

No mundo moderno, é praticamente impossível uma empresa ou instituição colher frutos sem a ferramenta do marketing. Ou seja, para transmitir uma mensagem, vender um produto ou serviço, é necessário o marketing para possibilitar resultados. O que torna perceptível das suas ações é apenas a ponta de um *iceberg*, visto que ele abrange quase todas as relações organizacionais.

Marketing é análise, planejamento, implementação e controle de programas cuidadosamente formulados para causar trocas voluntárias de valores com mercados-alvo e alcançar os objetivos institucionais. Marketing envolve programar as ofertas da instituição para atender às necessidades e aos desejos de mercados-alvo, usando preço, comunicação e distribuição eficazes para informar, motivar e atender a esses mercados (KOTLER e FOX, 1994, p. 24).

O termo nasceu em 1930, nos Estados Unidos, criado pela *American Marketing Association* (AMA). “Na época, as universidades norte-americanas ofereciam os primeiros cursos de *marketing*, enfocando técnicas de distribuição, de vendas e de pesquisas” (PINHO, 2006, p. 19). Apesar de o termo marketing ter nascido nos anos 1930, há muito tempo, desde

o século XVIII, com as tecnologias da Revolução Industrial, o marketing era feito para contribuir com a qualidade dos produtos, já que era muito baixa a concorrência.

No Brasil, o conceito chegou na década de 1950, com a entrada de multinacionais no país. O termo pareceu tão brilhante para solucionar problemas que foi uma “panaceia para todos os males” (PINHO, 2006, p. 19). Com intuito de aprofundamento, o tópico seguinte será responsável por apresentar um panorama histórico do comportamento do marketing.

1.2.1 Evolução do marketing

O marketing, como todos os setores, sofreu transformações ao longo da História. Até 1960, ele era focado no produto, nas décadas de 1970 e 1980 ele passa a ser centrado no cliente, como mostra a figura a seguir:

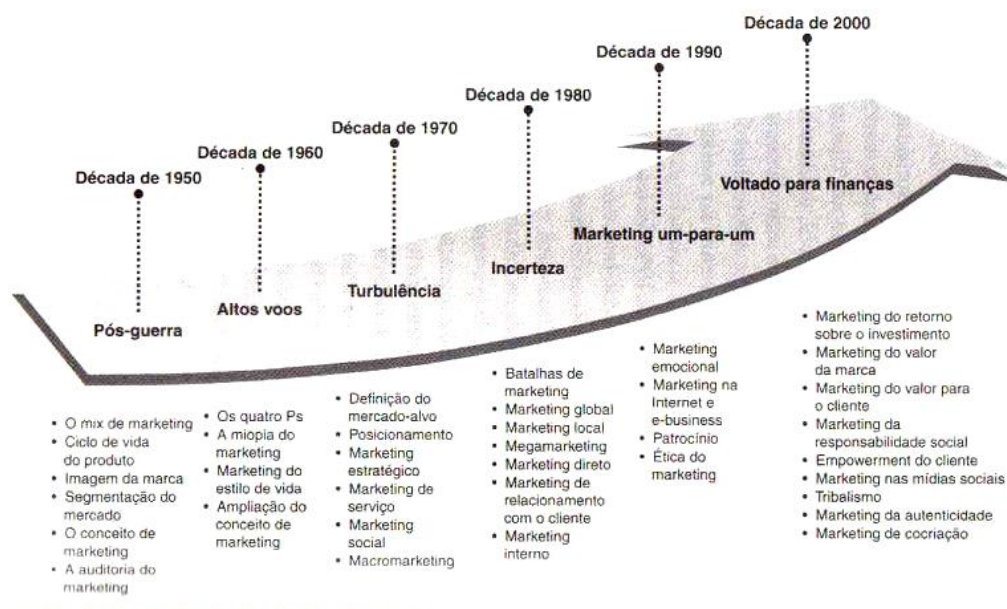


Figura 2 – Evolução do marketing
Fonte: Kotler; Kartajaya; Setiawan, 2010, p. 32

Com o fim da Segunda Guerra Mundial, em 1945, correntes psicológicas, como o Behaviorismo⁵, surgiram para estudar práticas de persuasão social. Na década de 50 foram identificadas três áreas diferentes de pesquisa. “A primeira área focou no psicológico emocional e irracional determinantes do comportamento do consumidor. A segunda focou nos

⁵ O americano John B. Watson foi o primeiro teórico a usar o termo Behaviorismo em um artigo publicado no ano de 1913, cujo título era “Psicologia: como os behavioristas a veem”. Nesta corrente psicológica, o comportamento tornou-se objeto da Psicologia de forma que fosse possível realizar experiências com intenção de observar e mensurar o comportamento humano por meio do mecanismo estímulo-resposta.

determinantes sociais deste comportamento. E a última área de pesquisa centrou-se nas decisões da estrutura familiar” (ARRUDA & MIRANDA, 2004, p. 45).

Um dos mais importantes conceitos da escola Administrativa foi o surgimento do marketing mix, desenvolvido por Borden (1950), que enfocava a necessidade dos administradores visualizarem a tarefa de marketing como um processo de mistura. Seu conceito integrava marketing em doze funções diferentes simultaneamente. Outra grande contribuição para esta escola foram os estudos desenvolvidos por Smith (1956), que introduziu o conceito de segmentação de mercado (ARRUDA & MIRANDA, 2004, p. 45).

Surge o *mix* de marketing⁶, ou composto de marketing, cujo conceito foi formulado por Jerome McCarthy, na década de 1960, mas foi popularizado por Philip Kotler. Segundo Kotler e Armstrong (2006), *mix* de marketing é um “conjunto de ferramentas de marketing táticas e controláveis que a empresa utiliza para produzir a resposta que deseja no mercado alvo. Consiste em tudo que a empresa pode fazer para influenciar a demanda de seu produto” (p. 47).

O termo também é usado como 4Ps, que nada mais é que as ferramentas táticas e controláveis: preço, praça, produto e promoção. Ou seja, o *mix* de marketing visa oferecer o produto certo para o consumidor, disponibilizando os produtos em um lugar de fácil acesso a esse público, valor compatível e com comunicação direcionada e eficaz.

A década de 70 é marcada por instabilidades econômicas, principalmente, por conta da crise do petróleo, um conflito iniciado pela disputa entre árabes e israelenses, por isso era necessário planejamento, ambiente propício para surgir o marketing estratégico:

A função do marketing estratégico é seguir a evolução do mercado de referência, identificar os diferentes produtos-mercado e segmentos atuais ou potenciais, na base da análise de necessidades a satisfazer, e orientar a empresa para as oportunidades existentes ou criar oportunidades atrativas, ou seja, bem adaptadas aos seus recursos e ao seu saber-fazer, que oferecem um potencial de crescimento e rentabilidade (ZENONE, 2007, p. 24).

Dentro desse contexto, com a evolução do consumo e da sociedade, o conceito de marketing se expande e engloba organizações sem fins lucrativos que visam ao bem-estar da sociedade. Com isso, surge o termo marketing social usado pela primeira vez por Kotler e

⁶ Termo cunhado por Neil Borden.

Zaltman nos Estados Unidos, em 1971. Na tabela a seguir, podemos visualizar como esse tipo de marketing, que surgiu na década de 1970, se desenrola nos dias atuais:

Quadro 1: A trajetória do marketing social

1960 - 1970: os profissionais de marketing perceberam que a sociedade estava mudando, assim como os padrões comportamentais assumidos pelos consumidores. Desse modo, o desafio do marketing foi colocar o bem-estar da comunidade acima do individual, do consumidor. Nessa época, a polêmica estava direcionada aos aspectos éticos, já que havia dificuldade em conceituar o que seria, precisamente, causa social, da mesma forma que a aplicação de técnicas e estratégias do marketing tradicional às causas de mudanças sociais.
1980 - 1990: não houve mais discussão a respeito dos conceitos e práticas do marketing social. Assim, aumenta a aceitação e inicia uma estabilização em termos acadêmicos do marketing social, bem como do marketing para organizações sem fins lucrativos e é caracterizada por uma adaptação da teoria à prática.
1990 - dias atuais: As discussões acerca de marketing social voltaram-se também para as organizações que visam lucro. Sendo assim, os termos marketing societal, marketing para a causa social, filantropia empresarial, consumismo, responsabilidade social passaram a fazer parte do escopo de discussões e pesquisas dos profissionais de marketing.

Fonte: VIEIRA, 2010

A década de 80 foi marcada por um crescimento econômico lento – reflexo da crise dos anos anteriores –; e muitos centros empreendedores migraram para a Ásia. Era necessário ampliar os 4Ps e somar outros, como: pessoas, processos, provas físicas, opinião pública e poder político⁷. Neste período, o marketing que tinha características táticas passou atuar como estratégia. Por exemplo, o marketing de relacionamento com cliente foi uma saída para fidelizá-los a marca. Segundo Gummesson (1999), o marketing de relacionamento se baseia em três aspectos: relacionamento, rede e interação. Apesar de oferecer atendimento específico a cada cliente (é fácil observar que os bancos adquiriram essa ideia e a empregam como premissa básica), o marketing de relacionamento envolve uma série de aspectos interligados.

Em 1989, a Guerra Fria chegava ao fim e é o período simbólico do início da globalização. O computador passa a ser comercializado, principalmente nos Estados Unidos. E a democratização da Internet tem o seu início. Ou seja, a década de 1990 é marcada pela interação e pela troca de informações que se tornam ascendentes nas vidas das pessoas. Com a disseminação de informação pelo mundo, inclusive sobre o conceito de marketing, os profissionais dessa área passaram a focar nas emoções humanas. Então, surgem novos

⁷ “A opinião pública e o poder político foram acrescentados por Kotler em 1984; pessoas, processos e provas físicas foram acrescentados por Boom e Bitner em 1984” (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2010, p. 52).

conceitos, como: marketing emocional, experimental e valor da marca. “Para gerar demanda, não bastava apenas atingir a mente do cliente com o clássico modelo de posicionamento. Era necessário atingir o coração do cliente” (KOTLER, KARTAJAYA; SETIAWAN, 2010, p. 31), é com esse conceito que cria-se o Marketing 2.0, caracterizado a seguir.

1.2.2 Marketing 2.0, coração e mente

Gírias, verbos, comunidades e maneira de se comportar foram criadas pela cultura cibernética. A comunicação não escapou da apropriação dos jargões dessa onda. É comum escutar e utilizar termos como Jornalismo 2.0 e Marketing 2.0 (e ainda tem o 1.0 e o mais evoluído 3.0).

O Marketing 2.0 surgiu na atual era da informação – cujo núcleo é a tecnologia da informação. A tarefa do marketing já não é mais tão simples. Os consumidores de hoje são bem informados e podem facilmente comparar várias ofertas de produtos semelhantes. O valor do produto é definido pelo cliente. (...). O profissional de marketing precisa segmentar o mercado e desenvolver um produto superior para um mercado-alvo específico. (...). Os profissionais de marketing de hoje tentam chegar ao coração e a mente do consumidor (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2010, p. 4).

Se o Marketing 2.0⁸ nasceu no atual contexto da Era da Informação, o Marketing 3.0 tende a se intensificar com a disseminação de relacionamentos sociais.

O marketing precisará evoluir para um terceiro estágio no qual se dirija ao espírito dos consumidores. Os profissionais de marketing terão de tentar entender as ansiedades e os desejos dos consumidores e fazer o que Stephen Covey chama de “decifrar o código da alma” para se manterem relevantes. As empresas devem alcançar os consumidores como seres humanos plenos, feitos de alma, coração e espírito. O objetivo é não negligenciar o espírito (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2010, p. 40).

Kotler, Kartajaya e Setiawan se apropriaram da nomenclatura de Web para descrever a evolução do marketing. Pode-se fazer a comparação entre as três fases pela tabela a seguir:

⁸ Utiliza-se Marketing 2.0/ Marketing 3.0 em maiúscula pois é assim que os autores do termo, no livro *Marketing 3.0*, usam.

Quadro 2 – As Diferenças entre Marketing 1.0, 2.0 e 3.0

	Marketing 1.0 Marketing centrado no produto	Marketing 2.0 Marketing voltado para o consumidor	Marketing 3.0 Marketing voltado para os valores
Objetivo	Vender produtos	Satisfazer e reter os consumidores	Fazer do mundo um lugar melhor
Forças propulsoras	Revolução Industrial	Tecnologia da informação	Nova onda de tecnologia
Como as pessoas veem o mercado	Compradores de massa, com necessidades físicas	Consumidor inteligente, dotado de coração e mente.	Ser humano pleno, com coração, mente e espírito
Conceito de marketing	Desenvolvimento de produto	Diferenciação	Valores
Diretrizes de marketing da empresa	Especificação do produto	Posicionamento do produto e da empresa	Missão, visão e valores da empresa
Proposição de valor	Funcional	Funcional e emocional	Funcional, emocional e espiritual
Interação com consumidores	Transação do tipo um-para-um	Relacionamento um-para-um	Colaboração um-para-um

Fonte: KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2010, p. 6

As diferenças entre esses tipos de marketing ficam visíveis no quesito “Objetivo” e “Como as pessoas veem o mercado”. Essas transformações refletem o pensamento dos veículos jornalísticos ao pensar o seu público-alvo e na função dos comunicadores nas organizações. Do objetivo único de promover a venda, o marketing evolui para uma direção de caráter institucional, primeiro para fidelizar os consumidores e, na fase três, “as empresas mudam da abordagem centrada no consumidor para a abordagem centrada no ser humano, e na qual a lucratividade tem como contrapeso a responsabilidade corporativa” (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2010, Introdução).

Partindo desse contexto, segundo o HSMManagement (2012), o *branding* é a continuação e a negação da Revolução Industrial. É um desdobramento por se tratar de um “relacionamento entre produção e consumo”. E é considerado negação, porque *branding* “é o

princípio da desmaterialização da economia, em que cada vez mais operaremos com bits simbólicos e menos com átomos, em todas as relações com os *stakeholders* das empresas” (p.36). Fazendo uma relação com a tabela percebemos que o *branding* surge concatenado ao Marketing 2.0 e nada mais é que “o instrumento de gestão potencialmente mais eficaz na construção de valor e de sustentabilidade na vida das organizações” (HSMManagement, 2012, p.35). Por ele se pautar em relacionamento, é relevante abordar a profissão de relações públicas, já que é uma atividade que proporciona o contato entre marca e públicos

1.2.3 Relações Públicas, pautando relacionamentos

Segundo a Associação Brasileira de Relações Públicas⁹, entende-se por relações públicas “o esforço deliberado, planejado, coeso e contínuo da Alta Administração para estabelecer e manter uma compreensão mútua entre uma organização pública ou privada e seu pessoal, assim como entre essa organização e todos os grupos aos quais está ligada direta ou indiretamente”.

Como lembra Canfield, Relações Públicas não são apenas uma filosofia e uma função administrativa, mas também uma técnica de comunicação por meio da qual o público toma conhecimento dos propósitos e realizações da organização (REGO, 1986, p. 91 - 92).

O nome da profissão como se conhece hoje foi formulada, quando, em 1882, William H. Vanderbilt, filho do empreendedor norte-americano Comodoro Cornelius Vanderbilt, proferiu a expressão: *The public be damned* (O público que se dane) a um grupo de jornalistas de Chicago.

Entre os anos de 1903 e 1914, os Estados Unidos foram marcados por crises políticas, em que estouraram denúncias de corrupção presentes tanto no âmbito governamental como no privado. Essa situação foi ocasionada pelo descontentamento dos cidadãos que, ao perceber a concentração de riqueza nas mãos de poucos, se organizaram em grupos para protestar e reivindicar melhores condições de vida.

A partir dessa situação político, econômica e social no país, em 1906, Ivy Lee criou o primeiro escritório de Relações Públicas, em Nova Iorque. O seu primeiro cliente pessoal foi o empresário John D. Rockefeller Júnior, que era considerado um dos homens mais ricos da época e estava com a sua reputação ameaçada. Desse modo, Lee teve a oportunidade de

⁹ www.abrpsp.org.br/.

aplicar as primeiras técnicas de Relações Públicas, principalmente, de ressaltar a imagem positiva de Rockefeller. Com esse case, a significância da opinião pública começou a ser notada e a profissão de relações públicas reconhecidas.

A partir daí, inúmeras organizações passam a pensar na opinião pública e incentivar estratégias de relações públicas, não só para destacar aspectos positivos da empresa, mas para manter um relacionamento mais humano com o público.

No Brasil, essa atividade foi instaurada com a criação do Departamento de Relações Públicas da empresa multinacional Companhia de Eletricidade de São Paulo, em 1914. Foi por um engenheiro dessa companhia, o Eduardo Pinheiro Lobo, que a atividade de relações públicas, inicialmente, foi exercida. A função dele era “cuidar das relações da companhia com os seus usuários e dos contatos com autoridades municipais e estaduais” (PINHO, 1990, p. 26).

Não é consensual, mas é possível traçar um ponto comum entre as definições e demarcações das atividades desempenhadas pela profissão: planejamento, desenvolvimento e resultado de comunicação; controle de relacionamento entre os públicos e gestão de crises. Em suma, o relações públicas deve manter a boa imagem da empresa perante todos os seus públicos, de modo que este consiga controlar o fluxo das mensagens difundidas pela organização (FRANÇA, 2002).

Percebe-se que a imagem da marca deve ser construída a partir da sua identidade. Kotler, Kartajaya e Setiawan argumentam que o Marketing 3.0 é uma consonância entre três conceitos, os 3Is: identidade, integridade e imagem da marca. Por isso, nos próximos itens será abordada a diferença entre identidade e imagem da marca. Mas antes, uma breve explicação sobre marca.

1.3 MARCA SEM SEGREDOS

A definição válida para o senso comum de marca converge com a noção de logotipo. O logotipo é uma fatia do significado de marca que carrega características mais simbólicas que realmente visuais gráficas.

Uma marca é um nome diferenciado e/ou símbolo (tal como um logotipo, marca registrada ou desenho de embalagem) destinado a identificar os bens ou serviços de um vendedor ou de um grupo de vendedores e a diferenciá-los.

esses bens e serviços daqueles dos concorrentes. Assim, a marca sinaliza ao consumidor a origem do produto e protege, tanto o consumidor quanto o fabricante, dos concorrentes que oferecem produtos que pareçam idênticos (AAKER, 2000, p. 7).

Segundo Pinho (1996), desde quando o homem passou a viver em sociedade, produtos e ações eram simbolizados com a intenção de se diferenciarem. Quando o homem ainda era nômade e vivia em cavernas, os desenhos rupestres eram marcas para diferenciar as ações e tarefas de um indivíduo perante o grupo. Na Antiguidade Grega, por exemplo, o porta-voz oficial gritava para anunciar a chegada de navios com determinado tipo de carga. Ou seja, era a marca de determinado cargueiro.

Já na Idade Média, a marca era uma forma de medir a quantidade e a qualidade de um produto, características que se aproxima do significado que conhecemos hoje (PINHO, 1996). Mas foi recentemente, na década de 1960, que o Comitê de Definições da *American Marketing Association* definiu o termo como:

A name, term, design, symbol, or any other feature that identifies one seller's good or service as distinct from those of other sellers. The legal term for brand is trademark. A brand may identify one item, a family of items, or all items of that seller. If used for the firm as a whole, the preferred term is trade name (www.marketingpower.com)¹⁰.

A marca é uma forma de iniciar uma empresa. Ela começa “a ser definida junto com a escolha dos sócios e de todos os documentos exigidos legalmente para a abertura do negócio” (GUILLERMO, 2007, p. 15). Segundo Kotler (1998, p. 393), “uma marca representa a promessa de o vendedor entregar um conjunto específico de características, benefícios e serviços aos compradores”. O autor ainda afirma que uma marca é constituída por até seis níveis que podem se apresentar na mente do consumidor/cliente: atributos, benefícios, usuários, valores, cultura e personalidade.

Atributos se relacionam com as propriedades do produto, por exemplo, uma determinada revista oferece fotorreportagens de qualidade e colunas opinativas consistentes aos seus leitores. *Benefício* diz respeito ao emocional e funcional. Seguindo o mesmo exemplo, funcional porque você se informou com a publicação e emocional porque você foi o leitor quem pediu o tema de uma matéria. *Usuários* é o público que a marca abrange, no caso, o tipo de leitor a que a revista está destinada. *Valor* significa que a marca diz algo a mais

¹⁰ Um nome, termo, design, símbolo, ou qualquer outra característica que identifique um bom vendedor ou serviço como distintos dos outros. A condição de uma marca é ter características únicas. A marca deve identificar um item, uma família de itens ou todos os itens vendidos. Se for usado para designar uma firma como todo, o termo preferido é nome comercial (e não marca). (Tradução nossa).

sobre a empresa, ou seja, a revista é séria e pensa sempre nos leitores. A marca pode representar certa *cultura*, como, por exemplo, a revista X está presente com o leitor nos momentos de entretenimento. E a marca pode atribuir certa *personalidade*, quem lê a tal revista tem *status* de bem informado, coerente e bem-sucedido.

Conforme o autor, os três primeiros têm relação com a imagem da marca, o que/como o público da marca a vê no mercado. E as três últimas se relacionam a identidade da marca.

O Marketing 1.0 e o Marketing 2.0 ainda terão alguma relevância. O marketing ainda tem a ver com desenvolver a segmentação, escolher o segmento-alvo, definir o posicionamento, oferecer os 4Ps e construir a marca em torno do produto. No entanto, as mudanças no ambiente de negócios – recessão, preocupações com o meio ambiente, novas mídias sociais, empowerment do consumidor, nova onda tecnológica e globalização – continuarão provocando mudanças maciças nas práticas de marketing (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2010, p. 34).

Portanto, as mídias sociais e a tecnologia *mobile* transformaram a forma de se fazer marketing. Kotler (1998) ainda argumenta que as pessoas confiam mais em outras pessoas como elas do que nas empresas ou marcas. Por isso, o papel das mídias sociais e a portabilidade delas transformarão o rumo da comunicação como um todo.

Marketing significa definir com clareza sua identidade e fortalecê-la com integridade autêntica para produzir uma imagem forte (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2010). Essa definição serve de pontapé para discorrer sobre imagem, identidade e *branding*, que já foi um pouco aclarado.

1.3.1 *Branding*, garantia de valorização

Guillermo (2007) traduz o termo *branding* como estratégia e gestão de marcas em todas as instâncias. O autor acredita que todos os departamentos da organização devem trabalhar para a construção de uma marca. “Depois de a identidade ser definida, as estratégias de aplicação da marca devem ser gerenciadas e acompanhadas para garantir essa identidade e para valorizar a própria marca” (p. 33).

Conforme Aaker (2000), o *branding* objetiva: mensurar a influência que a marca tem sobre o consumidor, principalmente em uma relação afetiva e emocional que a marca desperta; analisar o valor do produto e o preço, ou seja, como o público percebe a questão monetária do produto/serviço; observar por meio de pesquisas a evolução do público; refletir

sobre como é a relação do consumidor com outras marcas; e refletir sobre de que modo é mais eficiente investir em comunicação e propaganda.

O HSMmanagement (2012) pontua cinco ferramentas do *branding*: extensão da marca, arquitetura da marca, reputação, valor econômico e propósito.

“Tudo indica que crescimento é um dos dispositivos de adaptação e seleção natural. Não crescer é um sinal de que algo não vai bem” (HSMMANEGEMENT, 2012, p. 37). E uma das soluções é a *extensão da marca* que é a expansão, ampliação e crescimento da marca no mercado que ela já tem reconhecimento.

A *arquitetura* da marca estabelece um vínculo entre as marcas da empresa (produto e serviços) com a marca corporativa – resumidamente, é a que gera significados dentro da organização e que fortalece os negócios (CARNEIRO, 2011) –; é a forma como essa relação é organizada.

A reputação corporativa:

- Dá paternidade ou endosso às marcas de produtos e serviços.
- Concentra e corporifica melhor que ninguém os valores, princípios e propósito que pautam a organização.
- Dá uma clara resposta à pergunta sobre quem assina e está por trás das marcas de produtos e serviços – aliás, uma das perguntas mais habituais hoje em dia entre consumidores.
- Contribui para alinhar estrategicamente as relações da empresa com os stakeholders (HSMMANEGEMENT 2012, p. 40).

O *valor econômico* é uma forma de ter em mente o quanto a marca tem valorização no mercado para eventuais compras e vendas, mas também o valor simbólico agregado nela. Segundo o HSMmanagement (2012), uma pesquisa feita com 50 grandes organizações brasileiras revelou que apenas 10% delas realizam periodicamente a pesquisa para identificar o valor da marca.

“Se sua marca deixasse de existir amanhã, o que o mundo perderia?” (HSMMANEGEMENT, 2012). A resposta envolve o conceito de *propósito da marca* que é diferente da missão e valor da marca, “porque nasce da alma da empresa e não de sua comparação com os concorrentes. É a matéria-prima simbólica responsável por sua fundação, o sonho original que inspira sua existência” (p. 44). Esta ferramenta de *branding* se aproxima do objetivo do Marketing 3.0 presente no Quadro 3.

No cenário atual, as marcas buscam estar onde o público está. Por isso, é comum ver inúmeras marcas, inclusive grandes revistas já consolidadas no mercado brasileiro, com *fan pages* no Facebook e perfil no Twitter. As mídias sociais na comunicação, antes de mostrar a evolução tecnológica, são onde “se encontra a simples percepção de que redescobrimos nosso direito inerente de sermos criativos e de participarmos da experiência criativa” (BROGAN, 2012, p. 57).

Agora, faz-se necessário explanar sobre os aspectos que o *branding* procura manter e evoluir. A manutenção é sobre a identidade, já que ela é o primeiro passo na construção de uma marca. E evoluir a imagem, pois ela não é perene e tende a se modificar conforme a gestão de marcas.

1.3.2 O DNA da marca

O *branding* administra o posicionamento, ou seja, como os indivíduos percebem a marca no mercado. Essa percepção produzida está relacionada com mais dois conceitos: a identidade e a imagem de uma marca. Esses termos que se parecem iguais escondem diferenças importantes.

Como foi visto, a imagem tem ligação com atributos, benefícios e usuários da marca e a identidade com valores, cultura e personalidade. A imagem é um conceito de recepção, vincula-se ao modo como os consumidores enxergam a marca. De acordo com Kapferer (2003, p. 86), “a imagem trata da maneira pela qual esse público decodifica o conjunto de símbolos provenientes dos produtos, dos serviços e das comunicações emitidas pela marca”.

Esse conjunto simbólico representa percepções que, conforme Ruão (2003, p. 16) “podem não reflectir uma realidade objectiva, mas que têm influência no momento da compra e, logo, no resultado final da empresa”¹¹. É um modo de gerar credibilidade e desenvolver bases sólidas do valor das marcas, por isso, a imagem tem um papel atuante nas tomadas de decisões de compra.

“A imagem é um resultado, uma decodificação. Sob um plano administrativo, a identidade precede a imagem. Antes de ser representada na imaginação do público, é preciso saber o que se deseja apresentar” (KAPFERER, 2003, p. 86). Já a identidade é um conceito de emissão, entrelaçado na raiz da organização, assim como a identidade cultural de cada um e as digitais dos dedos de cada indivíduo. Ou seja, é única.

¹¹ Sic: português de Portugal.

Identidade é aquilo que parece ter se originado de um único emissor, por via da multiplicidade de produtos, ações e mensagens. Isso é importante, pois quanto mais a marca se estende, se diversifica, mais os compradores têm, por vezes, a sensação de estarem lidando com diferentes marcas, e não com um único emissor. Se cada produto, cada ação de comunicação deixa um sulco, o conjunto desses sulcos não parece emanar de um mesmo projeto, de uma mesma marca (KAPFERER, 2003, p. 83).

A identidade de uma marca é uma forma de diferenciar os concorrentes. Por isso, todas as ações de uma empresa devem estar baseadas para a construção da identidade. Kepferer (2003) acredita que para a edificação da identidade, a organização deve responder qual é a sua: visão, diferença, permanência, valores e reconhecimentos.

O autor apresenta um prisma como representação da identidade da marca. Assim, como a figura a seguir:

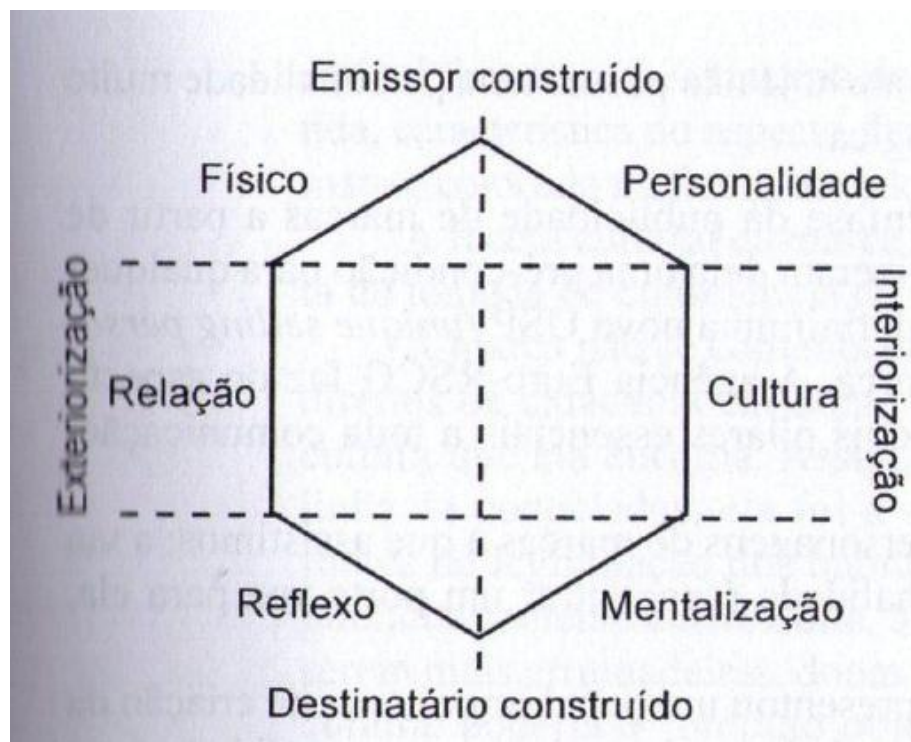


Figura 3 – Prisma da Identidade
Fonte: KAPFERER, 2003, p. 91

Conforme a figura, o lado esquerdo configura aspectos exteriorizados, como físico, relação e reflexo. E do lado direito, os aspectos de interiorização das marcas, como: personalidade, cultura e mentalização.

O *físico* são todas as características que imediatamente aparecem na mente do consumidor, o logo se encaixa aí. A *personalidade* é a personificação da marca, transformá-la em uma pessoa, para conseguir especificar todas as características físicas e “psicológicas”. A faceta de *relação* diz respeito à maneira como o consumidor quer se relacionar com a marca. A *cultura* representa os valores e ideias motivadoras que dirigem a marca. O *reflexo* tem ligação como o consumidor é projetado no produto/serviço da marca. E a *mentalização* é ao contrário, ou seja, como a marca é vista pelo consumidor quando ela é consumida por ele. Depois de esclarecer o cenário teórico de Comunicação Organizacional, focando principalmente em marca, faz-se necessário explicar sobre as ondas tecnológicas que aconteceram, segundo Dizard (2000 apud BASSETTO, 2008), e fizeram também o marketing se deslocar para o sentido institucional. A pesquisa clarificará conceitos, funcionamento e ideias do jornalismo de revista e das mídias sociais/internet, pautando principalmente com as teorias de Fátima Ali, Marília Scalzo, Pollyana Ferrari e Raquel Recuero.

2 REVOLUÇÃO DAS MÍDIAS

Segundo Dizard (2000 apud BASSETTO, 2008), a comunicação passou por três grandes revoluções: a primeira foi a invenção da escrita, depois a criação da prensa e dos tipos móveis por Gutenberg e, por fim, a informatização da imprensa pelo avanço tecnológico. Neste capítulo, haverá a explanação sobre a criação de Gutenberg, focando no segundo e no terceiro momento: produção de revista e o uso da internet das mídias sociais pela imprensa, mais especificamente o uso da Internet e das mídias sociais nas redações como forma de relacionamento com o público.

2.1 SEGUNDA ONDA: A VEZ DAS REVISTAS

A invenção da prensa resultou na massificação de exemplares de livros, jornais e revistas, fazendo nascer a imprensa escrita. A primeira revista foi publicada em 1663, na Alemanha, e chamava-se *Erbauliche Monaths-Unterredungen* (ou *Edificantes Discussões Mensais*). “Tinha cara e jeito de livro e só é considerada revista porque trazia vários artigos sobre um mesmo assunto – teologia – e era voltada para um público específico” (SCALZO, 2006, p. 13). Mas foi em 1704, quando Daniel Defoe¹² lançou a *Weekly Review of the Affairs of France*, em Londres, que o termo “revista” foi usado pela primeira vez.

Segundo Nascimento (2002), define-se revista como “uma publicação periódica de formato e temática variados que se difere do jornal pelo tratamento visual (melhor qualidade de papel e de impressão, além de maior liberdade na diagramação e utilização de cores) e pelo tratamento textual” (p.18).

No Brasil, *As Variedades* foi a primeira revista a surgir, em 1812, em Salvador. Ela também tinha cara e jeito de livro, e discutia assuntos como moral, costume e virtude da sociedade da época. A segmentação de assunto acontece em 1827, com o *Propagador das Ciências Médicas*, destinada à categoria médica. *A Marmota na Corte*, em 1849, inicia “a era das revistas de variedades – que abusam das ilustrações, dos textos mais curtos e do humor” (SCALZO, 2006, p. 29).

[No Brasil] No início do século XX, na chamada *Belle Époque*, ocorre uma série de transformações científicas e tecnológicas, que vão se refletir na vida

¹²Escritor de *Robinson Crusoe*.

cotidiana e na remodelação das cidades. As revistas acompanham essa euforia – centenas de títulos são lançados – e, com as inovações na indústria gráfica, apresentam um nível de requinte visual antes inimaginável (SCALZO, 2006, p. 29).

A seguir, uma tabela que contém resumidamente a linha cronológica do nascimento das revistas que fizeram a diferença no mundo:

Quadro 3: Revistas que fizeram História

História que vale ler

Publicações do século 19 atingiam circulação de 300 mil exemplares

1663 - ERBAULICHE MONATHS-UNTERREDUNGEN

Criada por um teólogo e poeta chamado Johann Rist, da cidade de Hamburgo, na Alemanha, essa foi a primeira revista de que se tem notícia. As Edificantes Discussões Mensais foram publicadas até 1668.

1693 - LADIE'S MERCURY

O jornalista inglês John Dunton foi responsável por essa pioneira revista feminina, um segmento que faria grande sucesso. Três anos antes de lançá-la, Dunton havia editado a *Athenian Gazette*, destinada a responder "todas as questões curiosas". A *Athenian* deu experiência a Dunton para preparar uma publicação dedicada ao "belo sexo".

1731 - THE GENTLEMAN'S MAGAZINE

Publicada na Inglaterra por Edward Cave, é considerada a primeira revista moderna. A maior parte de suas páginas era dedicada ao entretenimento, incluindo ensaios, textos de ficção e poemas. Mas havia ainda comentários políticos e críticas.

1842 - THE ILLUSTRATED LONDON NEWS

O inglês Herbert Ingram acreditava que revistas ilustradas seriam um sucesso comercial. Sua publicação semanal *The Illustrated London News* provou que ele estava certo. Ela foi a primeira revista a utilizar gravuras para acompanhar o texto dos artigos. A inovação inspirou outras revistas ilustradas na época.

1855 - LESLIE'S WEEKLY

Foi uma das primeiras revistas americanas a utilizar ilustrações. Na segunda metade do século XIX, tinha uma circulação média de 100 mil exemplares. Entretanto, esse número triplicava de acordo com o assunto tratado na edição. Durante a Guerra Civil Americana (1861-1865), a publicação inovou, mandando 12 correspondentes para cobrir o conflito.

1888 - NATIONAL GEOGRAPHIC

Publicada até hoje, é uma das revistas científicas mais importantes do mundo, financiando expedições e explorações. Foi uma das primeiras a publicar fotos coloridas, além de ser pioneira em vários tipos de imagens, como do fundo do mar, do espaço e de animais selvagens.

1892 - VOGUE

Inicialmente, essa revista americana, fundada por um editor aristocrata chamado Arthur Turnure, era dedicada aos luxos e prazeres da vida, além das reportagens sobre moda, é claro. O público alvo da *Vogue* era a rica elite da cidade de Nova York do final do século 19. Sua reputação como bíblia da moda se mantém até hoje.

1925 - THE NEW YORKER

Fundada pelo editor americano Harold Ross, ficou famosa pelo humor e pela qualidade dos textos literários. Ela começou tratando da vida cultural e social de Nova York, mas logo abriu espaço para críticas, textos de ficção e reportagens. Entre seus colaboradores estão grandes escritores do século XX, como Dorothy Parker e J.D. Salinger.

1928 - O CRUZEIRO

Uma das revistas mais importantes do Brasil. Foi fundada pelo jornalista Assis Chateaubriand. O primeiro número da *Cruzeiro* - ainda sem o "O" - teve tiragem de 50 mil exemplares, trazendo contos e, principalmente, grandes reportagens, ilustradas com desenhos e fotografias.

1936 - LIFE MAGAZINE

Fundada pelo editor americano Henry Luce, ela foi a revista mais importante e influente da história do fotojornalismo. Para se ter uma idéia, sua primeira edição tinha 96 fotografias de página inteira. A publicação deixou de circular semanalmente em 1972.

Quadro retirado do site Mundo Estranho e editado pela pesquisadora¹³

Como foi visto, em 1928, nasce um fenômeno editorial brasileiro: *O Cruzeiro*. O “pai” desse produto que propunha grandes reportagens, fotojornalismo e qualidade no material era Assis Chateaubriand, um jornalista e empresário – o primeiro imperador das comunicações no Brasil –; “mas a ética não era o seu forte. Usava seu poder de comunicação para apoiar ou desbancar políticos de acordo com seus interesses” (ALI, 2009, p. 354). Mas, seis anos antes, a *Klaxon* revolucionou e divulgou a arte no país, foi uma das difusoras da Semana de Arte Moderna de 1922.

A década de 1930, englobando o ano de 1929, além da *Life*, fomentou revistas especializadas, como: a *The Business Week* (a maior revista de negócios, impressa em Nova York), a *Fortune* (revista de luxo quinzenal desenvolvida também por Henry Luce), revistas de supermercados (*Woman's Day* e *The Family Circle*), a *Esquire* (a primeira revista masculina moderna).

Após os horrores da Segunda Guerra Mundial, o mercado investiu em segmentos que oferecessem dicas de conforto e diversão. Em 1945, nasce uma revista de moda para o público feminino da classe média, a *Elle*. No Brasil, surge a *Revista do Rádio*, já que o rádio era o

¹³ Acessado dia 10 de agosto de 2012.

maior veículo que interligava o público. Ela trazia notícias e informação de entretenimento, como os duelos de cantoras famosas da época.

Na década seguinte, o fenômeno brasileiro *Manchete* ultrapassou o *Cruzeiro*. Também semanal, a identidade da capa (título, logotipo e fórmula) foi inspirado da revista francesa *Paris Match*. A *Manchete* era composta por vários escritores/redatores de ponta, como: Carlos Drummond de Andrade, Manuel Bandeira e Rubem Braga. Mais tarde, o criador da *Manchete*, Adolpho Bloch, criaria um grupo, a qual engloba a *TV Manchete*. Em 1953, nos EUA, surge a *Playboy*, uma revista masculina que mostrava o padrão da mente social da época e tornou o nu feminino aceitável.

Surge no Brasil, nos anos 1960, a *Quatro Rodas*, a *Claudia*, a *Realidade* que “entrou para a história do jornalismo brasileiro ao introduzir um modo de reportar inédito, ao abrir uma janela que mostrou o Brasil para os brasileiros; ao encantar seus leitores com seu texto quase literário” (ALI, 2009, p. 371) e a *Veja*. Nos EUA, surge a *Cosmopolitan* (que na década seguinte, no Brasil, se transformaria em *Nova*) e a *Rolling Stone* (ícone da cultura pop).

Entre 1970 e 1980 surgiram várias sobre artistas e vida saudável. Ou seja, as revistas se transformam conforme o seu tempo. Fátima Ali (2009) afirma que revista e sociedade têm uma relação próxima. “Algumas vezes elas são um reflexo da sociedade e se adaptam às mudanças morais, éticas, sociais, econômicas, políticas e aos movimentos do mercado; outras, ao contrário, a sociedade se reflete nelas” (p. 306). A autora ainda afirma que é um formato que tem um alto índice de “mortalidade”. Ou seja, por essa relação próxima com a sociedade, a revista desaparece com facilidade, torna-se desatualizada juntamente com as rápidas mudanças culturais.

2.1.1 O universo do jornalismo em revista

Retomando, até o início do século XIX, as revistas apresentavam um conteúdo com temas específicos e se assemelhavam muito a um livro didático. A partir de então, as páginas começaram a ganhar títulos de assuntos gerais que tratavam de um fato político até uma dica de lazer¹⁴. Essa variedade, que preenche as seções fixas das revistas, atribui a sensação de que aquelas folhas são um pacote de informação, a “janela do mundo” (GOULART, 2006) para o leitor. É uma forma de esse veículo estar presente na vida do consumidor.

¹⁴ Informações da Revista Digital *Mundo Estranho*: <http://mundoestranho.abril.com.br/materia/como-surgiram-as-revistas>. Acessado dia 2 de agosto de 2012.

Como o mercado está recheado de títulos, o jornalista de revista mergulha no universo do seu público para que todos os aspectos editoriais compreendam as expectativas dele. O leitor é exigente e espera achar aquilo que quer. Por isso é necessário imergir no mundo para quem se escreve, da abordagem à forma de diagramar, uma matéria depende do perfil do público-alvo.

Revista é relacionamento. Boas revistas – como nenhum outro meio – estabelecem um clima de intimidade e amizade, inspiram lealdade e afeto. Quando o relacionamento existe, o leitor inevitavelmente responde, e muitas vezes apaixonadamente. Se, ao contrário, houver um distanciamento, ele se afasta (ALI, 2009, p. 32).

Além disso, por conhecer a fundo o seu público, apresenta produtos específicos e que estudam as novas tendências de crescimento do mercado. Ou seja, o jornalista de revista precisa estar atento às mudanças e, principalmente, perceber a aproximação delas. Uma ferramenta importante e auxiliadora para o jornalista é descobrir a fundo o público e suas necessidades por meio de pesquisa.

Há diversos métodos a serem realizadas, até mesmo informalmente, por telefone, ou pessoalmente com um leitor que visita a redação, é um bom parâmetro para analisar e pensar (ou repensar) a linha editorial. As pesquisas se baseiam quantitativa ou qualitativamente. Ali (2009) afirma que o pessoalmente é mais eficaz, talvez por oferecer uma gama de gestos e signos não linguísticos dos entrevistados, como roupa, modo de se sentar e falar, que torna mais eficiente e segura a pesquisa. Além disso, encarte em revistas e questionários *on-line* são outras formas de saber o que o leitor gostaria. Mas esse saber não é dado tão objetivamente, a equipe deve se reunir, analisar os dados e depois pensar em estratégias editoriais para beneficiar o leitor, mas, é claro, sem perder a identidade do produto.

O conceito da revista sempre deve ser mantido e é um dos principais fatores que faz de uma magazine se sustentar no mercado volátil por tanto tempo. Segundo Ali (2009), os principais componentes do conceito são: a missão, o título e a fórmula.

Missão editorial “é como uma bússola que os navegadores consultam em busca de direção” (Ali, 2009, p. 47). Ela deve ser escrita a partir da função da revista (divertir, informar, criticar...), conter o perfil do público de forma descritiva e diferenciar o conteúdo das concorrentes e, depois, compartilhar entre todos da equipe.

O título da revista, segundo Ali (2009), deve ser objetivo, ou seja, dizer rápido para o que e para quem serve; curto, pois é fácil de criar um logo e ficar marcado na mente dos leitores em potencial; e diferente dos concorrentes.

Já a fórmula editorial é a maneira como o conteúdo da revista está disposto, o que o leitor pode esperar encontrar. Geralmente, uma magazine é dividida em: seções fixas, colunas e matérias (reportagens, entrevistas). Então, a fórmula define:

1. Número de páginas: o total delas, quantas para o editorial, quantas para os anúncios;
2. Número, conteúdo e tamanho de seções fixas, colunas e matérias;
3. Espelho: a distribuição das páginas editoriais e dos anúncios ao longo da edição. (ALI, 2009, p. 56)

2.1.2 Texto: a linguagem do leitor

A linguagem, tanto textual quanto visual, é um dos elementos que vive em constante evolução e modificação. Em segmento adolescente, por exemplo, a jovem de hoje não é, não fala, não pensa, não se veste, não come como a menina de 10 (e até 5) anos atrás. Mas o que realmente faz um leitor comprar um produto novo é o apelo visual, principalmente o contido na capa. As fotos, as imagens, os ícones, as cores e a tipografia é que dão identidade a uma revista. Ou seja, é uma forma de selecionar o público e dentro dele fazer identificações com nichos mais específicos. Segundo Goulart (2006), “texto e imagem, traduzidos em matéria bem escrita e apresentação visual eficiente são as bases da revista”.

Ali (2009) informa que um bom texto deve ser: simples, claro, conciso, preciso e ter estilo. Características básicas para qualquer texto jornalístico. Segundo Scalzo (2006), a falta de encadeamento de ideia é a desmotivação que faz um leitor não terminar a leitura do primeiro parágrafo. Para isso, ela sugere “estabelecer um plano do que se vai escrever (isso serve especialmente para matérias longas) e depois procurar as melhores palavras, as melhores frases e reescrevê-las quantas vezes for necessário, ou possível” (p. 77).

A simplicidade em um bom texto consiste em escrever com uma linguagem condizente a do público, além de organizar as frases na ordem direta. “Contudo, não confundir simplicidade com vocabulário ou ideias pobres. Simples não é simplista. Simples é utilizar palavras e frases simples para transmitir os mais complexos pensamentos” (ALI, 2009, p. 258). Clareza é a forma criativa de fornecer de um modo fácil o que é complexo, pois apesar de o público ser focado, a revista conversa com diferentes tipos de leitores dentro de

um grupo específico. Ser objetivo e conciso é o papel do jornalista, até porque o espaço físico de uma revista exige concisão, “falar muito” em poucas linhas.

Além disso, a precisão que Ali se refere diz respeito à escolha das palavras, das fontes e das informações a serem usadas. O sentido de cada palavra deve ser averiguado para que seja empregado um termo com o significado mais próximo do que se quer dizer. As fontes e as informações devem ser checadas, porque são, principalmente, elas que auferem autoridade e confiança ao texto.

E por fim, o estilo do texto junto com a diagramação é que dá a cara da revista e de ser definido com a missão. Scalzo (2006) diz que o jornalista de revista deve tratar o leitor como você, como se ele fosse um amigo e estivessem batendo um papo por meio de parágrafos. Por isso, o tipo de linguagem (formal ou informal, coloquial ou gramaticalmente correta) interfere no estilo.

2.1.3 Recursos gráficos: harmonia visual

Scalzo (2006, p.39) ressalta que o ponto diferenciador de uma revista dos outros meios impressos “é o seu formato. Ela é fácil de carregar, de guardar, de colocar numa estante e colecionar”. Além de situar dentro da identidade da revista, o formato influencia no design do produto que, por sua vez, está mancomunado com a linha editorial. “Design em revista é comunicação, é informação, é arma para tornar a revista e as reportagens mais atrativas, mais fáceis de ler” (SCALZO, 2006, p. 67).

Por isso, durante a pauta de uma edição, os designers devem estar e se fazer presentes, não só para sugerir ideias, mas também para programar o prazo da equipe.

O design é o meio de levar as ideias da página para a mente do leitor, silenciosamente, claramente, memoravelmente. O texto sozinho não consegue isso. O design em si, por sua vez, não faz os leitores comprarem a revista ou voltarem a lê-la. É o produto integrado de voz e imagem que faz o leitor ver, sentir e ficar satisfeito (ALI, 2009, p. 96).

Geralmente, o diretor de arte formula um layout, em que fornece espaço para os jornalistas redatores escreverem. A partir dessa grade, os diagramadores desenharam as páginas com elementos como: fotografias, ilustração¹⁵, infográficos e tipografias. E esses elementos,

¹⁵ Alguns autores englobam tipologia e infografia como ilustração.

assim como o título no âmbito textual, são a porta de entrada para um leitor se encorajar a ler uma reportagem.

Diferentemente do jornal, a revista possui um tipo de papel propício para adquirir cores e imagens interessantes. A fotografia é uma possibilidade que a revista deve explorar (e o faz). Segundo Ali (2009), ela desperta a curiosidade do leitor. Para isso, deve ser escolhida, pensada e produzida com bastante sutileza e atenção. Desse modo, revista e fotografia (fotojornalismo) estão intimamente ligadas, foram feitas uma para a outra (SCALZO, 2006).

Ilustração nada mais é do que um desenho que, além de ilustrar a matéria, fornece informações extras (e não redundantes) ou reafirma uma ideia. “Hoje a ilustração é usada para representar temas emocionais ou abstratos, matérias didáticas nas quais é necessário dar uma instrução que não seria tão clara com fotos” (ALI, 2009, p. 190).

A tipografia é um dos elementos primordiais para compor a identidade de uma revista. Ela nada mais é do que o tipo de letra a ser usada, e isso dependerá de como e para quem a revista se portará no mercado. Segundo Ali, ao fazer um plano editorial, apesar de genericamente acharem que não, quanto menos variedades tipográficas, melhor.

Os infográficos são um conjunto de gráficos, ilustrações, textos, mapas, legendas com a intenção de deixar um assunto complexo algo mais simples e agradável. Conforme Scalzo (2006), é ótimo para descrever etapas (como ocorre o processo de aprendizagem, como funciona a dinâmica de uma redação) e para explicar coisas que são desproporcionais metricamente ao contexto do leitor (como o elétron em relação ao átomo).

Após expor alguns elementos usados nas revistas, é importante conceber uma visão do mercado de revista atual no Brasil. No próximo item, contextualizaremos o que já foi visto com o que ocorre no país hoje.

2.1.4 Como vai o mercado de revista?

Para contextualizar o período atual do mercado de revista mensal brasileiro, a pesquisa se pautará no “Estudo sobre Circulação de Revistas no Mercado Brasileiro de 2000 a 2011” realizado pelo IVC (Instituto Verificador de Circulação). O número de títulos não foi alterado, permanecendo na faixa de 9 milhões de títulos entre o período de 2000 a 2001. Houve um crescimento em número de exemplares das revistas com o preço de cinco reais ou menos. Apesar de ainda haver a predominância na venda das revistas com o valor entre cinco e dez reais, o gráfico 5 mostra que o ângulo da linha que significa números de vendas dos produtos

mais baratos é maior de que a dos mais caros. É possível afirmar que as classes com rendas menores estão consumindo mais revistas, comparado a momentos anteriores.

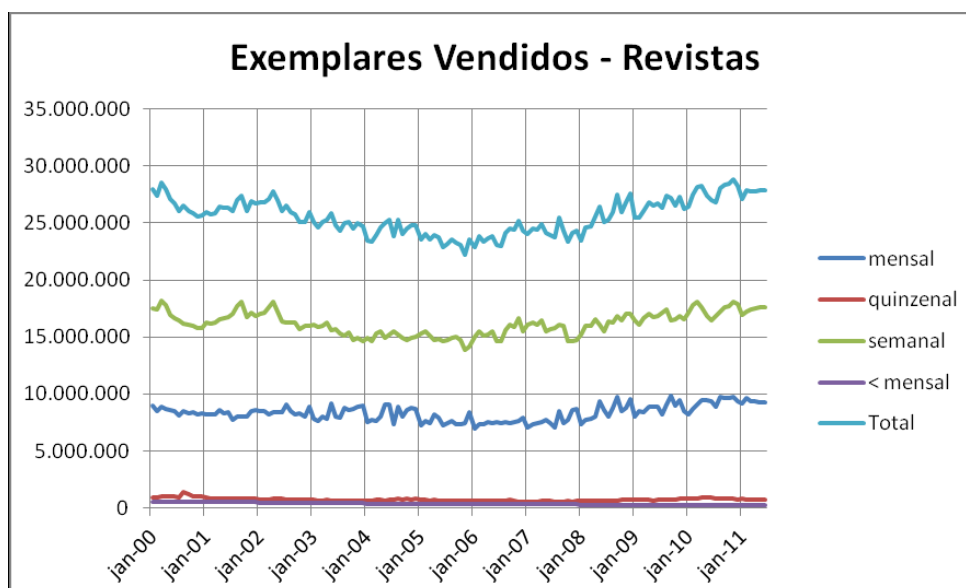


Figura 4 – Exemplares de revistas vendidos no Brasil
Fonte: Site IVC, acessado no dia 20 de junho de 2012

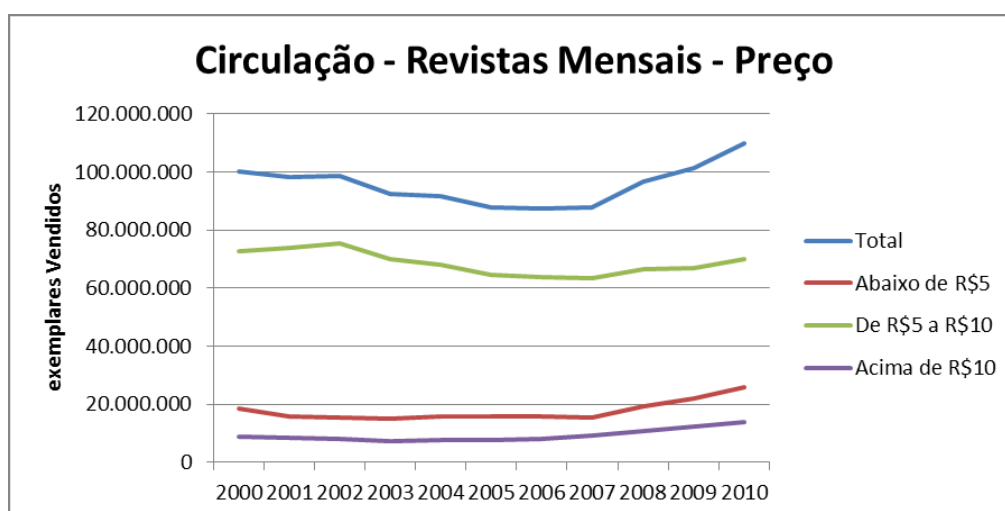


Figura 5 – Circulação de Revistas Mensais por Preço
Fonte: Site IVC, acessado no dia 20 de junho de 2012

Assim como Scalzo (2006), Dizard (2000 apud BASETTO, 2008) defende que uma tecnologia substitui a outra, mas com os meios isso não ocorre, e completa que os meios se modificam e se adaptam conforme a necessidade da época. Clarificando a última revolução que resultou no aparecimento das recentes tecnologias de informação e comunicação - e de modo especial da internet e da tecnologia mobile, construiu-se um novo espaço informativo

na sociedade. Milhares de informações circulam todos os dias por meio de novas ferramentas, como os sites de redes sociais. Desse modo, a vida, em um sentido amplo, se transforma e acompanha essas mudanças: é o efeito das redes sociais. Diante dessa constatação, é coerente aclarar o panorama contemporâneo da comunicação na Internet.

2.2 TERCEIRA ONDA: A INTERNET VEIO PARA FICAR

Depois da criação da prensa, que contribuiu com a massificação das informações impressas, as tecnologias da informação migraram para a imprensa. O impacto da chegada dos computadores e, posterior, implantação da Internet revolucionaram a forma de se comunicar e, conseqüentemente, de fazer jornalismo.

Assim como a invenção de Gutenberg, as máquinas advindas da Revolução Industrial causaram alvoroço. Segundo Pierre Lévy (2000), o ciberespaço – ou Internet – também se tornou presente e relevante nas vidas das pessoas gerando transformações, mas não passa de um processo natural da sociedade. Até porque, para o autor, o ciberespaço é fomentado pela participação expandida em vários pontos do planeta – e não somente em um grupo que tem interesse. Em qualquer lugar que se possa estar conectado a um aparelho que tenha sinal para a Internet, uma pessoa pode produzir e compartilhar conteúdos. Essa ideia, apesar de ter sido pensada há mais de década, ainda é atual e é a base da evolução Web 1.0 para Web 3.0. Antes de permear por essas nomenclaturas, faz-se necessário clarificar a origem da Internet que se conhece hoje.

A Internet¹⁶ foi concebida em 1969, quando o Advanced Research Projects Agency (Arpa – Agência de Pesquisa e Projetos Avançados), uma organização do Departamento de Defesa norte-americano focado na pesquisa de informações para o serviço militar, criou a Arpanet, rede nacional de computadores, que servia para garantir comunicação emergencial caso os Estados Unidos fossem atacados por outro país – principalmente a União Soviética (FERRARI, 2006, p. 15).

Depois de muitos testes, em 1975, a Agência de Comunicação e Defesa dos EUA adquiriu o controle da *Arpanet*. O uso foi expandido para pesquisadores universitários que pesquisavam sobre defesa e era uma forma de enviar estudos em arquivos grandes por e-mail

¹⁶ É conveniente ressaltar que Internet e Web não são termos sinônimos. A Internet é um conjunto de redes interligadas mundialmente por milhões de computadores que permite a troca e o acesso às informações. Já Web (ou WWW) é um serviço baseado em gráficos e hipertexto, é formado por inúmeras páginas ou sites.

para outros pesquisadores em outros estados. Mas ainda assim, a função da *Arpanet* era de informação militar e, por isso, surgiram novas redes para agregar as necessidades universitárias, como: a *Bitnet* (Because It's Time Network) e a *CSNET* (Computer Science Network).

Em 1986¹⁷, a National Science Foundation desenvolveu centros de informática que interligavam computadores de universitários do país inteiro. Essa rede foi chamada de *NSFNET* e foi um passo importante para a democratização da Internet, haja visto que no início da década de 90 já existiam mais de oitenta países conectados por ela.

Concomitantemente a essa evolução, Tim Berners-Lee desenvolvia, desde 1980, o *Enquire*, um software que organizava informações e hospedava links. E, em 1989, ele propôs o World Wide Web (WWW). Em 1990, segundo Castells (2003), a *Arpanet* se tornou inutilizável tecnologicamente e foi substituída pela Worl Wide Web (FERRARI, 2006).

Nesse momento, Robert Cailliau, um engenheiro da computação belga, colaborou com o projeto de Lee que estava apresentando o hipertexto *Cern* e o *browser* ou navegador *Samba*. Em 1992, o Software Development Group (Grupo de Desenvolvimento de Software do National Center) fundou o College, grupo que reunia pesquisadores interessados em desenvolver o WWW. As trocas de ideias e experiências entre experts possibilitaram o aperfeiçoamento do *browser*, da interface e da ampliação do WWW. “Para dar uma dimensão do crescimento da Internet, o número de computadores conectados ao redor do mundo pulou de 1,7 milhão em 1993 para vinte milhões em 1997”, (FERRARI, 2006, p. 17).

De forma comparativa, em 2011, houve um aumento de 18% nos usuários brasileiros. Ao fim desse ano, quase 80 milhões de pessoas tinham acesso à Internet e mais de 62 milhões possuíam a rede em casa, segundo informações do Ibope NetRanking¹⁸.

No cenário dos anos 90 é onde nascem os sites de buscas e os portais,

sites como Yahoo! – criado em 1994 a partir de duas cabeças geniais, David Filo e Jerry Yang, ambos oriundos do curso de engenharia elétrica na Universidade de Stanford, na Califórnia – agregaram conteúdo e stick applications à página de entrada, visualizada pela maioria dos seus usuários pelo browser Netscape (FERRARI, 2006, p. 17).

¹⁷ Até o fim dos anos 80, a Internet era um aparato tecnológico desconhecido, usado basicamente por pequenos grupos de estudiosos.

¹⁸ Informação do dia 10 de abril de 2012 no site da revista *Info*, da editora Abril. Disponível pelo link: <http://info.abril.com.br/noticias/internet/brasil-fecha-2011-com-79-9-mi-de-internautas-10042012-29.shl>. Acessado dia 3 de julho de 2012.

Eclode a Web 1.0 com características de informações estáticas com raras atualizações, são os típicos portais, mas com menos aperfeiçoamento do que como os que se conhece hoje.

Diferentemente dos Estados Unidos, onde o surgimento dos portais decorreu da evolução dos sites de busca - que recorreram ao conteúdo como estratégia de retenção ao leitor -, no Brasil os sites de conteúdo nasceram dentro das empresas jornalísticas. Alguns deles nem tinham a concepção de portal e evoluíram posteriormente para o modelo (FERRARI, 2010, p. 25).

Os elementos que compõem uma página, que por sinal levavam tempo para ser carregada, são: menu, imagens, ícones de navegação e texto. A maneira de escrever era extremamente impessoal e descritiva. Outro detalhe que se transformou visivelmente é a maneira direcional de navegação. Ao contrário do cenário atual, havia pouca interação entre sites (EVANS, 2006). Já na perspectiva de Ferrari (2010) um portal possui as seguintes seções: ferramenta de busca, comunidades, comércio eletrônico (e-commerce), e-mail, entretenimento e esportes, notícias, previsão do tempo, armazenamento de conteúdo, home pages¹⁹ pessoais, jogos *on-line*, mapas, cotações financeiras e canais.

Nesse contexto, surgiram inúmeras empresas no ciberespaço. E em 2001, algumas desapareceram, outras permaneceram e outras reafirmaram a sua eficácia com ideias inovadoras. Três anos depois, O'Reilly e MediaLive International, empresas do setor informático, em uma conferência realizaram uma dinâmica para analisar o motivo de algumas empresas desaparecerem e outras sobreviverem.

Todas as empresas, serviços e tecnologias sobreviventes possuíam certas características comuns: eram colaborativas por natureza, interactivas, dinâmicas e a linha entre criação e consumo de conteúdo nesses ambientes era ténue (os utilizadores eram tanto consumidores como criadores de conteúdos nesses sítios Web). Chamaram-lhes Web 2.0, designando as restantes por Web 1.0. O termo Web 2.0 designaria a revolução empresarial na indústria informática causada pela utilização da Internet como plataforma e uma tentativa de entender as regras para o êxito nesse novo meio, sendo uma das principais regras a construção de aplicações que aproveitem os benefícios do trabalho em rede e melhorem com o aumento do número de utilizadores (COELHO, 2009, p. 07).

¹⁹ É a primeira página de um site/portal.

Como se percebe o conceito de Web 2.0 já existia e foi acentuado com a evolução tecnológica e o marketing. Essa segunda geração da Web é marcada pela partilha e colaboração *on-line* entre os usuários.

Una aproximación de crear y distribuir contenido que se caracteriza por la comunicación abierta, la descentralización de la autoridad, la libertad de compartir y reutilizar, y la idea de ‘el mercado como una conversación’ (muchos a muchos). En el modelo 1.0, un editor Web (tanto de un sitio noticioso como de un sitio personal en GeoCities) podía cargar contenido para que muchos otros leyeran y la transacción de comunicación terminaría allí. El modelo 2.0 no solo permite a aquellos “muchos otros” comentar y agregar al contenido publicado por el editor, sino que ellos – la audiencia – pueden también agregar contenido original por sí mismos. (Instituto de Periodismo Interactivo, 2007, p. 34)²⁰

Em 2006, John Markoff, um jornalista estadunidense, imagina uma terceira geração da Internet e populariza o termo Web Semântica (sinônimo para Web 3.0). Essa nova fase é também chamada de “Web inteligente”. Ou seja, “um tipo de Web que, por exemplo, se baseia numa maior capacidade do software em interpretar os conteúdos em rede, devolvendo resultados mais objetivos [sic] e personalizados de cada vez que se fizer uma pesquisa”, (SABINO, 2007, p. 01).

Os sites OhMyNews.com e Delicious.com são paradigmas da mais nova onda da Web. Sabino (2007) explica que atualmente vivemos em um contexto em que o computador processa informações por códigos, mas são os usuários (as pessoas) que fazem a leitura e seleção. Já a evolução da web em 3.0 ou Semântica permitirá uma cooperação entre máquina e usuário, “uma vez que pressupõe a atribuição de significado aos conteúdos publicados na Internet e o desenvolvimento de tecnologias e linguagens que colocam esse significado ao alcance das máquinas” (p. 2). Ou seja, em um futuro próximo, os computadores estarão capacitados pra fazer buscas complexas sem muita interferência do usuário.

No mês de abril de 2012, o Facebook foi o site mais acessado pelos brasileiros nos fins de semana. O Google, site de busca, ficou no páreo, principalmente nas visitas de dia de

²⁰ Uma aproximação de criar e distribuir conteúdo que se caracteriza pela comunicação aberta, a descentralização de autoridade, a liberdade de compartilhar e reutilizar, e a ideia de ‘o mundo como uma conversa’ (muitos a muitos). No modelo 1.0, um editor Web (tanto de um veículo noticioso como de veículo específico de GeoCities) poderia desenvolver conteúdo para que muitos outros lessem, mas a transação de comunicação terminaria aí. O modelo 2.0, não somente permite aqueles ‘muitos outros’ comentar e associar conteúdo publicado pelo editor, mas também que eles – a audiência – possa também agregar conteúdo original (Tradução nossa).

semana. Isso mostra a importância dos sites de redes sociais e por isso, no tópico seguinte, haverá uma explanação sobre essa plataforma virtual²¹.

2.2.1 A essência das redes sociais

A Sociedade Pós-Industrial consolidou a imagem do Capitalismo, mas, hoje, vivemos na Sociedade da Informação²², substituindo o termo anterior ao que tange, principalmente, aspectos econômicos.

A sociedade é que dá forma à tecnologia de acordo com as necessidades, valores e interesses das pessoas que utilizam as tecnologias. Além disso, as tecnologias de comunicação e informação são particularmente sensíveis aos efeitos dos usos sociais da própria tecnologia. A história da Internet fornece-nos amplas evidências de que os utilizadores, particularmente os primeiros milhares, foram, em grande medida, os produtores dessa tecnologia (CASTELLS, 2005, p. 17).

Esse novo modelo tem as seguintes características: a informação é a sua nova matéria-prima, as consequências das tecnologias têm ampla aceitação, relação baseada em uma rede complexa, tem caráter de flexibilidade e implica em convergência tecnológica.

A sociedade em rede, em termos simples, é uma estrutura social baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação fundamentadas na microelectrónica [sic] e em redes digitais de computadores que geram, processam e distribuem informação a partir de conhecimento acumulado nos nós dessas redes. A rede é a estrutura formal (vide Monge e Contractor, 2004). É um sistema de nós interligados. E os nós são, em linguagem formal, os pontos onde a curva se intersecta a si própria. As redes são estruturas abertas que evoluem acrescentando ou removendo nós de acordo com as mudanças necessárias dos programas que conseguem atingir os objectivos [sic] de *performance* para a rede (CASTELLS, 2005, p. 19).

Ainda segundo Castells, esses programas são transformados pela rede conforme a necessidade dela. Desse modo, redes sociais e mídias sociais, assuntos muito discutidos no contexto atual, serão pautados a seguir. Inicialmente faz-se necessário a conceituação que Recuero aclara sobre rede social:

Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: *atores* (pessoas, instituições ou grupos, os nós da rede) e suas *conexões* (interações

²¹ Informações do dia 7 de maio de 2012 no site G1, disponível pelo link: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/05/facebook-e-o-site-mais-acessado-no-brasil-em-finais-de-semana-diz-estudo.html>. Acessado dia 03 de setembro de 2012.

²² “A Sociedade do século XXI também é conhecida como Sociedade da Informação, Sociedade em Rede, Sociedade Global, Sociedade Tecnológica, Sociedade do Conhecimento, Sociedade Pós-Industrial, Aldeia Global, entre outros” (ALBINO e TELLAROLI, 2007, p. 2).

ou laços sociais) (Wasserman e Faust, 1994; Deggene e Forse, 1999). Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões (2010, p. 24).

Simplificando, as redes sociais são os laços que se formam entre as pessoas a partir de trocas, conversas, sem, necessariamente, estar presente na Internet. Já Fontoura (2008), afirma que “mídias sociais são tecnologias e práticas *online*, usadas por pessoas (isso inclui as empresas) para disseminar conteúdo, provocando o compartilhamento de opiniões, idéias, experiências e perspectivas...”. Como se pode perceber, a interação²³ é uma das principais características tanto das redes sociais, como das mídias sociais.

Sites de redes sociais foram definidos por Boyd & Ellison (2007) como aqueles sistemas que permitem i) a construção de uma persona através de um perfil ou página pessoal; ii) a interação através de comentários; e iii) a exposição pública da rede social de cada ator (RECUERO 2010, p. 102).

Os sites de rede social promovem interesses e geram tipos de informações e interações diferentes, conforme as ferramentas disponibilizadas e os atores presentes. “É possível que as informações que escolhem divulgar e publicar sejam diretamente influenciadas pela percepção de valor que poderão gerar” (RECUERO, 2010, p. 117 e 118).

Por conta disso, Recuero (2010) relaciona quatro tipos de valores mais comumente relacionados com os sites de redes sociais: visibilidade, reputação, popularidade e autoridade. Então, percebe-se que as redes sociais e o uso crescente de mídias sociais estão presentes no rol de características da Web 2.0 e do Marketing 2.0.

A Internet adquire características marcantes ao se configurar como um meio onde os usuários não são apenas consumidores de informação, mas também autores, além de possibilitar a interatividade instantânea assumindo um papel oposto ao de um meio de comunicação de massa, porém é cedo para afirmar que a Internet assume ou não tal [papel] (ALBINO e TELLAROLI, 2007, p. 8).

²³ “A interação seria a matéria-prima das relações e dos laços sociais. Parsons e Shill (1975) explicam que a interação compreende sempre o alter e o ego como elementos fundamentais, onde um constitui-se em elemento de orientação para o outro. (...). Essas ações podem ser coordenadas através, por exemplo, da conversação, onde a ação de um ator social depende da percepção daquilo que o outro está dizendo” (RECUERO, 2010, p. 31).

Essa questão de usuário ativo é muito visível no Jornalismo 2.0 que dispõe de um público produtor e consumidor de informação. São os *prosumers* que veremos a seguir.

2.2.2 Interação: o usuário e a comunicação

A Interação, que na etimologia da palavra, como cita Primo (1998), trata-se de uma “ação entre entes” (Inter + ação = ação entre). Moraes (1999 apud MIELNICZUK, 2004) explica que quando falamos em interação há de se pressupor que está presente uma relação entre, no mínimo, dois agentes.

Conforme Santaella (2010), os *walkmans*, os controles remotos, os videocassetes, as fotocopiadoras, todas essas tecnologias dos anos 80 foram os precursores da Cultura do “disponível e transitório”.

Essas tecnologias, equipamentos e as linguagens criadas para circularem neles têm como principal característica propiciar a escolha e o individualizado, em oposição ao consumo massivo. São esses processos comunicativos que considero como construtivos de uma cultura das mídias. Foram eles que nos arrancaram da inércia da recepção das mensagens impostas de fora e nos treinaram para a busca da informação e do entretenimento que desejamos encontrar (SANTAELLA, 2010, p. 15-16).

Por muito tempo, até a metade do século XIX, a sociedade foi marcada e dividida por um lado a cultura erudita (das elites) e do outro a cultura popular. Com a explosão dos meios de reprodução: jornal, fotografia, cinema e posterior rádio e TV, essas duas pontas culturais da sociedade se fundiram na cultura de massas (SANTAELLA, 2010). Muito se discutiram pelos teóricos de Frankfurt as negatividades dessa mescla cultural, da “cultura enlatada”. Porém, na Era Digital, Castells (2006) fomenta um termo nascido da Web 2.0 o *mass self communication* “que constitui certamente uma nova forma de comunicação em massa – porém, produzida, recebida e experienciada individualmente”. Ou seja, a Internet, por meio da globalização, democratiza a informação, mas cada vez mais dialoga com nichos específicos.

O conceito de *gatekeeping* tão estudado no jornalismo diário cedeu lugar, no Jornalismo 2.0, para o termo *gatematching*, cunhado por Alex Bruns (2005) para se referir à interferência do público no desenvolvimento das notícias. No momento contemporâneo, se fala em *prosumer*, público da era pós-moderna que significa produtor e consumidor²⁴.

²⁴ Termo criado por Alvin Toffler escritor do livro *A Terceira Onda*.

Bruns (2005) atribui ao webjornalista um trabalho de bibliotecário e repórter. O público atual quer ser redirecionado ao conteúdo que ele colaborou/participou. Além de averiguar os fatos e recorrer as fontes, o jornalista contemporâneo deve ter habilidade de selecionar conteúdo e contextualizá-lo. “Para Shipp (2007), o que importa, no contexto dos jornais, é que a Web 2.0 transformou o público em produtor e está permitindo a ele escolher a forma de ver a informação e construir comunidades no processo” (FIALHO et al, 2008, p.07).

O leitor participa do jornalismo na Web 2.0 enviando a notícia, comentando-a e compartilhando-a em outras plataformas. É uma forma de interação que vislumbra duas possibilidades: exploração dos hipertextos, transformando o texto em um caleidoscópio e “a segunda situação refere-se às possibilidades decorrentes da interação entre usuários, a qual pode gerar, por exemplo, novos gêneros jornalísticos” (MIELNICZUK, 2004, p. 11), como chats promovidos pelos jornais, twitcam sobre a capa do produto, enquete ou duelo em mídias sociais para a escolha de um tema.

É a convergência de mídias que falaremos no capítulo seguinte. Além disso, hoje, já existem sites colaborativos, como o coreano OhMyNews.com, criado em 2000 e que proporciona ao usuário enviar as suas notícias, claro que com uma mediação profissional.

O desafio do novo veículo é – de certa maneira, retornando às origens do jornalismo – estabelecer uma relação simbiótica com comunidades onde a função do editor é a de facilitador, para que a audiência converse entre si. Ele se coloca como mediador do debate instigando a discussão, lançando questões, integrando pessoas, sendo o primeiro a compartilhar informações novas (SPYER, 2007, p. 192 apud FIALHO et al, 2008, p. 12).

O jornalista de hoje ao publicar uma matéria deve pensar antes e se preparar para os comentários e as participações produzidas. O papel de dar voz ao público “é parte ‘social’ da mídia social e significa que, atualmente, publicar é participar” (COMM, 2009, p.3). Sites como Facebook, Twitter e Tumblr são mídias sociais que promovem a participação do público nos veículos jornalísticos, por isso é conveniente abordá-las. Além disso, no próximo capítulo, haverá menções sobre as mídias sociais apresentadas a seguir, o que torna a explicação geral de cada uma imprescindível.

2.2.2.1 Uma fatia do que é o Facebook

Foi desenvolvido em 2004, por Mark Zuckerberg, então estudante da Universidade de Harvard. A intenção de Zuckerberg era fomentar uma rede social que agrupasse os alunos da faculdade. Hoje, o Facebook tem mais de 845 milhões²⁵ de usuários e é 19 vezes mais usado que o Twitter.

So what is Facebook, anyway? It's a free-to-use, wildly popular social-networking site - which just means it's a way to connect with other people - that combines the best of blogs, online forums and groups, photo sharing, and much more. By tracking the connections its members make with each other, Facebook makes it easy to find and contact people - everyone from old friends and roommates to new customers, new bosses, and even folks you've never met before who share your interests²⁶ (VEER, 2010, p.1).

Por juntar diversas redes sociais dentro de uma, há uma gama de possibilidades para interagir nesta plataforma. Conversar por chat, compartilhar conteúdo, se informar, jogar, dialogar com clientes e se engajar em causas sociais são algumas das possibilidades. Além disso, a rede social pode ser acessada por computadores ou aparelhos de tecnologia *mobile*. Para melhor esclarecer as possibilidades do Facebook, resumiremos algumas das ferramentas.

Para começar a fazer parte do site é necessário realizar um cadastro com dados pessoais básicos e e-mail. Depois de criar a conta, o usuário pode personalizá-la com as preferências, hobbies e interesses no seu perfil e adicionar amigos. Pelo e-mail, o Facebook oferece uma lista de pessoas conhecidas (ou que você já tenha se relacionado) e, assim, se buscam outros usuários, ou por pesquisa dentro dos perfis já adicionados.

A página inicial é onde há todas as ferramentas possíveis para realizar interações e é onde se atualizam as novidades dos seus amigos²⁷ que se pode curtir, compartilhar e comentar. A frase para estimular as ações e as interações é “O que você está pensando?”.

O botão “curtir” mostra que o internauta “achou legal” o conteúdo, além de ser uma forma de ele demarcar o que ele gosta (porque essa interação é uma das formas de selecionar

²⁵ Dados da Comscore disponível pelo site Portal Imprensa no dia 28 de fevereiro de 2012. Disponível pelo link: <http://portalimprensa.uol.com.br/noticias/internacional/47475/facebook+e+rede+social+com+maior+numero+de+usuarios+n+o+mundo+diz+wall+street+journal>. Acessado dia 06 de junho de 2012.

²⁶ Afinal, o que é Facebook? É livre para usar, popular site de redes sociais - o que significa apenas que é uma maneira de se conectar com outras pessoas - que combina o melhor dos blogs, fóruns e grupos, compartilhamento de fotos, e muito mais. (...) Ao rastrear as ligações que os seus membros fazem uns com os outros, o Facebook torna fácil de encontrar e contatar as pessoas - todos a partir de velhos amigos e colegas de quartos para novos clientes, novos chefes e, até mesmo, pessoas que você nunca conheceu antes de compartilhar os seus interesses (Tradução nossa).

²⁷ O Facebook criou um algoritmo, o *Edge Rank*, que funciona como um dispositivo automático que mostra as atualizações mais recentes das pessoas que se tem mais interação. Além disso, há a possibilidade de criar grupos que tenham interesses específicos, somente as pessoas deste grupo podem visualizar as postagens quando são destinadas apenas para elas. Ou ainda, a ferramenta Assinatura pode-se selecionar o conteúdo visto.

o que aparece na página inicial). Já o “compartilhar” é como se fosse uma repostagem com a linkagem do usuário que a postou inicialmente. Nesse botão, os amigos do usuário que compartilhou podem curtir, comentar e também compartilhar. E tem mais, essa ação fica marcada no perfil do usuário que compartilhou. Já com a ferramenta “comentário”, o usuário mostra a opinião para seus outros amigos sobre um determinado tema, aparecendo como atualização nos *profiles* dos amigos²⁸.

Há também a possibilidade de interagir por diálogos ou conversas grupais, compartilhamento de fotos/arquivos e links de maneira mais privativamente por meio do chat *on-line* ou no *in Box* que é o chat *off-line*.

Os aplicativos da rede social e os jogos *on-line* foram alguns dos chamarizes para a migração dos brasileiros do Orkut para o Facebook e também é uma forma de interação e até publicidade nesse meio. Outra maneira bem comum de interagir é a criação de eventos, por onde se convida os amigos para uma festa, apresentação cultural, debate político e etc.

Depois de ser convidado, o usuário tem a opção de participar, recusar ou ficar na dúvida. Os convidados (mesmo que não tenham aceitado o convite) podem interagir entre si e, assim, o moderador, criador do evento, tem a ideia de quantas pessoas vão.

O infográfico a seguir apresenta as características dos usuários brasileiros nessa rede social nos quesitos distribuição geográfica, gênero e idade:

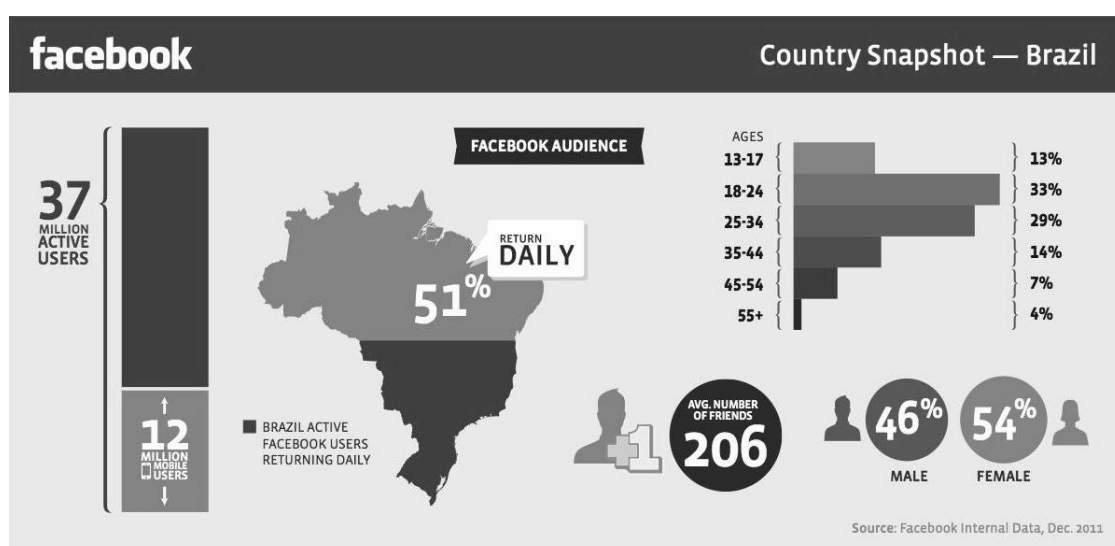


Figura 6: Usuários Brasileiros no Facebook
Fonte: Dados internos do Facebook, Dez 2011

²⁸ A postagem ser visualizada pelos amigos é algo não tão previsível, já que o Facebook criou filtros para poder selecionar conteúdos privados.

Pela resumida descrição, percebe-se que o perfil do Facebook é destinado às pessoas físicas. Porém, desde quando a rede social virou o maior site deste tipo, empresas passaram a usá-lo como ferramenta de aproximação do público. E para esse fins de promover uma marca ou empresa desenvolveu-se as fan pages.

Fan Pages

Nos termos de uso, o Facebook deixa clara a restrição de um perfil por pessoa, sendo considerado *fake* e, assim, podendo ser excluídos perfis com o mesmo dono²⁹. O site formulou um termo de uso apenas para as páginas onde deixa claras as obrigações e possibilidade dessa ferramenta.

As diferenças de um perfil e de uma página são visíveis. As mais nítidas são: a marca não pode adicionar amigos³⁰ (os usuários que “curtem” as páginas e passam a receber atualizações); o moderador tem acesso ao número de fãs, idade deles, região onde vivem; tem a possibilidade maior de customização do *layout*, já que há um aplicativo, o *iFrame* (que é um HTML dentro de um HTML); fazer promoções e enquetes por meio de aplicativos que o próprio Facebook disponibiliza³¹.

2.2.2.2 Twitter, #ficadica

Em 2006, em uma ideia que partiu de Jack Dorsey, um desenvolvedor de software, e que teve apoio dos também programadores Evan Williams³² e Biz Stone nasceu o Twitter. Inicialmente, o microblog era utilizado como estratégia de comunicação interna e que com até 140 caracteres poderia ser atualizado pelo celular. A facilidade e a praticidade agradaram e, em outubro de 2006, a plataforma foi lançada oficialmente.

Segundo Boyd e Ellison (2007), o Twitter é um site de rede social, pois ele permite:

²⁹ “1. Você não irá fornecer qualquer informação pessoal falsa no Facebook, nem criar uma conta para ninguém além de si mesmo sem permissão./ 2. Você não deve criar mais de uma conta pessoal.” (<http://www.facebook.com/legal/terms>, Acessado dia 30 de julho de 2012).

³⁰ O que é bom pois “os perfis possuem um limite máximo de 5000 amigos. Sabemos que 5000 não é um número baixo, mas também não é nada impossível de alcançar. As páginas não possuem nenhuma restrição no número de pessoas que curtiram” (RESULTADO DIGITAL, 2011, p. 10).

³¹ Informações retiradas do http://ads.ak.facebook.com/ads/FacebookAds/Pages_Product_Guide_022812.pdf

³² Nessa época, Williams era dono da *Odeo*, empresa construiu após deixar o Google. Logo depois, se associou com Stone para criar a *Obvious Corp*, que incorporou a *Odeo* e, posteriormente, foi vendida para a *Sonic Mountain* que, atualmente, está focada no *Twitter*.

(1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of the other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site³³ (p.2).

O Twitter é uma ferramenta de micromensagens, onde os usuários respondem a pergunta “o que você está fazendo?” em até 140 caracteres.

Ali, é possível construir uma página, escolher quais atores “seguir” e ser “seguido” por outros. Essas conexões são expressas por meio de links nas páginas dos usuários. Cada ator tem suas mensagens publicadas (também chamadas “tweets”) para os seguidores, que acompanham em uma janela própria (RECUERO e ZAGO, 2009, p. 82).

Para se tornar um usuário do Twitter, é preciso fazer um cadastro no site. Assim que for cadastrado, a primeira visualização que se tem é a da *timeline* do perfil deste internauta, local onde se encontram as postagens dos *followers* como é o termo utilizado.

O objetivo do usuário é construir um profile, a página onde os outros perfis têm acesso e conseguem visualizar as postagens. Além disso, um usuário pode seguir alguém que não, necessariamente, seja seu *follower*. “Os seguidores também poderão ver as listas de tweets de qualquer usuário que decidam seguir, bastando para isso entrar na página pessoal dele no Twitter” (COMM, 2009, p.26). Não há, necessariamente, restrição para seguir ou ser seguido no Twitter, porém, para os que optam pela privacidade, o microblog permite um mecanismo, pelo qual o dono do perfil aceita por quem gostaria de ser seguido, bloqueando a visualização de seus tuítes para os demais usuários.

Assim que um usuário faz a conta do microblog, a barra *Find People* é usada para encontrar pessoas ou organizações (e marcas) no Twitter. É como se fosse uma barra de busca que encontra outros usuários pelo nome, palavras-chaves, categorias (*Browse Suggestions*) e e-mails. O ícone *setting* é onde se hospedam todas as configurações do seu Twitter, desde o *layout* até a forma como o usuário quer receber visualizações no seu perfil.

Os termos mais práticos e para interagir com a sua *timeline* (perfil que só o usuário da conta visualiza e tem as atualizações de quem ele segue) são: as *hashtags*, o *retweet*, *favorite*, *reply*. As *hashtags* são palavras-chave que, muitas vezes são viralizadas pela internet,

³³ (1) construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema limitado, (2) articular uma lista de outros usuários com quem eles compartilham uma conexão, e (3) ver e percorrer a sua lista de conexões e aquelas feitas por outros dentro do sistema. A natureza da nomenclatura dessas conexões podem variar de site para site (Tradução nossa).

acompanhadas por #. Assim que o usuário usa o #, a palavra acompanhada se torna um link que leva a uma lista de tuítes com a mesma expressão, é um mecanismo como o das tags nos blogs. *Retweetar* é postar um conteúdo qualquer, o qual pode ter links externos ou fazer referências a outro usuário. O botão *favorite* é uma forma de tornar o tweet mais visível em uma lista de favoritos criada pelo usuário da conta. *Reply* é considerado a resposta a um tweet.

Ainda existe a possibilidade de um usuário citar outro com o @fulano, essa referência torna-se um link que aparece na *timeline* do amigo. E as *directs messages* que são mensagens (também em até 140 caracteres) para um usuário – que é *followed* e *follower* – sem que seja visualizado pelos demais na rede, permitindo a comunicação de forma privada.

2.2.2.3 Tumblr, a nova mídia social

É uma plataforma criada por David Karp³⁴, em 2007, com a intenção de unir recursos multimídias em uma só rede social. Os usuários podem compartilhar fotos, links, vídeos, áudios e citações e interagir entre si. Segundo Gotthilf (2012), o Brasil é o segundo país no Tumblr com 141 milhões de visitas únicas por mês. A rede social despontou em 2011, quando cresceu 680%, enquanto nos Estados Unidos foi de apenas 280%.

Para participar efetivamente do Tumblr é necessário fazer uma conta no site e, ao contrário do Facebook, é permitido criar vários perfis. Mas se a intenção é só visualizar, pode-se fazê-la sem ser cadastrado.

O Tumblr tem um código de linguagem fácil (para quem entende) de ser customizado e oferece praticidade na hora do post. Assim que se cria uma conta, que tem mais facilidade do que outros sites, o usuário se depara com a sua *Dashboard* (como a página inicial do Facebook) que oferece possibilidade de configuração de avatar, descrição do perfil e busca por amigos.

Para localizar amigos e posts interessantes, a rede social disponibiliza a busca por *tags*. E assim que o usuário gostar de um post visto, ele pode *Reblogar* (como se fosse o “compartilhar” do Facebook), dar o *Like* (que tem como símbolo um coração, como se fosse “amei o post”). Dentro dessa interação, o usuário passa a seguir o outro perfil que não necessariamente precisa o seguir e, assim, recebe atualizações no seu *Dashboard*. Além dessas, há as ferramentas de *Colaborar* e *agendar* posts.

³⁴ Um empresário estadunidense e o CEO do Tumblr. Na época em que ele criou a plataforma, ele tinha apenas 21 anos de idade.

Eu acredito que o Tumblr é um pouco diferente dos outros serviços. Eu adoro o Wordpress e acho uma plataforma incrível, mas acho que nós temos propostas diferentes. O Tumblr possui um tráfego maior de informação devido a sua característica de rede social. Por meio do nosso painel, o usuário acompanha o que outras pessoas estão publicando. Se ele gostar, ele pode curtir-las ou republicá-las com apenas alguns cliques. É um volume maior de posts. Esse é o nosso diferencial (KARP em entrevista para a revista Info³⁵ digital, 2010).

Diferente do país de origem que teve a maioria dos adeptos voltados para a área das artes como forma de divulgação, no Brasil, o sucesso e a popularização da plataforma está voltado para o lado do humor e da sátira. Ou seja, muito mais voltado para o entretenimento.

2.2.2.4 Instagram, fotografar e mostrar

O Instagram é um aplicativo, espécie de software que auxilia os usuários a desempenharem funções práticas, diferentemente dos softwares de operação que formam a base para que o sistema computacional (do computador/notebook ou smartphone) funcione.

Ele foi desenvolvido pelos engenheiros de programação Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger sendo lançado em outubro de 2010. A ideia surgiu pela memória e nostalgia das câmeras Polaroids que revelavam a foto no ato do disparo.

O Instagram nasceu a partir de uma simplificação de outro aplicativo, também desenvolvido pelos dois engenheiros, chamado Burbn, cuja proposta inicial era a de uma rede social que agruparia várias funções, onde os usuários poderiam compartilhar a sua localização, imagens, vídeos, planos para o final de semana, etc. Porém, o desenvolvimento deste aplicativo mostrou-se muito complexo, motivando Kevin e Mike a escolher uma das funções que consideraram mais atrativa: a fotografia (PIZA, 2012, p. 7).

Inicialmente, o aplicativo foi feito para usuários do sistema Apple, mas no início de 2012, o *app*³⁶ migrou para o sistema Android de smartphones. Esta migração acarretou o aumento significativo dos usuários e chamou a atenção do CEO (Chief Executive Officer) do Facebook, Mark Zuckerberg, que comprou o aplicativo por cerca de 1,14 bilhão de dólares.

Em outubro de 2012, o Instagram completou 2 anos, alcançou 100 milhões de usuários e mais de 5 bilhões de fotos compartilhadas. O sucesso dessa mídia social é que, além de fotografar com vários tipos de filtros, o usuário tem a possibilidade de compartilhar as fotos

³⁵ Disponível no site: <http://info.abril.com.br/noticias/internet/entrevistamos-david-karp-o-criador-do-tumblr-05042011-3.shl>. Acessado dia 31 de julho de 2012.

³⁶ Abreviatura de aplicativo.

feitas pelo aplicativo ou já arquivadas no aparelho. A dinâmica do Instagram funciona assim: fazer o download do aplicativo, fazer uma conta no Instagram, tirar foto, aplicar um filtro, atribuir um título ou uma frase à foto e compartilhar nas diversas plataformas *on-line*: Facebook, Twitter, Flickr, Tumblr e Foursquare. Se o usuário quer sigilo, ele configura a rede social para que somente as pessoas autorizadas por ele possam visualizar o seu conteúdo.

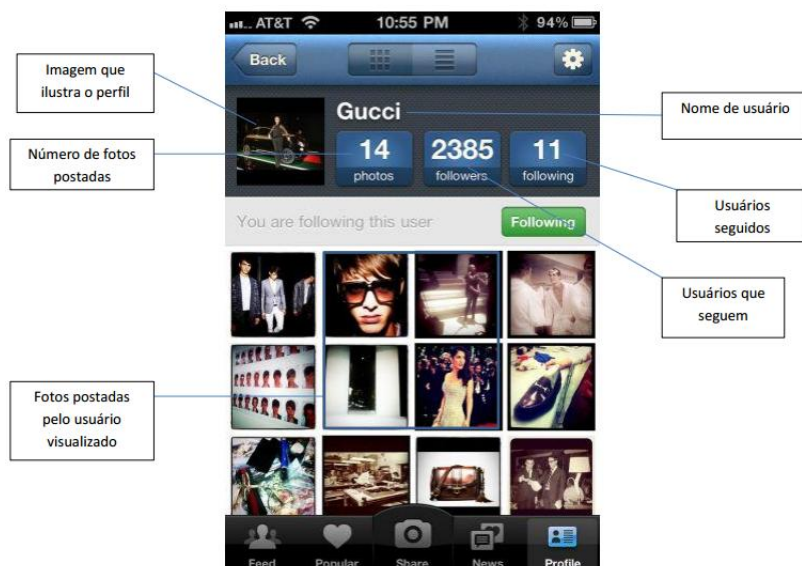


Figura 7 – Instagram no Smartphone
Fonte: PIZA, 2012, p. 12

2.2.2.5 Youtube, videoteca *on-line*

Em 2005, nos Estados Unidos, os jovens Chad Hurley e Steve Chen, funcionários de uma empresa de tecnologia, criaram o Youtube com a intenção de compartilhar vídeos com os amigos, já que os arquivos eram grandes para transferi-los por e-mail.

O nome pode ser decomposto em “You”, que em inglês, significa você e “Tube” que quer dizer tubo, que oralmente se refere à televisão. Ou seja, Youtube tem a conotação de “televisão feita por você” (CRUZ e WERNECK, 2012) .

Para promover, comentar, classificar (“como gostei” ou “não gostei”) e indicar vídeos do Youtube não é necessário ser cadastrado no site, mas quem se torna usuário da rede tem a capacidade de postar vídeos e, para isso, deve-se criar uma conta. Outra vantagem é que o internauta cadastrado tem a possibilidade de criar seu próprio canal de vídeos.

Os canais são como uma página no Youtube, estes vão desde canais de cantores de música, como o canal do cantor Gilberto Gil para divulgação de músicas para seus fãs, e até o canal do Vaticano, com vídeos curtos sobre as atividades do Papa Bento XVI, além de eventos e cultos, com áudio e texto.

As empresas podem criar seu Brand Chanel, seu próprio canal para fortalecer o relacionamento com o consumidor (CRUZ e WERNECK, 2012, p. 10).

Para encontrar vídeos ou canais, a rede social disponibiliza uma barra de pesquisa, em que basta digitar uma palavra-chave. E para facilitar a navegação, o Youtube oferece o recurso para encontrar os vídeos mais populares, que se referem a música, entretenimento, esportes, filmes e desenhos, notícias, humor, pessoas e blogs, ciência e tecnologia, jogos, guia de estilo, educação, animais, automóveis, turismo e ativismo. Além disso, é possível fazer locações de longas-metragens direto do Youtube. Para isso, o site requisita número de cartão de crédito e dados bancários.

A segunda e a terceira revolução da comunicação foram caracterizadas até aqui. Porém, na modernidade, há uma interligação e conversa entre as mídias *on* e *off-line*, por isso, o próximo item tratará resumidamente da convergência de mídias.

2.3 CONVERGÊNCIA DE MÍDIAS

Como já foi mencionado, houve duas grandes ondas tecnológicas que influenciaram o fazer jornalismo: a invenção da prensa e da Internet. Neste momento, percebe-se a divisão entre o jornalismo *on-line* e o *off-line*. E diante dessa constatação é seguro afirmar que a Internet não anula o jornalismo impresso, assim como a televisão não exterminou o rádio. Porém, mais do que nunca, os meios se interagem e convergem.

A Internet mostra agilidade para dar notícia e leitura não linear, por englobar, principalmente, hiperlinks, ferramentas multimídias e as integrações das diversas mídias. Apesar de ainda não tão disseminada pela população brasileira, ela vem crescendo e se popularizando. Além disso, com a amplitude do sistema de mídias sociais, que são os sites mais visitados pelos usuários, fez com que as mídias impressas migrassem não só com portais típicos da Web 1.0, mas também para as plataformas interativas, onde mais do que divulgar e hiperlinkar, eles promovem a interação entre a marca essencialmente impressa com a *on-line*.

Por convergência, eu me refiro ao fluxo de conteúdo entre múltiplas plataformas midiáticas, a cooperação entre múltiplas indústrias midiáticas, e o comportamento migratório das audiências midiáticas que irão a qualquer lugar em busca dos tipos de entretenimento que querem (JENKINS, 2006, p. 2).

Jenkins (2009) discorre sobre a Cultura de Convergência e pontua três pilares para a mudança na comunicação atual: inteligência coletiva, cultura participativa e convergência midiática. Esta foi definida acima e resumindo: não é só a tecnologia que proporciona a interação entre meios e nem a fundição de várias funções em um único aparato, como a Internet que é multimídia. Para ele, convergência é uma mudança cultural, na qual as pessoas buscam informações e fazem conexões entre conteúdos midiáticos diferentes. O blog comenta sobre a novela, o comentário do Facebook opina sobre o escândalo político e o tuíte indica a reportagem da última revista que você leu. Com a evolução digital e os aparatos *mobile*, a velocidade e o volume dessa conexão se potencializam.

Já inteligência coletiva é entendida como a nova forma de consumo de informação, onde discursos são produzidos e reconstruídos de forma colaborativa. Pierre Lèvy a chama de “globalmente distribuída”, é a necessidade ou oportunidade das pessoas (leitores, ouvintes, usuários...) demonstrarem o que as satisfazem e contribuir com a comunidade. E a cultura participativa que se embrenha em todos os outros pilares, é a postura do consumidor de mídias que cada vez mais têm necessidade de agir no meio e não atuar de forma passiva.

Esses conceitos estão há muito tempo presente nas mídias. As cartas do leitor (cartas de papel) são exemplos disso. Porém, com a potencialização do Jornalismo 2.0, as relações jornalista/público e público/veículo se tornaram mais próximas.

De uma forma mais prática, o Jornalismo 2.0 tem as seguintes características: colaborativismo, perenidade (a notícia se transforma a todo o momento com as informações extras do público), pode acontecer de cidadão para cidadão, interação direta com o leitor, interatividade, relação humana (o público quer ter a certeza de que há alguém de carne e osso por detrás da tela), tratamento personalizado, atualização em tempo real e amplitude na visão de reportar.

A pesquisadora tem a opinião de que a humanização tanto do jornalista para o público como o tratamento do jornalista para com eles é o grande diferencial dessa fase jornalística. A sociedade se encontra no tempo da tecnologia, mas ninguém quer conversar ou se relacionar com uma máquina, a intenção é se relacionar por meio dela.

Dar a visibilidade ao consumidor midiático e oportunidade dele em se expressar/colaborar é outro ponto. Ana Brambilla (palestra Social Media, 2012) diz que a maior recompensa para um usuário que enviou a foto da enchente provocada pela tempestade

para a redação do portal, não é dinheiro e, sim, o reconhecimento. Essa forma de valoração, Maslow sistematizou em *Motivation and Personality* (1970).

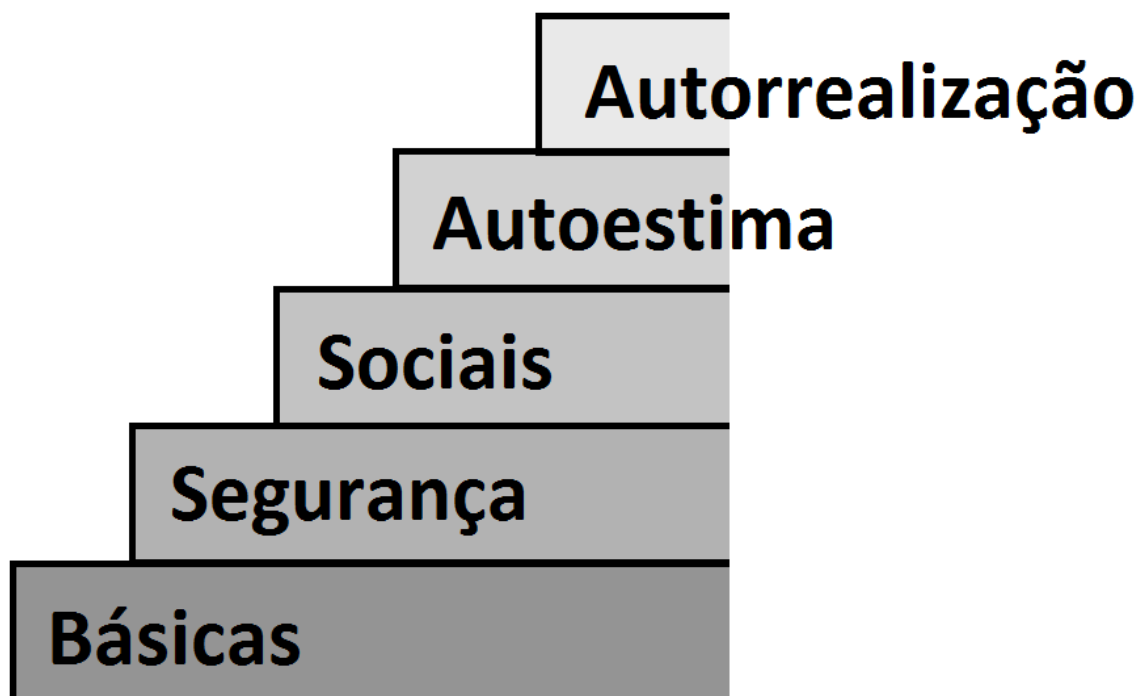


Figura 8 – Pirâmide de Maslow
Fonte: Elaborada pela própria pesquisadora

A Teoria da Motivação que engloba a Pirâmide de Maslow, apesar do psicólogo Humanista nunca tê-la desenhado, é sistematizada com esse formato geométrico ou de escalada, mostrando que os seres humanos passam de nível em nível para se motivarem e se realizarem. O primeiro é o *Básico*, em que o homem procura saciar as necessidades primárias: sede, fome, sono. Já o segundo é a *Segurança*, é estar seguro sem receio de fome, ter proteção de habitat e até financeira. O *Social* é estar inserido na sociedade ou associações. *Autoestima* é o ser prestigiado pela sociedade e bem visto, a sensação parte dos outros para o indivíduo. E a última fase é a *Autorrealização*, ser feliz consigo mesmo e colaborar sem querer nada em troca – a não ser a autorrealização. É aí que se fundam os conceitos de usuários/leitores participativos, já citado.

Conforme Anderson Sant’Anna, a Geração Y, jovens nascidos depois da década de 80, “estão aptos a desenvolver a autorrealização, algo que, até hoje, foi apenas um conceito” (apud FERRARI, 2010, p. 83). Ou seja, a comunicação, principalmente o jornalismo, deve

começar a pensar em dialogar com esse novo público – e com os jovens da Geração Z, nascidos na metade da década de 90 – que já nasceram no meio virtual.

Reunindo a teoria e as características apresentadas até aqui e a seguinte citação: “a escrita para a web é, e sempre será, indispensável para o contato com o leitor/internauta” (MOURA, 2002), a presente pesquisa visa refletir sobre o papel das mídias sociais, mais especificamente do Facebook e Twitter, no fortalecimento de uma marca já consolidada como revista. Para isso, o próximo capítulo conterà a apresentação do produto *on* e *off-line* *Todateen* – que foi escolhido por ser um veículo essencialmente impresso que reúne leitoras jovens da classe C e D³⁷ – e as possíveis relações com a teoria já vista.

³⁷ Segundo a palestra do Fábio Mariano, “Comportamento da Classe C e D no Universo Mobile”, no Social Media 2012: 56% dos internautas brasileiros pertencem à classe C e 60% das redes sociais são compostas pela classe C.

3 *TODATEEN*: UNIVERSO REVISTA E UNIVERSO WEB

Antes de caracterizá-la, é necessário retomar e aplicar alguns conceitos vistos nos capítulos anteriores. Para a produção da revista *Todateen*, a comunicação organizacional é fomentada amplamente no ambiente físico da editora Alto Astral.

É importante salientar que a marca *Todateen*, assim como as outras revistas da editora Alto Astral, tem sua identidade trabalhada pelas áreas de marketing, relações públicas e publicidade. Porém, esta pesquisa visa demonstrar que os jornalistas³⁸ da redação – os que elaboram os produtos jornalísticos da marca *Todateen*, ou seja, os jornalistas da revista e da web – atuam também como protagonistas do fortalecimento da identidade da revista.

Os jornalistas da *Todateen* relacionam-se com os leitores da revista nas mídias sociais, seguindo os conceitos do Marketing 2.0 (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2010), interagindo com os internautas, através dos posts do Facebook e Twitter e nas ações feitas pela revista e site para motivar, por meio da autorrealização, vínculos com a leitora/internauta.

Diante do apresentado, o meio revista, antes mesmo da terceira revolução da comunicação (DIZARD, 2000 apud BASSETTO, 2008), já tinha uma maior proximidade com o seu leitor, até porque as suas características (público específico, segmentação do assunto, linguagem direcionada) levam a um relacionamento amistoso (SCALZO, 2006). Além disso, as ações jornalísticas, intrínsecas da profissão, têm como essência formar cidadãos e facilitar assuntos. Assim, com a expansão da atuação da revista nas mídias sociais, o cidadão obteve formas mais interativas de informar e ser informado, resultando em um laço fortalecido de confiança entre o internauta/leitor com a marca impressa e a humanização de um produto jornalístico. Essas mudanças são reflexos da Cultura de Convergência (JENKINS, 2009), que possibilitou a cultura participativa e a convergência midiática.

Essa percepção ocorreu pelo contato direto da pesquisadora, por ser estagiária de redação, com a redação da revista e a observação da relação da revista com a Internet. A intenção deste capítulo é descrever e historiar a *Todateen* como veículo impresso e *on-line*, incluindo as mídias sociais.

3.1 HISTÓRIA *TODATEEN*: QUANDO TUDO COMEÇOU

³⁸ É impreterível deixar claro que ao mencionar jornalista, a pesquisadora não exclui a participação dos outros profissionais presentes, como: analista de mídias sociais, designers, webdesigner, programadores.

João Bidu, radialista popular da cidade de Bauru, junto com o empresário Pedro Chiquito, fundaram a Editora Alto Astral, em 1970, com a ideia de lançar conteúdos astrológicos, já que João tinha experiência no ramo. As primeiras revistas circularam apenas na cidade de Bauru, em 1974. A distribuição era feita pessoalmente de banca em banca pelos sócios, já que na época não havia empresas especializadas em distribuição³⁹.

Uma década depois, em 1985, a dupla alcançou credibilidade e reconhecimento regional, lançando a primeira revista em âmbito nacional: Astral 86. Meses depois, em abril de 1986, surge o primeiro produto mensal que circularia no país inteiro: a *Guia Astral*, que tem o público alvo das classes C e D e segue a linha astrológico-mística. Cinco anos após o lançamento, a *Guia Astral* batia recordes de vendas no segmento. O número de produtos astrológicos da editora Alto Astral se ampliou e, em 1988, surgiu a *Boa Sorte* que se ramificou em *Boa Sorte Mini* e, em 1990, nasce a *Astral Dia-a-Dia*, atual *Astral Love*. Por causa do sucesso, mais tarde, surgiram *Boa Sorte*, *Astral Dia a Dia* e várias outras revistas místicas que se consolidaram no mercado e fazem da Editora Alto Astral a primeira no ranking nacional de publicações astrológicas.

No início da década de 90, a editora foi reestruturada e passou a atingir o mercado adolescente com a revista *Meu Amor*. Segundo Zuleide Fernandes⁴⁰, atual editora de Arte da Editora Alto Astral, a revista foi planejada para as meninas recortarem e colarem figuras e mensagens em suas agendas, por isso havia muitas frases curtas e fontes tipográficas diversificadas.

A partir da experiência no mercado *teen*, em 1995, nasce a revista mensal *Todateen*, com a intenção de ser amiga da leitora adolescente. Ela passou por reformulações dos projetos gráficos e editoriais ao longo dos anos, mas manteve o conceito editorial. Conforme Otávio Mattiazo Neto⁴¹, coordenador de criação e desenvolvimentos de produtos, a identidade do logo foi construída pensando na facilidade de leitura. A revista completa 205 edições em dezembro de 2012 e, hoje, conta com um grupo direto de editora, duas redatoras, duas designers, estagiária de redação e estagiária de arte, além do editor chefe e todas as equipes envolvidas na produção, publicidade, no marketing.

³⁹ Informações <http://azbauru.com.br/content/alto-astral>, acessado no dia 27 de setembro de 2012.

⁴⁰ Entrevista feita pessoalmente e sem registro em maio de 2012.

⁴¹ Revista *Todateen*, edição 200, julho de 2012.



Figura 9– Primeira Edição *Todateen*, dezembro 1995
Fonte: Editora Alto Astral

Ao fim do século XX, a editora criou segmentos para o público adulto feminino. Em 1999, lançou revistas de trabalhos manuais para o público adulto e, um ano depois, revistas diversas de culinária que fizeram a editora vender 400 mil exemplares no ano. Os licenciamentos de personagens, como *Pica-Pau* e *Moranginho*, são concedidos à empresa por meio de vários trâmites. Assim, a editora passou a oferecer uma gama enorme de revistas para as crianças também.

Em 2004, as vendas cresceram e a *Todateen*, marca estratégica, foi levada para a Internet; surge a equipe da web e o primeiro site da editora. Atualmente, são dez sites, oito vinculados com marcas de revistas: *Todateen*, *Guia Astral*, *Astral Love*, *Guia da Cozinha*, *Malu*, *Shape*, *Guia da TV* e *Popular Science*, e ainda tem o horóscopo João Bidu e Papo feminino. Mas foi em 2011 que foram ativadas as redes sociais que passaram a ter um papel eficiente na gestão das marcas impressas. Para gerir os sete milhões de *page views*⁴², os

⁴² São parâmetros quantitativos que medem o número de visitas em um site ou arquivo na web.

milhares de fãs no Facebook e Twitter, o organograma direto da produção da web conta com uma editora-chefe, duas editoras-assistentes, dois programadores, dois webdesigners, duas redatoras, sete estagiárias de jornalismo, um estagiário de programação e outro de webdesigner⁴³.

Entre 2000 e 2010, ocorreu a formação das equipes das revistas semanais, como a da *Malu* e da *Guia da TV*. Hoje, a empresa tem uma sucursal na cidade de São Paulo, onde se concentram a redação da revista *Shape* e a área de publicidade da editora. A Alto Astral está presente no mercado em 14 segmentos, posicionando-se como a segunda editora do Brasil em venda avulsa, com 24 lançamentos mensais e dois semanais, além de anuários e revistas especiais que somam, em média, 104 lançamentos por mês. Em 2011, a Editora Alto Astral vendeu 46,2 milhões de exemplares⁴⁴.

A equipe de conteúdo *mobile* – que engloba *tablet*, *smartphones* e *apps* –; foi criada em 2011. As versões tablets das revistas, inicialmente, disponibilizavam apenas a versão em pdf da edição. Atualmente, são cinco revistas nessa tecnologia; duas delas, a *Popular Science* e a *Todateen*, oferecem interatividade na plataforma.

3.2 *TODATEEN* NA REVISTA IMPRESSA

A primeira revista *Todateen* foi lançada em 14 de dezembro de 1995 ao preço de dois reais e noventa centavos. O produto continha 100 páginas, no formato 21 cm x 27,3 cm, lombada quadrada, pesava 185 gramas, fazia parte do segmento teen e subsegmento de comportamento.

Ela continua com as mesmas características físicas, apenas com as medidas de formato um pouco reduzidas (20,1cm x 26,6cm) e concorre com mais duas revistas do mesmo setor: *Capricho* da editora Abril e *Atrevida* da Escala. Ela tem tiragem média de 170 mil exemplares por mês.

A revista passou por transformações editoriais ao longo dos anos por causa das mudanças comportamentais das leitoras e contexto, fato comum e inevitável para qualquer revista. É importante frisar que ser a amiga da leitora e conversar com ela sobre todos os

⁴³ Informações adquiridas na apresentação do ambiente de trabalho de Webjornalismo de Patrícia Sanches para os alunos do 7º termo de Jornalismo da Unesp, na disciplina de Jornalismo Digital II, no primeiro semestre de 2012.

⁴⁴ Informações cedidas pela equipe de Marketing e RH da Editora Alto Astral. As informações completas encontram-se no Anexo II.

assuntos são as intenções primárias da revista que foram se modificando com base nessa premissa.

Editorialmente, a *Todateen* é dividida em seções e matérias jornalísticas, no índice de cada edição, há a separação delas em: *Hot* que são as novidades do mês em termos de fofocas e culturais: livros, seriados, filmes, novelas e artistas; *Pra você* que engloba seções e matérias que tenham um viés pessoal, como: amor, profissional, de leitora, curiosidades e amizade; *Moda, beleza e shopping* que carrega matérias e seções que têm proximidade com o universo da moda e beleza; a parte *Fun* disponibiliza assuntos sobre música, internet, horóscopo, artistas e etc; e os *Testes*.

É importante salientar que a *Todateen* é vendida em bancas, varejo e por assinaturas e que, por políticas internas da empresa Alto Astral, não é possível revelar o número de vendas.

3.2.1 Capa *Todateen*, o cartão de visita

Geralmente, cada edição tem duas capas com dois artistas diferentes. No período de um ano, apenas em junho houve duas capas diferentes com o mesmo artista⁴⁵. A capa é formada por:

- logotipo da revista no alto da página;
- fotografia do artista, ou artistas, com ou sem fundo;
- as principais chamadas espalhadas harmonicamente pela folha. Geralmente, as chamadas versam sobre: superposters, da matéria principal de amor, da entrevista ou matéria do artista da capa, o número dos itens de moda publicados, as tendências e editoriais de moda e beleza, a quantidade de testes presente na revista e de promoção, quando há;
- selo da editora;
- preço da revista;
- código de barra;
- legenda lateral;
- endereço do website.

⁴⁵ É importante deixar claro que as capas são diferentes, mas o conteúdo é igual.



Figura 10 – Capas *Todateen* Edição 202, setembro de 2012
 Fonte: TODATEEN, edição 202⁴⁶

3.2.2 Seções da versão impressa

A revista *Todateen* tem 19 seções⁴⁷. Para melhor conhecimento, faz-se necessário explicar cada uma delas.

Por aí

É a parte da revista entregue no último estágio do processo de produção. Ela situa-se no início da paginação e informa sobre os acontecimentos recentes dos famosos. Consiste, basicamente, em pesquisa em sites de fotografias (como Getty Images, Grosby Group e Ag News) flagras de artistas *teens* e explicar a imagem por meio de legenda com cerca de 400 caracteres. Atualmente, com a revolução das mídias sociais, há muitas fotos do próprio Instagram do artista e que são creditadas conforme a política de créditos da rede social.

Por meio de pesquisas qualitativas com grupo focal de leitoras da *Todateen*, percebe-se o gosto delas por esse tipo de seção. As fotografias de flagras mais as legendas transferem humor à seção, gênero apreciado pelas adolescentes.

⁴⁶ Todas as imagens da revista *Todateen* apresentada nesta pesquisa, a não ser a primeira capa da edição 1, de dezembro de 1995, são de edições do ano de 2012.

⁴⁷ Até novembro de 2012, já que todo ano a revista passa por reformulações editoriais gráficas.



Figura 11 – Seção Por Aí, edição 201
Fonte: TODATEEN, edição 201, agosto de 2012

Tá Rolando

São dicas culturais do mês, como de: livros, filmes, seriados e novelas, além de entrevistas e frases de atores e atrizes ou celebridades (sem serem ligados à música).

A subseção intitulada *Guia de leitura* apresenta a resenha de dois livros lançados no mês que são selecionados conforme o enfoque do público-alvo. O texto é como uma pequena resenha e disponibiliza o preço e a editora do livro referente.

Com a criação da campanha *Ler é TDB*⁴⁸, em janeiro de 2012, pelo departamento de marketing da revista, essa subseção passou a vir com o selo da campanha, que, hoje, mantém um blog hospedado dentro do site da *Todateen* e que será apresentado no item 3.3.

Outra subseção é a *Yes! Ops!* que mostra uma celebridade que teve sucesso no mês por trabalho ou pela vida pessoal e outra que cometeu algum deslize.

As dicas de filmes são dos que estreiam no mês de veiculação da edição e quando há entrevista com atores, há o selo de “+ no site”⁴⁹, onde é possível ver o bate-papo na íntegra.

⁴⁸ A campanha promoveu o incentivo à leitura e à escrita. As leitoras inscreviam pelo site um conto de fadas moderno de autoria própria. Os 20 melhores selecionados foram transformados em capítulos de e-book e os dez melhores foram para votação popular no site da *Todateen*. A ganhadora ganhou prêmios e a sua escola recebeu a peça de teatro *A Pequena Sereia*.

⁴⁹ Todas as entrevistas com famosos realizadas pela equipe da *Todateen* vêm com este selo.

tá rolando

por Mariana Scherria e Bruna Giorgi (colaboradora)



Branca De Neve E O Caçador

Acabou de sair o príncipe encantado, a história tem o Caçador lindo (Chris Hemsworth) que é contratado pela Rainha Má (Charlize Theron) para encontrar a Branca de Neve (Kristen Stewart). Mas, quando ele descobre que a jovem está prestes a morrer na mão da megera, o gato encara uma fuga junto com a donzela cheia de aventura (e amor).



Madagascar 3: Os Procurados

Melman, Alex, Marty e Gloria se envolvem de novo em uma aventura, agora na Europa, à procura dos pinguins e dos chimpanzés. Durante a busca, eles são perseguidos por uma donzela de ar mais e vão parar em um circo que está seguindo até a América. Vão ter que rolar e andar na corda bamba! Katy Perry é uma das cantoras que embala a trilha sonora desta animação que é garantia de muito riso.



Guia de leitura



Deslembanças

London Lane, 16 anos, escreve bilhetes para ela mesma como solução de um problema: ela se esquece de tudo o

que ocorreu no dia anterior. Quando conhece Luke, um garoto novo do colégio, imagens estranhas passam a atormentar sua opinião sobre o futuro. A solução encontrada é buscar os fatos vividos no passado perdidos na sua mente. É um romance com doses de suspense de Cat Patrick (que vai virar filme!), da Editora Intrínseca R\$ 25



Diários Do Vampiro - Meia Noite

Fell's Church está sob ameaça, os demônios estão tocando o terror na cidade, Damon busca retomar a sua forma

vampiresca. Elena encontra Stefan que está superenfraquecido e a Última Meia-Noite se aproxima. Quantas aventuras o suspense, né? E não para por aí, pois Matt e Meredith estão perto de descobrir o real e sombrio motivo que cerca Fell's Church. Arrepiou? É o livro da L. J. Smith, que deu origem à série Vampire Diaries. Da Galera Record, R\$ 40

Muito obrigada a todo mundo que viu Lola. Amei fazer esse filme, tenho orgulho dele. É isso o que importa pra mim!"

Miley Cyrus, no Twitter, falando de seu filme que estreia este mês



Foto: © Getty Images / Photo Disc / Contrasto

ESSE FILME É MUITO BOM! VOCÊ NÃO VAI PERDER POR CAUSA DE UMA CÓLICA, VAI?

Buscofem, você livre das cólicas e dores menstruais.
www.buscofem.com.br

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS, O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO. NÃO USE ESSE MEDICAMENTO EM CASO DE ÚLCERA, GASTRITE, DOENÇA DOS PÍLIS OU SE VOCÊ JÁ TIVER REAÇÃO ALÉRGICA A ANTI-INFLAMATÓRIOS.

Buscofem é indicado para o alívio temporário das dores agudas, como cólicas menstruais. Cat. (ch): MS 1.0987.0199.009-9. LQU488.814 é marca registrada da Calabro Brasil Ltda.

Contraindicação: Alergia ou intolerância a qualquer componente da fórmula, prisão de ventre, doenças graves do coração, do fígado ou dos rins, desidratação, asma provocada por medicamentos, últimos 3 meses da gravidez ou em parturientes sem orientação médica, e crianças menores de 12 anos.



Figura 12a – Seção Tá Rolando, edição 199, página 1
Fonte: TODATEEN, edição 199, junho de 2012

Yey! Ops!



Yey!

Grachi é a telenovela da Nickelodeon que conquistou a Itália (mamma mia, né?). A história ganhou muitos fãs italianos que fizeram o programa ficar entre os mais populares da televisão aberta. Os atores estiveram em Roma distribuindo autógrafos, conhecendo os fãs e visitando os pontos turísticos de lá (oi, Coliseu!). Pra quem não sabe, a novela também passa na Nick aqui no Brasil em vários horários e conta a história de Graciela, a Grachi, que tenta se encaixar no colégio novo. Dela he: ela tem poderes mágicos.

Ops!

Decida-se, **Russell Brand**. Não ro a sair pisoteando no coração de uma garota, hein. Ainda mais se ela for a fofa Katy Perry. O ator, que paciu o divórcio depois de pouco mais de um ano de casório, ficou emocionado ao ver a diva (quem não, né?) em cenas de seu filme 3D *Katy Perry: Part Of Me* e escreveu um e-mail todo bonitinho a ela, querendo a reconciliação. Outro motivo teriam sido as fotos da cantora com Robert Ackroyd, guitarrista da Florence and the Machine, no festival de música Coachella. Rá! Olha o Russell provando a máxima você-só-valoriza-quando-perde...



Dudu Surita na tevê

Ele não conseguiu dormir na noite anterior à estreia do *Estação Teen*, que passa na Rede TV de segunda à sexta, às 18h45, e adora o apoio das fãs!

Como foi a sua preparação pra apresentar o *Estação Teen*?

O diretor Cezar Scarpato é um cara incrível que me orienta e me ajuda o tempo todo. A galera da produção também teve um cuidado muito especial comigo. Eu acho que a experiência na rádio está contribuindo para o meu desempenho como apresentador. Ainda tenho muito o que aprender!



Ter o apoio das fãs (que são muuuitas) na internet dá mais segurança nessa sua nova empreitada?

Isso me deixa mais confortável, porque sei que eu tenho com quem contar. Minhas fãs são muito importantes para minha carreira. Só que o fato de eu ter vários seguidores na internet também pode aumentar as expectativas da galera sobre o meu desempenho. Mas sei que todo mundo entende que eu posso errar, como qualquer pessoa.

Como DJ, sugira uma playlist pra balada e outra pra curtir um encontro com clima mais romântico.

Na verdade, eu não sou DJ. Eu apenas vou a algumas festas e toco às vezes. Sobre a playlist, eu colocaria a música *Resurrection* para balada e a canção *Sexed up*, do Robbie Williams, para a playlist romântica.

Adoro o estilo das francesas – essa coisa do menos é mais. É muita classe! Acho triste quando as pessoas se escondem atrás do make”

Emma Watson para uma revista gringa



VOCÊ NÃO VAI PERDER ESSA PROGRAMAÇÃO POR CAUSA DA CÓLICA, VAI?

Buscogen, você
livra das cólicas e
dores menstruais.
www.buscogen.com.br



SE PERSISTIREM OS SINTOMAS,
O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO.
NÃO USE ESTE MEDICAMENTO EM CASO DE ÚLCERA,
GASTRITE, DOENÇA DOS RINS OU SE VOCÊ JÁ
TEVE REAÇÃO ALÉRGICA ANTI-INFLAMATÓRIOS.

Buscogen é indicado para o alívio temporário das
dores cálicas, como náuseas menstruais. Contém
MS-10057-CT-19-001-9. LIQUID-GELS™ é marca
registrada da Calabre Brasil Ltda.

Contraindicações: alergia ou intolerância aos
componentes da fórmula, úlcera gástrica, doenças
graves do coração, do fígado ou dos rins,
desidratação, asma provocada por medicamentos,
últimos 3 meses de gravidez e em gestantes sem
orientação médica, e crianças menores de 12 anos.

Figura 12b – Seção Tá Rolando, edição 199, página 2
Fonte: TODATEEN, edição 199, junho de 2012

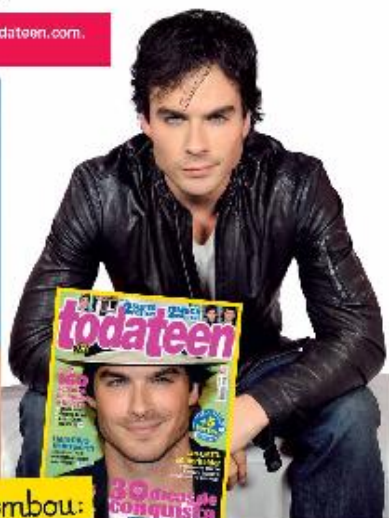
Toda Galera

Mostra a opinião das leitoras sobre a edição anterior. Essas opiniões são enviadas pelo Facebook, Twitter e e-mail da *Todateen*. Os comentários são selecionados e os melhores ganham camiseta da revista. Além disso, há o *Pet Paixão*, o qual as leitoras enviam por um canal do site “Você na tt”, a foto do seu animal de estimação e a redação escolhe, atribuindo também premiação com camiseta para os que se destacaram.

toda galera

por Bruna Giorgi/colaboradora

Para participar desta seção, acesse: www.todateen.com.br/votat. Você concorre à camisa da #.



A edição de março bombou:



Lari Ohana: Acabei de comprar, a matéria tá demais e as fotos também. Iah lindo, lindo. Valeu *todateen*!



Helolisa Nascimento: Dei um grilo aqui, amei!



Carolina Munhoz: Aww IAH, melhor capa dos últimos tempos *-*



@Mila_Gabriele Não acreditei que a capa de março é do mês 2. É por isso que eu amo essa revista!

Palavra de leitora

Fã da

"O ô, docinhos de morango da #! Estou passando pra deixar o meu elogio e fazer um pedido. Vocês são demais, a melhor revista teen do mundo! Quero ver aqui uma matéria com a banda One Direction." **Mariana Miranda, Teresina, PI**
Mariana, obrigada! Acho que você vai amar esta edição, então. Corre na página 88!

Arquivo pink

"Faz três anos que eu tenho a 'Pasta Rosa', deve ter mais de 100 edições da #. É o meu xodó! Eu queria uma matéria sobre desenhos e filmes que marcaram épocas." **Lara, Rio de Janeiro, RJ**
Que demais, Lara! Obrigada pela sugestão, anotei! :D



Pet Paixão



Talane Fernandes ama a sua gatinha Nina, que é uma lady che e da charme!



O Titiço, cachorrinho da Rayna, se perrengue pra sair na foto! :D

O que você faria se estivesse frente a frente com você mesma?

O terceiro e mais esperado título da Novo Conceito Jovem.

GAROTA REPLAY

DE TAMMY LUCIANO

Você já pensou em, numa noite qualquer, no meio de uma balada, dar de cara com você? Sim, descobrir que neste mundo há outra pessoa exatamente igual a você, igual não, outra você. Esta estranha cena é só o começo da revolução na vida de Thizi. A garota carrega, alto astral, moradora da Barra da Tijuca, olhos esverdeados e sorriso largo perceberá que sua vida tem segredos. Ela teria uma irmã gêmea? Estaria sofrendo alucinações? Thizi precisa descobrir detalhes sobre seu passado, repensar seu namoro, salvar uma amizade, descobrir seu grande amor e gritar para si mesma: Onde moram as verdades? Quais são meus mistérios mais íntimos? O que significa a Garota Replay?



@garotareplay



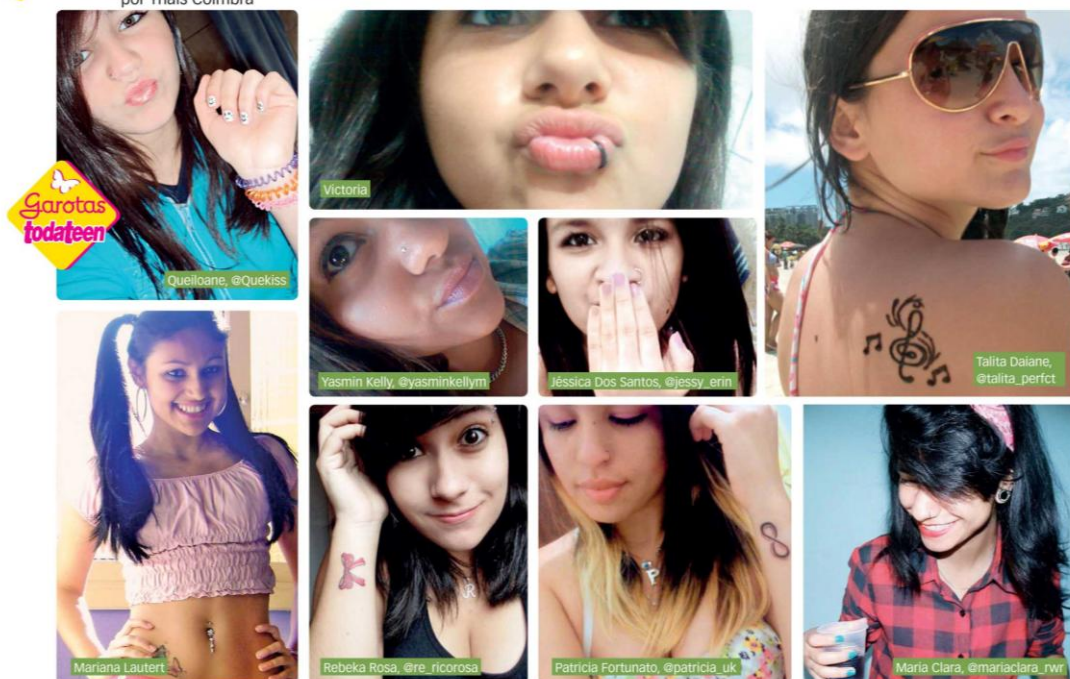
www.editoranovoconceito.com.br

Figura 13: Seção Toda Galera, edição 197
Fonte: TODATEEN, edição 197, abril de 2012

Mural

Pelo “Vc na tt”, a redação da revista cria um tema e as leitoras produzem fotos delas conforme o assunto especificado. Elas enviam a foto por esse canal e, ao final do período estipulado, há a seleção das melhores. O *Mural*, assim como o *Toda Galera*, é uma seção feita pelas leitoras e com a intenção de promover a participação delas na revista, o jornalista, nesse caso, faz o papel de curador, selecionador de fotografias e comentários. Além disso, são seções que promovem convergência midiática da versão *on-line* (o site) para a *off-line*.

As leitoras – que são tratadas como internautas também – participam da revista e se tornam *prosumer*. Esses tipos de seções impressas motivam a leitora no nível de autoestima, mas já se nota a evolução das leitoras no nível de autorrealização, o que torna a relação delas com a revista muito mais afetiva que comercial.



Piercings e tattoos

Você vai querer entrar nessa vibe depois de ver os cliques lindos das nossas internautas!



"O amor nos tira o sono, nos tira do sério, tira o tapete debaixo dos nossos pés..." (O Amor Não Tira Férias)

Figura 14 – Seção Mural, edição 198
Fonte: TODATEEN, edição 198, maio de 2012

Dilema

Também pelo “Vc na tt”, as leitoras enviam suas dúvidas ou experiências sobre relacionamento, podendo pedir sigilo de identidade. Os questionamentos são selecionados e enviados para uma psicóloga fixa e também para algum colunista da *Todateen*. A psicóloga responde em tom profissional e o colunista em tom amistoso. Além disso, tem o box *Fala, garota!*, em que um assunto polêmico é respondido por uma das meninas do Garotas *Todateen*⁵⁰.

Essa forma de ofertar espaço para a leitora, além de ser prestação de serviço, é uma seção, assim como a *Altos Papos*, que gera a motivação de autorrealização, já que a maioria das garotas que escrevem para a seção quer sigilo com o nome. A diferença de motivação entre as seções *Dilema* e *Altos Papos* com a *Toda Galera* e *Mural* ocorre, principalmente, por causa da temática.

⁵⁰ Clube de vinte leitoras renovado anualmente que fica em contato direto com a redação.



Foto: www.istock.com / n2g2s

Feia, eu?

"Meus amigos dizem que sou linda, mas, mesmo assim, me sinto feia perto das minhas bests. Tem gente que me zoa porque tenho olhos grandes e isso me incomoda muito. Meu sonho é ser modelo e até o pessoal da agência diz que sou muito bonita, mas continuo me achando feia... O que devo fazer?"

M., 15 anos

— Quando somos adolescentes, temos o péssimo — e natural — costume de nos comparar com outras pessoas, especialmente fisicamente. Pare com isso e fortaleça sua autoestima. Tente se enxergar e se admirar, não com críticas, mas carinho por quem você é. Cuide para aquilo que tem de melhor — dentro e fora de si mesma. Resalte suas qualidades. Seus olhos são lindos? Foco neles. Sua barriga é lisinha? Destaque pra ela. Acredite na palavra daquelas que a amam: você é linda e merece ser muito feliz!

Príncipe-sapo

"O garoto mais zoador da escola é apaixonado por mim. Ele é romântico (manda cartas, flores e bombons), um verdadeiro príncipe, só que em forma de sapo! Não consigo gostar dele... Não sei se é pelo fato de ele ser megozado ou por não ser gato. Não quero iludi-lo, mas também não quero perdê-lo. Já sofri por amor e agora encontrei alguém que vale a pena. O que faço?"

Anne, por e-mail

— Não perca tempo, Anne! Acho que, ao conhecer melhor esse príncipe-sapo, você conseguirá enxergá-lo com os olhos do coração e as coisas que hoje a incomodam vão melhorar muito. Além disso, o que a incomoda são seus olhos ou a opinião dos outros? Sua felicidade só depende de você. Lembre-se disso!

Princípica da Mariana, do Garotas

todateen: Anne, se você não quer iludi-lo e também não quer perdê-lo, seja sincera e diga a ele que, no momento, você quer tê-lo como um superamigo. Ele provavelmente vai entender e, quem sabe, com o passar do tempo, as coisas não mudam? Se ele conseguir acelerar seu coração, a zoeira da turma perde o sentido porque seus olhos verão um príncipe e não um sapo.



Fala, garota!

Você pensa muito na opinião dos outros antes de tomar suas próprias atitudes?

"Não, pois pra mim vale o que eu penso e acho de mim mesma. Se o que eu estou fazendo ou usando me faz feliz e não prejudica ninguém, então, não vejo motivos para ficar grilada com isso". Maria Carolina



Foto: www.istock.com

Garotas
todateen



Quem responde essas perguntas foi a Gretta Souza, psicóloga e psicoterapeuta. Para enviar suas dúvidas para nossa seção, escreva um e-mail para dilemas@atal.com.br. Se estiver com vergonha, é só pedir que não publiquemos o seu nome. Mas lembre-se de escrever seu endereço completo se quiser concorrer a uma camiseta da TI.

Figura 15 – Seção Dilema, edição 196
Fonte: TODATEEN, edição 196, março de 2012

Altos Papos

Se no *Dilema* são situações sobre relacionamentos, no *Altos Papos* as leitoras enviam dúvidas sobre sexualidade. As perguntas são respondidas por um médico ginecologista também fixo para a seção, e não há avaliação de leigos. No box *Fala, Garota!*, além da opinião de uma *Garota Todateen*, há o resultado de uma enquete votada no site do assunto mais polêmico gerado pelas dúvidas e um *#ficadica da redação*, ou seja, o conselho da redação sobre o assunto.

Por meio de cartas que chegam à redação em formato de e-mail, constata-se a importância dos assuntos discutidos tanto na seção *Altos Papos* como na *Dilema*. Essas cartas revelam que as leitoras gostam e acham muito importante a seção. Por se tratar de assuntos de intimidade e psicológicos corriqueiros, apesar de terem dúvidas, as leitoras têm receio de conversar sobre o tema com as pessoas próximas e, então, a revista faz esse papel.

altos papos

por Thais Coimbra

De onde vem?

"De uns meses pra cá, está saindo um líquido branco do meu seio. Não estou grávida, porque minha menstruação está normal... O que é isso?"

Michele, por e-mail

— Esse líquido do mamão pode ser causado pelo aumento do prolactina. Esse aumento acontece também por vezes na menopausa. A mãe costuma ter o uso de alguns medicamentos como os anticoncepcionais para evitar a lactação. Os mamilos grudados não é grave, mas você precisa procurar um médico para tratar o problema.

1ª vez

"Eu e meu namorado somos virgens. Já que nenhum de nós teve relações sexuais, podemos ter nossa primeira vez sem o uso de camisinha, apenas com o anticoncepcional?"

Nathalia, 13 anos

— Mesmo sendo virgens, vocês podem ter alguma doença sexualmente transmissível. Por exemplo, a hepatite B, a sífilis ou mesmo o HIV. Todas elas podem ser transmitidas de outras formas, além de sexual, portanto, melhor prevenir e contar com o preservativo. Além disso, não se esqueça de ir ao ginecologista antes de iniciar a sua vida sexual, ok?

Porquê?

"Namoro faz dois anos e, há mais de um, faço sexo (seguro) com meu namorado. Apesar de eu não sentir dor durante a relação, é meio comum eu sangrar um pouco depois que acabamos de transar. Isso é normal?"

Larissa, 17 anos

— Antes quando você usava sexo seguro? Esse sintoma tem o nome de **disfunção**, que quer dizer sangramento anormal. A causa pode ser sinal de problema. O mais comum é que seja uma ferida do colo do útero. Não é grave, mas precisa de tratamento. Pode ainda ser alguma infecção. Então, vá ao gineco para um exame e não se esqueça de fazer o preventivo uma vez ao ano e de usar camisinha contra o HIV.

Essas perguntas foram respondidas por José Dantas de Sousa, ginecologista e especialista em reprodução humana. Lembrando que este é só o começo da conversa. Se você quiser saber mais, procure um profissional de saúde que possa ajudá-lo a entender a sua saúde e a tomar as melhores decisões para a sua vida.



Fala, garota!

Tudo bem ir ao gineco acompanhada pela sua mãe ou você prefere estar sozinha?

"Eu prefiro ir sozinha.

Muitas vezes queremos falar algumas perguntas e, com a mãe por perto, não nos sentimos à vontade".

Gabrielle Brinzi



Você também respondeu?

45% Prefiro estar sozinha
32% Claro, ela me dá segurança
23% Tanto faz...

Afinal da redação: quando for ao médico, você precisa se sentir confortável para esclarecer todas as suas dúvidas. Se a companhia da mãe te dá segurança, bom, vá-a à consulta. Caso se sinta mais à vontade sozinha, seja sincera que sua mãe vai entender e respeitar sua intimidade.



Figura16 – Seção Altos Papos, edição 196
Fonte: TODATEEN, edição 196, março de 2012

Pensando no Futuro

É uma seção que dá dicas e o panorama geral de uma profissão. Nela, é importante focar o âmbito universitário, consultando um professor da área e um aluno em curso e também informar-se com um profissional presente no mercado de trabalho. O boxe *Perfil da profissão* oferece de forma direta e resumida as características do candidato à profissão, onde tem o curso e o salário inicial.



pensando no futuro

por Bruna Giordani/colaboradora

Tecnologia da Informação

Esqueça o rótulo de nerd: se você é moderninha e high tech, bem-vinda à profissão de TI

What?

Travou o seu computador? Não consegue encontrar nada no site? Esses são só alguns dos problemas solucionados por um profissional de TI. Essa é "a área que organiza, facilita e administra informações de todos os tipos, auxiliando os usuários no dia a dia e nas suas tomadas de decisões", explica o coordenador do curso de Engenharia da Computação da Unicamp, Akebo Yamakami.

Primeiro passo

A carreira engloba vários cursos, por isso é necessário conhecer direitinho o que é informática para se decidir em qual faculdade ingressar. E foi assim que Verônica Scraia, desenvolvedora sênior de Software na Mandê, entrou no curso de Engenharia de Software. "Aos 13 anos de idade, ganhei um computador, quando ninguém tinha um. Eu gostei e comecei a fazer cursos, o primeiro foi de webdesigner", comenta Verônica.

O que esperar?

Matemática e Física são duas áreas que você deve saber muito bem, as outras disciplinas vão depender do curso que escolher. É pura exatas, né? Talvez seja por isso que muitos estudantes desistem da carreira. Mas, segundo Verônica, ela nunca pensou em desistir e uma vez, por estudar tanto, chegou até a sonhar com números #OMG.

Escolha

Está decidida por esta área? Então, você é uma garota de sorte, porque opções de cursos não vão faltar. O professor Akebo orienta que, se você quer trabalhar com telecomunicações, o melhor é fazer Engenharia da Computação que estuda computação aplicada à engenharia, já se quer desenvolver aplicativos ou redes, opte pelo curso de Ciência da Computação. Se você é louca para criar sites, Sistemas da Informação é o caminho mais certo.

Muito estudo

Nada de corpo mole, pra você se dar bem em TI é preciso dedicação. "porque esse mercado está sempre se atualizando", comenta Verônica, que é superesforçada, mas não faz o tipo nerd: prefere ler revistas a jogar videogame. "Apesar de profissão ter muito trabalho, dá tempo para tudo!", ressalta a engenheira.



Perfil da profissão

★ **Salário inicial:** varia um pouco por carreira, mas fica na faixa de R\$ 2.000. Com experiência e especializações, você ganha até R\$ 15.000.

★ **Que curso fazer:** a Unicamp é top na área de TI com os cursos de Ciência da Computação, Engenharia da Computação e Sistemas da Informação (www.unicamp.br). Para cursos mais curtos na área, a Unipiem Gestão da Tecnologia da Informação (www.unip.br).

★ **Vantagem:** por ser uma profissão em crescimento, nunca falta trabalho. Além disso, o profissional é valorizado e ganha bem!

Figura17 – Seção Pensando no Futuro, edição 200
Fonte: TODATEEN, edição 200, julho de 2012

Jogo da Verdade

A seção envolve o trabalho prévio do *staff* (ou produção) da editora e da redação da revista. O *staff* seleciona *castings* de agências de modelos para a redação escolher os modelos e posterior produção com entrevista e fotos. Os temas de três edições são pensados previamente pela redação, que formula cinco perguntas para quatro meninos responderem.

No boxe *Oh, boy!*, os garotos ganhadores da promoção “Gato do Meu Perfil”⁵¹ participam, um por vez, respondendo as mesmas perguntas do tema. Uma resposta é publicada na revista e as outras são disponibilizadas no site, sendo que o boxe convida a leitora a ver as outras perguntas respondidas pelo garoto na versão *on-line*.

⁵¹ *Gato do Meu Perfil* foi uma ação desenvolvida em conjunto com o marketing e Web. Era um aplicativo do Facebook, em que uma leitora indicava um amigo para ser o mais gato do Facebook da *Todateen* e os mais votados eram os vencedores. O gato e a menina que o indicava ganhavam prêmios.

jogo da verdade

por Bruna Giorgi/colaboradora



Ciúme: vilão ou mocinho?

Os meninos dizem qual é a dose correta desse sentimento!

O que é pior em um namoro: excesso de ciúme ou a menina ser superdesapegada?

Daniel: a menina ser desapegada, porque, por mais que seja ruim uma menina bem ciumenta, nada pior do que ser deixado de lado. Se ela não sente ciúme é porque não está a fim.

Gabriel: eu acho que as duas coisas têm os seus pontos positivos e negativos, mas concordo que desapegada é pior!

Roberto: também acho! Se a menina é muito desapegada, parece que ela não gosta de você.

Diego: o ciúme é normal, faz parte do relacionamento. Para mim, o pior também é a menina ser desapegada.

Gabriel: uma vez falei para uma namorada que eu estava com outra, mas, na verdade, eu estava em casa dormindo!

Roberto: eu tive uma namorada muito ciumenta, não aguentei e terminei com ela.

Diego: já passei por uma situação desagradável que acabou gerando brigas e desgastando a relação.

O ciúme controlado faz bem para a relação?

Daniel: eu acho que ajuda. O ciúme é uma forma de demonstrar que você gosta e se preocupa com a outra pessoa.

Gabriel: para mim ajuda também, dá um clima no relacionamento.

Roberto: um pouquinho é sempre bom, né?! Mostra que ela se importa com você!

Diego: o ciúme controlado faz bem! Também acho que é uma demonstração que a menina se importa e quer cuidar do namoro.

O que é excesso de ciúme para você?

Daniel: é quando começa a afetar o relacionamento, quando ultrapassa a confiança. Se ela confiar, não tem porque ter ciúme!

Gabriel: é quando a sua namorada quer interferir nas amizades, quando ela quer ser a única menina na sua vida. Mas, se você realmente gostar dela, dá para contornar o ciúme excessivo.

Roberto: eu acho que, quando a menina não confia, pode ter ciúme demais e atrapalhar o relacionamento. Até certo ponto é suportável, mas chega uma hora que não dá mais.

Diego: para mim, excesso de ciúme é quando a menina invade o seu espaço e não confia mais em você. Quando ela começa a atrapalhar as saídas com os amigos, mudar o comportamento...

Você já passou por alguma situação delicada com uma menina por causa de ciúme?

Daniel: nunca me aconteceu nada muito grave, mas já passei por algumas brigas familiares por conta de menina possessiva.

Oh, boy!



O **Dudes Becker** prefere as desapegadas porque as "meninas ciumentas não gostam que você converse com outras pessoas, jogue videogame com os amigos e etc. Mas também é bom quando a menina tem um pouco de ciúme". Conheça as ideias do fofo

lá no site: www.todateen.com.br.

Quer que um gato que você conhece apareça aqui? Envie os dados dele em www.todateen.com.br/vcnatt

fotos: Henrique Vaz/Contrasto; editor: produção: Michelli; arte: Edson Reis; assessoria: 35 Imagem; contato: 011 3030 3030; site: www.todateen.com.br

Figura 18 – Seção Jogo da Verdade, edição 203
Fonte: TODATEEN, edição 203, outubro de 2012

Espelho

Consiste em dar dicas de como fazer a maquiagem igual a da famosa escolhida e sugestões de produtos. Vale ressaltar que as marcas sugeridas não ofertam qualquer remuneração por isso. Os pedidos de fotos são feitos via assessoria da marca pelos próprios jornalistas.

Fique Linda

A seção é dividida em: *Top Five*, subseção que sugere cinco produtos de beleza recém-lançados e que são sugeridos pelas assessorias das marcas; *Testamos* em que uma das meninas do *Garotas Todateen* dá a sua opinião de um produto que foi ofertado pela assessoria da marca. Pelo “Vc na tt”, a leitora envia sua dúvida sobre beleza e saúde estética que é respondida por um especialista da área e é disponibilizada em um box. Há também a dica de beleza de uma famosa e a curiosidade sobre algum tema sobre beleza e estética.

fique linda
por Bruna Giorgi colaboradora

Top Five
Os lançamentos que são S2 muito!

1. Ultra Cores Candy Colors da L'Oréal
Para quem ama colorir, mas não quer a cor da pele, a L'Oréal lançou a linha Candy Colors. As cores são: amarelo, verde, rosa e laranja. São produtos de maquiagem que dão um toque de cor na pele sem a cor da pele. Não cobrem a pele, mas dão um toque de cor. Disponível em: www.lorealparis.com.br

2. Oily Solution da Adercos
Oily Solution é uma linha de produtos para quem tem pele oleosa. A linha inclui: sabonete, espuma de banho, creme de corpo, creme de rosto, creme de mãos e creme de pés. Além disso, também tem um kit de produtos para quem tem pele oleosa. Disponível em: www.adercos.com.br

3. Minhas Calças da Nails & Getch
Pelas de nã, a Nails & Getch lançou a linha Minhas Calças. A linha inclui: uma coleção de produtos para quem tem pele de nã. Os produtos são: creme de corpo, creme de rosto, creme de mãos e creme de pés. Disponível em: www.nailsandgetch.com.br

4. Nôble perfume da Adercos
Nôble perfume da Adercos é um perfume para quem quer se sentir sofisticada. O perfume é de uma linha de produtos para quem quer se sentir sofisticada. Disponível em: www.adercos.com.br

5. Oily Solution da Adercos
Oily Solution é uma linha de produtos para quem tem pele oleosa. A linha inclui: sabonete, espuma de banho, creme de corpo, creme de rosto, creme de mãos e creme de pés. Além disso, também tem um kit de produtos para quem tem pele oleosa. Disponível em: www.adercos.com.br

Promoção!

Concorra a kits lindos da linha Aerlane Galistei, de Top Beauty. Fique ligada no Facebook da ff e participe!

Segredinhos
"No rosto, uso soro fisiológico gelado, todas as manhãs, é ótimo! Para o corpo, a minha dica é fazer exercícios físicos sempre, sem exagerar, uma caminhada já é suficiente e, além de tudo, tem uma boa alimentação! Não vivo sem máscara de volta para os olhos! Agatha Morcira, a Ju da nova temporada do Malhação"

Testamos
A Emanuella Suetti, do Garotas Indelével, usou o sabonete e loção hidratante Corrix da Jequiti. É o kit que ela usou. "São maravilhosos para quem gosta de se sentir hidratada e cheirosa. O Corrix do corpo é, do mesmo tempo, forte, faz a gente se sentir luxuosa e cheirosa e hidratante!"

Garotas Indelével

www.todateen.com.br

Figura 20 – Seção Fique Linda, edição 201⁵²
Fonte: TODATEEN, edição 201, agosto de 2012

⁵² Nesta edição não houve o boxe com a dúvida de leitora.

Fashionista

Após o processo de escolha do clube de leitoras da *Todateen*, as meninas selecionadas que moram na cidade de São Paulo participam de um editorial de moda. Elas são fotografadas com peças que estarão em alta durante o ano. Ao longo dos meses, então, sai uma modelo por cada edição, com dois comentários de duas especialistas sobre a tendência usada. Ainda há uma dica de como vestir a peça-chave de forma adequada e a foto de uma celebridade que também usa peças de roupas parecidas.



fashionista

Plissado

A Leticia Rodrigues, do **Garotas todoteen**, é nossa modelo da vez com esse visu super-romântico

A opinião das especialistas

"O look da Leticia é super-romântico e feminino. A saia plissada com ares retrô combinou perfeitamente com a blusa delicada com detalhes de laçinhos. Tudo neste look está harmônico e nos remete a um visual delicado com inspiração vintage", **Denise Moraes**, consultora de moda do Senac Moda Informação

"Esse look é leve, feminino e super pega por aqui porque favorece o corpo padrão das brasileiras. O formato evasê e a cintura alta da saia ajudam a disfarçar alguns quilinhos a mais (apesar de a Leticia não precisar disso), enquanto os detalhes da blusa chamam a atenção para os ombros ajudando também quem não tem volume na parte superior do corpo. Pra terminar, a cor e o salto do sapato ajudam a alongar a silhueta", **Mayra Zanchetta Ferraz**, consultora de moda

#ficadica

apesar de serem femininas e estarem no topo das tendências, as peças plissadas não são lá muito democráticas, pois podem aumentar o volume do quadril. Para não correr esse risco, prefira tecidos mais leves e modelos evasês.

"Sou totalmente in love por roupas delicadas com estilo girly. Amei super essa saia!", Leticia

Ela também ♥!

As peças plissadas fazem parte das produções girly de **Taylor Swift**. Para garantir um look cheio de fofura, a cantora aposta em estampas cute cu em peças com rendas e babados, como neste caso. Para equilibrar o visu, Tay escolheu uma bota mais pesada para os pés. Arrasou!



Foto: J. Silva / G. Silva / M. Zanchetta



Top: Leticia, R\$ 93
Saia: Renner, R\$ 70
Peep toe shoes: R\$ 100
Brinco: 2 Ladies, R\$ 140
Cola: Barbara Strauss, R\$ 269
Anel: Barbara Strauss, R\$ 379

Figura 21 – Seção Fashionista, edição 203
Fonte: TODATEEN, edição 203, outubro de 2012

Coisas de Diva

Seção com fotos em *still* (fundo branco) de produtos que englobam um determinado tema que varia a cada edição. Os produtos podem ser de moda ou de decoração. As fotos desses produtos são enviadas via assessoria de imprensa das marcas e selecionadas e organizadas por uma redatora. Quando a seção é feita por produtora, a redatora deve especificar o tema da seção, as marcas dos produtos e preços.

Moda in

É constituída pela subseção *Ela é It*⁵³, em que as leitoras enviam fotos com roupas que elas gostam e preenchem um formulário com as seguintes perguntas: “Por que você ama o look que está vestindo?”, “O que não pode faltar no seu guarda-roupa?” e “Ser fashion pra você é...”. As seis melhores produções são selecionadas pela redação e participam de uma votação aberta no site. A foto e as respostas da garota vencedora aparecem nessa subseção. Há também o *Fashion Help*, resposta para a dúvida de uma leitora sobre moda e estilo; dicas de produtos que estão em alta e entrevista sobre moda com alguma famosa.

⁵³ Esta subseção incentiva a interação com as leitoras da mesma forma que as seções *Toda Galera* e *Mural* motivam.

Ela é It!



Anne Caroline,
18 anos,
Planaltina, GO

Por que você ama este look?

Por conta dos acessórios e da sala mullet. Também amo muito sapatilhas de todos os modelos, especialmente em cores fortes. Adoro

me sentir confortável em meus looks.

O que não pode faltar no seu guarda-roupa?

Shorts, anéis, sapatilhas e bolsas.

Ser fashion pra você é...

Saber mostrar minha personalidade através do jeito que me visto.

Concurso It girl

Para mandar sua foto mais estilosa e conquistar o posto de It girl da #, acesse www.todateen.com.br/votatt. As seis garotas mais fashionistas vão competir no site da # em busca de votos pra aparecer na revista, #, e fazer uma forja-tareta entre as bests pra ganhar essa disputa. Participe!

Questão de estilo

"Sou bem eclética, mas minha essência é romântica. Adoro um vestidinho. Também gosto de variar: um dia vou mais para o rock, outro dia sou mais hippie...", **Juliana Paiva**, a Fatinha de Malhação



Febre amarela

Você é da ala das meninas que detestam o tom? É hora de rever seus conceitos. O amarelo deve reinar neste verão nas roupas e nos acessórios. Combinado com tons escuros, como o cinza, fica chique; coordenado com estampas florais ou tons claros, deixa você com um ar romântico e moderninho. Aposte sem medo!



Da Bonnier, R\$ 100

Fashion Summer

3 tendências que vão bombar neste verão – escolha a sua e arrase!



Néon
Da Petite Jolie, R\$ 53



Lentes espelhadas
Óculos Calisto Absurdo
para Óticas Carol, R\$ 390



Maxibrincos
Da Bonnier, R\$ 39

Dúvidas?

Acesse: www.todateen.com.br/votatt.
Você concorre à camiseta da #.



Isis Valverde tem o corpo tipo pera e arrasa nas produções que destacam o colo

Fashion Help

"Sou baixinha e meu corpo tem o formato de pera, com quadril largo. Isso me incomoda muito... Quais as melhores peças para valorizar meu biotipo?"

Isasmim Vital, Rio de Janeiro, RJ

— Quem tem o corpo pera (quadril maior, seios menores e coxas largas) deve apostar em peças e decotes que valorizem o colo – fazendo com que os seios pareçam maiores – e equilibrem a silhueta. Tomara que caia e frente única são boas opções. Detalhes nos ombros e estampas com desenhos largos no busto também ajudam a alongar a área e destacar o quadril. Outra opção é marcar a cintura com cintos e escolher saias evasês.

Figura 23 – Seção Moda In, edição 203
Fonte: TODATEEN, edição 203, outubro de 2012

Closet

Seção com fotos em *still* de produtos de um determinado tema que varia a cada edição. Os produtos são apenas sugestões de roupas, calçados e acessórios que são enviadas pelas assessorias de imprensa das marcas.

closet
por Thais Coimbra

Moral Da Mansa, R\$ 60

Para curtir os dias quentes! Da Esquilo, R\$ 26

Com curso e asas! Da Dona da Biquini, R\$ 39

Puro glamour! Cura Costa para Povoado.com, R\$ 150

Shopee - cavêres - irresistível! Da Povoado.com, R\$ 130

Araraia para o verão! Da Danymer, R\$ 62

Aperte no metalismo! Missione para Povoado.com, R\$ 60

Mania de caveira
Você pode ser cute ou punk, mas vai querer esses itens irados #fato

Linda de morrent! Da Gabriela Pires, R\$ 83

Com cheirinho de closet! Umis surm! Qual Gizes, da Juvenice, R\$ 23

TOBI Da Adrenaline casual, R\$ 30

Quê! Da Viremade, R\$ 120

Moderna! Lisa Costa para Passarela.com, R\$ 110

Não perca tempo! Da London New, R\$ 117

Perfect! Da Miss Zaidi, R\$ 298

outubro/2012 **todateen** 51

Figura 24 – Seção Closet, edição 203
Fonte: TODATEEN, edição 203, outubro de 2012

Provador

A seção mostra dois trajes de uma mesma celebridade e sugere peças parecidas com as que a artista está usando, com o preço e a marca. Há também um box *Ela também S2!* a qual há outras peças e tendências que a famosa da edição tem costume de se vestir. Vale ressaltar que as fotos das roupas e acessórios em *still* são enviadas pelas assessorias de imprensa de marcas de roupas como sugestões de pauta.

Early
é hit

A cantora de *Call Me Maybe* adora misturar o estilo glam com peças mais casuais



Figura 25 – Seção Proveedor, edição 201
Fonte: TODATEEN, edição 201, agosto de 2012

Plugada

É uma seção sobre tecnologia. Na subseção *Hi, Tech!*, há a sugestão de dois produtos de tecnologia, como: headphone, amplificador de som, celulares, capas para celulares, pen drives e outros. No site, cria-se uma enquete fechada sobre um assunto e as internautas têm cerca de um mês para votarem, o resultado sai nesta seção. Há a informação sobre um site útil ou divertido e também de um Tumblr que está fazendo sucesso no momento. O *Insta do mês* é a dica de Instagram de um famoso. O box + *no site* é o conteúdo feito pela equipe web, onde há as manchetes antecipadas das matérias virtuais prevista para o mês.



Para chocólatras

O iPhone agora é protegido de um jeito que até dá vontade de comê-lo. É o Chococase que, apesar de ser feito de silicone, dá água na boca, né? Da Coisas Geniais, R\$ 40

Yes, music!

Suas playlists ficarão molhadas ainda com este headset. Além de ter o design fácil de carregar, a linha T4 201 também vem com conexão para iPhone e iPad. Da A4 Tech, R\$ 45



Foto: A4 Tech



Dê litros de risada

As letras das músicas ganham imagem engraçada neste tumblr. Corre o risco de você sempre associar a animação Nemo com What's my name? da Rihanna. Não entendeu nada? Então, acesse: logomusica.tumblr.com

Foto: A4 Tech



Listas organizadas

Sabe aquelas listas enormes de músicas preferidas, filmes pra assistir com as bestas, presentes que quer ganhar? Então, aqui você pode organizar todas elas. É simples, basta se cadastrar, criá-las e divulgar pra galera. Corre lá: Iistography.com

Insta do mês

Lady Gaga se rendeu à febre do aplicativo e, em poucas horas, milhares de fãs já a seguiam. Diva é assim, gente!



www.todateen.com.br

» Tem gato novo no pedaço! Oba!

Como deixar o foto que acabou de chegar no colégio caidinho por você!

» As celebs S2: coques! Em festas ou no dia a dia, eles fazem a cabeça das nossas divas. Aprenda a fazer e inspire-se na nossa galeria de fotos!

» Meu pai, meu amigo Quer conquistar a confiança do seu papi e não sabe como? Temos 20 dicas para ele se tornar seu melhor amigo!

» Qual seria o seu colégio da ficção? Elite Way (Rebelle), McKinley (Glee), Rosewood High School (PLL) ou Hogwarts (Harry Potter)? Faça o teste e descubra!

Foto: A4 Tech

73%

das nossas leitoras acham que o

Facebook é a melhor rede social!

Quer votar nas nossas enquetes? Acesse: www.todateen.com.br



Mais testes! Já passou pelo Facebook do *todateen*? Lá, você encontra um aplicativo de testes in-crível.



todateen no iPad e no iPhone

A edição de agosto está disponível na Apple Store. Não pode perder, hein!



agosto/2012 **todateen** 81

Figura 26 – Seção Plugada, edição 201
Fonte: TODATEEN, edição 201, agosto de 2012

Sobe o Som

O tema em comum é música e abrange duas páginas. Há entrevistas com cantores e bandas, novidades sobre o cenário musical e, no *A gente aprova*, resenhas dos álbuns que foram enviados para a redação e a classificação em uma, duas ou três estrelas, conforme a qualidade do disco.



Thaeme & Thiago

A dupla não é campeã só na hora dos hits, mas em simpatia também!

Vocês se conheceram em 2011... O que mais admiram um no outro?

Thaeme: o que me surpreendeu foi a determinação, ele compõe demais, é um dos melhores do Brasil! Só que aí ele fica o tempo todo no mundo da lua. Eu o achava desleixado, mas vi que o que pensava ser defeito é uma qualidade!

Thiago: pra mim, foi o tanto que ela é disciplinada, focada... E admiro o coração dela, é muito bom. Mesmo cansada, ela não deixa de atender as pessoas.

Vocês vivem viajando... Qual a primeira coisa que colocam na mala?

Thaeme: os figurinos. Como a gente viaja muito, temos que colocar tudo! É o guarda-roupa inteiro. Mas a primeira coisa são os figurinos e os figurinos reservas.

Thiago: Minhas cuecas (risos)... Tô brincando.

Eu até esqueci esses dias, mas o que eu mais sinto falta é a Bíblia. A Bíblia on-line no celular não é igual!

Tem alguma música do repertório de shows que vocês cantam com gosto pra algum ex?

Thaeme: eu não canto para ex nenhum. Eu estou namorando agora e não fico me lembrando do que passou, mas acho que até inspira. Você acredita que a Monique (ex-BBB) e a Giovanna Lancellotti me falaram que *Aí Que Dó* é a música delas?

Thiago: hoje não. Mas tem uma música no DVD, a Estela, que eu fiz para uma namorada minha, com o mesmo nome, mas já passou. Quando passa é engraçado, mas na hora... Eu fiz outras músicas pra ela também.

no site
A dupla contou mais coisas lá no site!

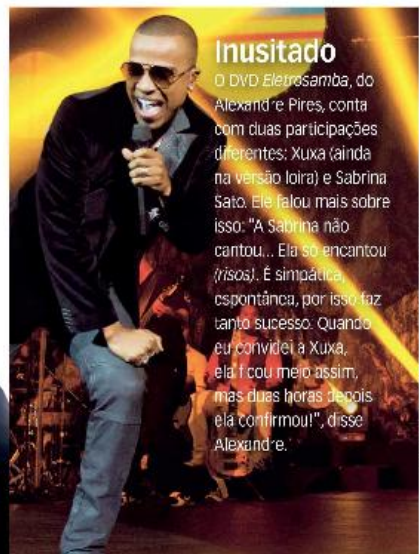


Yes, nós temos The Voice!

A versão brasileira do programa que acabou de estreiar tem tudo pra fazer você virar fã! Sabia que **Tiago Lelfert**, o apresentador, amou o convite? "Fiquei maluco! Sou viciado em televisão e sempre achei o *The Voice* incrível, o programa valoriza a boa música e traz performances emocionantes. Gosto do fato de ter treinadores, gênios da música ajudando a revelar um talento", disse.

Claudia Leitte, Carlinhos Brown, Lulu Santos e Daniel (os treinadores) estão empolgados pra ajudar a revelar talentos e, claro, o grande ganhador, que leva um prêmio de R\$ 500 mil e um álbum gravado pela Universal Music.

O *The Voice Brasil* passa aos domingos, depois de *Temperatura Máxima*!



Inusitado

O DVD *EletrôSamba*, do Alexandre Pires, conta com duas participações diferentes: Xuxa (ainda na versão loira) e Sabrina Sato. Ele falou mais sobre isso: "A Sabrina não cantou... Ela só encantou (risos). É simpática, espontânea, por isso faz tanto sucesso. Quando eu convidei a Xuxa, ela ficou meio assim, mas duas horas depois ela confirmou!", disse Alexandre.

Figura 27a – Seção Sobe o Som, edição 203, 1º. página
Fonte: TODATEEN, edição 203, outubro de 2012

Rapidinhas



Tom e Dougie do **McFly** estão indo além da música. No fim do mês, lançam o livro *The Dinosaur That Pooped Christmas* (algo como O Dinossauro Que Cagou o Natal, em português). Boa opção de presente pra sua amiga fã dos britânicos. Ou não!



Kamy é mineiro e faz uma MPB deliciosa. Ele gravou um CD com participação de Milton Nascimento e homenageou Beto Guedes ao cantar *Sol de Primavera* no programa *Som Brasil*, da Globo. Tudo mineiro, uai!



Rihanna = polêmica. Ela causou quando postou uma tatuagem nova na web; debaixo dos seios, feita em homenagem à avó, falecida em julho. A diva também não agradou nadinha a ONG PETA, por ter usado botas de couro de cobra (nada ecológico, claro!) dia desses...

Vamos acompanhar...



1. **PE.H Moraes** é um "cantor e compositor que faz um som de praia na cidade grande", como ele próprio diz na sua bio do Twitter (@pehmoraes). E fica a dica: as redes sociais dele e o canal no Youtube têm novidade direto.



2. **Austin Mahone** é outra prova de que a internet virou a fada madrinha do pop. Ele tem 16 anos, começou postando vídeos na internet e... bombou! *Say Somethin*, seu primeiro single, já é hit! Não é à toa que o apelido dele virou Baby Bieber!

A sua próxima diva?



Ariana Grande já fez participações em *Victorious* e *iCarly* (nas duas como *Cat Valentine*, lembrou?), atuou em peça da Broadway e ama postar um vídeo cover na internet. Agora, ela está em estúdio gravando seu CD. Oba! Enquanto isso, veja *Put Your Hearts Up* no Youtube e fique ansiosa como a gente aqui :)

A gente aprovou



ROCK

NX Zero

CD *Em Comum*: neste quarto disco de inéditas, você vai sentir que os caras amadureceram e continuam mandando bem demais. Sem *Novo Pra Voitar* tem uma energia incrível! Maré traz a mensagem de que a vida é difícil, mas que ninguém deve desistir do que quer. *Ligação* é insuana, mas fofa (é uma das nossas preferidas), sinal de que Dili errou e dia continuam acertando a mão nas baatinhas. É fã de um hardcore mais melódico? Vá direto em *Guerra Por Paz*. Pra fechar, *Nada Mais É Como Antes* é daquelas de demeter qualquer coração, até os mais duros! 3★



SERTANEJO

Victor & Leo

DVD *Ao Vivo em Florianópolis*: os irmãos reúnem as músicas mais legais da carreira, trazem inéditas (*Não Me Pendorei*, etc.), e ganham convidados como Paulo Fernandes e Nando Reis. 3★



POP ROCK

Julie e os Fantasmas

CD *Julie e os Fantasmas*: a trilha sonora da série da Band e da Nickelodeon agrada quem curte Avril Lavigne, o Camp Rock. Não deixe de conferir *Essa Noite Somos Um Só e Pra Sempre Nós*. 3★



ROCK

Bloc Party

CD *Four*: quer um disco com rock do bom? O quarto trabalho dos britânicos passeia por vários estilos no gênero, mas acaba agradando todo mundo, da grudenta Octopus à agitada *Day Four*. 3★



POP

Rita Ora

CD *Ora*: misturando hip-hop e pop, a britânica cheia de atitude chega arrasando! Com produção de will.i.am e Kanye West, ela agita (demais!) com *How We Do (Party)* e *R.I.P.*, a mais poderosa do disco. 3★

Figura 27b – Seção Sobe o Som, edição 203, 2ª. página
Fonte: TODATEEN, edição 203, outubro de 2012

Micos & Cia.

Nesta seção, a personagem *Kimiko* (amiga da *Teena*⁵⁴) conta uma história engraçada que viveu e há uma ilustração desse quadro. Além disso, a personagem comenta os micos enviados pelas leitoras que são selecionados pela redação. Há também um conteúdo com frases ou dicas divertidas e uma gafe vivenciada por um artista. É uma das seções mais queridas pelas leitoras que enviam cartas digitais e opiniões. Além disso, a seção pertence a categoria de entretenimento na revista, pois oferece histórias engraçadas e comentários cômicos da *Kimiko*.

⁵⁴ Tanto a *Teena* como a *Kimiko* são personagens da *Todateen*. A *Teena* é a principal, existe desde o início da *Todateen*, foi transformada ao longo dos anos e é a personificação da marca.



Balada boa é balada com roupa nova, né? Quer dizer, não é pré-requisito, só é mais gostoso estrear um look inédito. Na última, usei um vestido que minha mãe havia me dado, todo jeans, com cinto fofo e cheio de botões na frente. Fiz um make todo trabalhado no olho (e boca nude, pra não ficar over) e me senti a diva. Imagine só o quanto eu não estava me achando quando notei to-dos os meninos elogiando o vestido! Jurei pra mim mesma que usaria a peça pelo menos até eu fazer 40 anos (brincadeira!). Achei até mais surpreendente – quase estranho – quando meninas que eu mal conhecia ficavam me encarando... Até que encontrei o Daniel, amigo do colégio, e ele me disse: "gostei do vestido. Mas gostei mais do sutiã". Na hora olhei pra baixo e vi dois botões abertos! Que mico, que mico! A festa inteira viu meu sutiã pink flúor (que deselegante...). O amor incondicional pelo vestido virou trauma, gente!

Você pode ganhar uma camiseta com seu mico! Pra concorrer, entre no www.todateen.com.br/vcnatt e conte seu bapão!

A fura derruba bolo

"Eu estava na festa de quinze anos da minha amiga, trabalhada no glam e curtindo muito! Até que ela me chamou pra tirar uma foto de frente para o bolo (pensa num bolo espetáculo...). Estava tudo indo bem, mas o irmão menorzinho dela passou correndo e me empurrou. Perdi total o equilíbrio e caí de cara no bolo! Não sei se fiquei com mais vergonha porque me sujei super ou porque acabei com o bolo da festa. Fiquei sem clima e fui embora pra casa!"

Maria Heloisa, Parnamirim, RN

Kimiko comenta:

Dúvida 1: alguém se ofereceu pra lhe dar carona? Dúvida 2: algum menino louco por açúcar grudou em você?

Ai que aperto!

"Eu tenho um chaveiro de coração na minha mochila, que toca música quando é apertado. Estavam todos quietos na sala de aula e a professora explicando a lição, quando meu amigo começou a me perturbar apertando o coração. Chegou uma hora que cansei da brincadeira e dei um gritão: 'PARA DE APERTAR MEU NEGOCINHO!'. A sala toda parou e começou a rir da minha cara, principalmente minha professora. Queria ter o poder de desaparecer..."

Daniella, Duque de Caxias, RJ

Kimiko comenta:

Aposto um beijo do Harry Styles que a professora sentiu um mega-alívio quando soube que o negocinho era um chaveiro!

Facebook x vida real

As diferenças...

Na vida real: quando alguém fala sem parar sobre um assunto nada a ver, você deixa o pensamento ir looonge e balança a cabeça fingindo concordar (e rezando pra acabar logo).

No Face: você começa a ler, vê que é chato e pula pra próxima atualização da sua timeline.

Na vida real: quando um cara mala pede o número do seu telefone, você passa o errado, lógico!

No Face: você deixa o pedido de amizade lá na espera... Pra sempre!

Na vida real: você sai de casa torcendo pra encontrar o vizinho lindo.

No Face: todo mundo vira vizinho...

Sono é...

Passar mais tempo apertando o botão soneca do que tirando uma soneca mesmo.

Ladeeeira

"Ia ter uma formatura que o pessoal queria que a gente tocasse e acabou não dando certo. Mas de última hora, nos chamaram pra fazer uma surpresa: a gente teria que entrar no meio da festa. Só que não explicaram que sairíamos de cima do trio e de dentro de uma floresta. Nem que durante todo esse trajeto toda a galera veria a gente, mas não teria música, um silêncio deprimente... Quase caímos do trio, os instrumentos despencaram, a bateria desmontou. E a gente chegou cheio de galho!"

Luciano Tiso, do Oba Oba Samba House



Nas Estrelas

É a seção de astrologia. Toda a edição há um conteúdo especial sobre o signo do mês com ilustração da *Teena* conforme as características do signo. Ademais, há a previsão mensal de todos os signos no campo pessoal, de amor e de beleza. O box dos famosos que têm o signo da edição tem a foto e a data de aniversário.

Libra

Pra quem faz aniversário de 23/9 a 22/10

Já que a beleza e o charme estão em evidência, aproveite o clima pra chegar mais perto do gato. Também é a hora de mudar o visual ;)

Sua personalidade

Você, libriana, nunca começa uma briga, pelo contrário! Por ser a voz (doce tipo lei e condensado) da razão, é você quem acaba com as discussões. É uma amiga ótima por vários motivos: sabe ouvir, dá conselhos pé no chão, é quase uma stylist e maquiadora profissional, é divertida e (muito!) simpática. Seu único problema está na hora de decidir: aí testa a paciência da turma porque sempre volta atrás e nunca tem certeza. Com os garotos, é romântica e se apaixona na velocidade de um carro de Fórmula 1, e olha que o cara não precisa ter mais que um sorriso lindo... Mas desapaixona fácil, seu pra sempre tem prazo de validade. É talentosa, dedicada e, claro, linda por dentro e por fora.

Seus Elementos

Cores: rosa, verde e azul (versões candy)

Sua frase: tudo o que é demais enjoa

Flores: violeta e hortênsia

Fruta: manga e pêssgo

Perfume: os mais phynos, com essência de rosa branca e orquídea

Foto: Olycom

A libriana



Pra não economizar no coração? Conheça All Star para freaguar, R\$ 129



Você e os signos

Uau • Gêmeos, Aquário e Libra

TDB • Áries, Leão e Sagitário

Beleza • Escorpião, Câncer e Peixes

+ ou - • Touro, Virgem e Capricórnio

O libriano

Como resistir ao bom papo dela?

Librianos nasceram pra conquistar: são simpáticos e fazem você se sentir o máximo sempre. O problema é que eles são assim com todas (puro carisma, sabe?). Pra ganhá-lo, não faça pressão e demonstre o quanto é amiga. Arrase no look também.

Áries

21/3 a 20/4

Você: como ainda não rola dar Ctrl+Z nas palavras ditas, o melhor é segurar a língua neste mês. Tente escrever suas mágoas antes de sair falando alto... Depois, quando reler, os problemas podem até parecer mais simples.

Amor: seu jeito impulsivo e ansioso vai dar um tempo para o romance invadir sua praia. Ir devagar no lance é a dica.

Beleza: a pressa pode ser sua grande inimiga. Pense nos looks com calma.

Touro

21/4 a 20/5

Você: a vida social vai estar concorrida, seus amigos querem sua presença em vár os agitos. Em casa, o clima também nunca foi tão gostoso! Se alguém deu mancada com você, é a hora de rever essa amizade, ok?

Amor: várias oportunidades de fidadas! Lances passageiros devem deixar você empolgada. Aproveite a fase ;).

Beleza: mais cuidadosa, essa é sua chance de fazer um make diferente.

Gêmeos

21/5 a 20/6

Você: sua maior inimiga é a teimosia. Quando você coloca algo na cabeça, fica difícil desistir e aí pode arrumar encrenca (sobretudo em casal). Tente ver o lado dos outros, tá? No mais, muita diversão vai deixar seu mês mais gostoso.

Amor: mesmo supersimpática, a paquera pode não fluir. A culpa? É da sua exigência, que está nas alturas.

Beleza: sua dica de beauté este mês é ser saudável. Você está toda cuidada.



Pra ficar a tiracolo. Da Macacônia Boas, R\$ 169,90



Calça floral: o hit da estação. Da Buxi, R\$ 59

Figura 29a – Seção Nas Estrelas, edição 203, 1º. página
Fonte: TODATEEN, edição 203, outubro de 2012

Câncer 21/6 a 21/7

Você: está bem ligada (e apaixonada!) pela rotina e vai perder a boa quando as coisas não saírem do seu jeito. Cuidado pra não brigar com os mais queridos. Zero agitada, você vai preferir ficar de boa com as bests a encarar uma festa lotada.

Amor: aposte na conversa pra se aproximar do gato. É o caminho mais certo pra não parar na primeira ficada.

Beleza: que tal domar a sua exigência? Todas temos frizz e espirinha às vezes.

Libra 23/9 a 22/10

Você: nada de exagerar nos comentários irônicos, as pessoas podem não entender. Guarde sua ironia para os mais chegados. Mas falante, você vai ter uma facilidade enorme pra cativar os outros, novas amizades devem surgir!

Amor: seu charme está mais evidente que tons néon! Moral: vai ser fácil garhar o S2 do gato. Explore sua simpatia.

Beleza: que tal espantar o estresse com um pouco de esporte? Bora malhar!

Capricórnio 22/12 a 20/1

Você: algumas mudanças talvez tirem seu sossego, o jeito é saber lidar com elas. Nada de pânico, tudo se ajeita, não é? Com os amigos, você será a conselheira da rodada, olha a resposta. Saiba manejar a franqueza pra não machucar.

Amor: chances de se apaixonar não faltam. O maior obstáculo é seu nível de exigência. Saiba ouvir o coração também.

Beleza: aposte nos tons candy. Você vai conseguir inovar e se diferenciar!

Leão 22/7 a 22/8

Você: sua dedicação a quem ama é total, o problema é que espera o mesmo dos outros e nem sempre isso rola... Ops! Converse com jeitinho. Com os amigos mais chegados, tudo lindo: momentos perfeitos a caminho. Obai!

Amor: os astros lhe emprestam um brilho megaespecial e os meninos vão pirar quando você passar. Ótimas paqueras.

Beleza: dormir é um jeito ótimo (e simples) para ter a pele perfeita, viu!

Escorpião 23/10 a 21/11

Você: está exigente e possessiva, o que pode esquentar o clima em casa. Tente manter a tranquilidade para as brigas não ficarem feias. Em compensação, com a turma, o clima está uma delícia. Só esqueça o cluminho das bests, tá?

Amor: deixe as desilusões pra lá! Os astros vão dar um up na paquera, deixando você mais charmosa.

Beleza: aceitar os imprevistos (espinha, unha quebrada...) é seu desafio do mês.

Aquário 21/1 a 19/2

Você: a partir do dia 7, Marte dará um gás no seu jeito explorador e você será a líder da turma com facilidade e entusiasmo. Em casa também! Não abuse da autoridade ou pode acabar brigando com alguém. Peça ajuda quando precisar.

Amor: charme e simpatia são seus grandes parceiros pra atrair o gato. À segunda vista, invista em seu ótimo papo.

Beleza: troque as gulodices por frutas e biscoitos integrais. Sua pele agradece.

Virgem 23/8 a 22/9

Você: mais exigente que o normal, vai querer que as pessoas sigam seu ritmo. Tente ter mais jogo de cintura pra evitar brigas. Hora disso, a vida social está incrível e, ao lado dos amigos mais queridos, você vai se sentir de bem com a vida.

Amor: uma paixão inesperada fará você flutuar por aí... Este definitivamente não é um mês de zero a zero!

Beleza: dê um pause na chapinha e na escova. Cabe o natural também é lindo!

Sagitário 22/11 a 21/12

Você: sua vida está agitada e ficar em casa será coisa rara. Melhor otimizar o tempo, enrolar na internet antes dos estudos pode fazer você perder um programa maaa. Conhecer novos amigos é o grande brinde desta temporada.

Amor: com carisma plus size, vai ser difícil um gato não notá-la. Mas cuidado com as folocas se decidir colecionar ficadas.

Beleza: dedique-se ao make. Aproveite que os meninos estão por perto.

Peixes 20/2 a 20/3

Você: o clima em casa vai esquentar, é que todo mundo está querendo ter razão. Use sua simpatia para evitar o clima. Aliás, é seu jeito cativante que fará com que novos amigos se aproximem. Só não deixe pra trás os amigos mais queridos.

Amor: o mês facilita a paquera. E pra conquistar, aposte na sua naturalidade. Forçar a barra? No way!

Beleza: sua vaidade está em alta. Aproveite pra cuidar melhor da sua saúde.




Librianos famosos

Avril Lavigne • 27/9
Cleo Pires • 2/10
Pitty • 7/10
Bruno Mars • 8/10
Flávia Zero • 15/10

SAIBA O QUE OS ASTROS DIZEM SOBRE VOCÊ E O SEU GATINHO!

Envie agora
TTSEUSIGNO1534 para
44144 e fique por dentro!

Custo de R\$0,31 + impostos p/ mensagem.
Seu 1º envio sai por R\$4,14.
Termos e Condições: www.nelfa.com.br

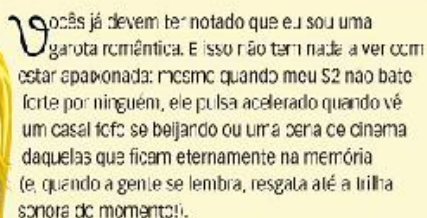
Figura 29b – Seção Nas Estrelas, edição 203, 2ª. página
Fonte: TODATEEN, edição 203, outubro de 2012

Papo com a Teena

Ela situa-se na última página, sem ser o verso da contracapa, junto com o expediente. Cada edição a *Teena* conta uma história ou sugere dicas a partir de um tema. É uma coluna de uma personagem.



Doida pra ver!



É por isso que estou tão ansiosa pela estreia do último filme da Saga Crepúsculo. Eu amei Crepúsculo assim que li a primeira página. Me identifiquei com a Bella. Estar num ambiente novo e se sentir deslocada, ficar meio sem conversa com o pai, se apaixonar pelo cara mais lindo do colégio... quem nunca, né?

Conto os dias pre estrele e todo die vou atrás de novidades na net. Vi todos os teasers, os trailers, as fotos... Até as fotos alteradas pelos fãs au curto ver! Fênicê então... Leio desde q'ando *Crepúsculo* não tinha nem virado filme.

Minha beste e ômiço, tá em outra vibe agora. Ela é toda musical, então, o coração dela dispara se ela ouve... One Direction! Sim, eu sei, você também deve amar. No quarto dela tem vários posters dos meninos espalhados pelas paredes e, no meu, tenho Edward e Jacob (ou melhor, Taylor e Robert), me olhando toda vez que eu abro os olhos pela manhã. A gente é meio do da, mas é melhor ser apaixonada por algo do que viver sem ter alguma coisa pra admirar. Você não acha?

Beijo pra você que também
tem suas paixões.

Teena

[illegible]**todayteen**

ISSN 1413-2125 — Online — 2012, Aug 17, № 20

EDICION: María DeSanti EDITORA: Liliane de Lucena
DISTRIBUCIÓN: Nacional: Scheraga; Flavia Coimbra

DISCONE Carol Tosi e Fernanda Virmacco

CEB: Eugenio Ionesco, Fernando Díaz e Ricardo

ILUSTRACÕES: Eugénio Taron, Fernando Dias e Ricardo Avarchi
ESTÁGIOS: Bruno Giloi (redação) e João Mário (design)
TRATAMENTO DE IMAGEM: Daniela Yamachi Marina Henriques, Jo Rebelo
 (011 303 3330) 40-40 (Vozes) e 40-40 (Vozes) e 40-40 (Vozes)

Indicate the ACE

EDITORA-CHEFE Patrícia Santos **EDITORA-ASSISTENTE** Júlia Dantas
DESENVOLVIMENTO Paulo Pádua (Análise de Desenvolvimento)
Mário Cavalli (Programador) **WEB DESIGN** Leandro Garcia, Lucas Silva
FEEDBACK Carolina Scherer, Luciana Feres, Lúcia Feres, Márcia Muniz
e-mail: feeb@bol.com.br e feeb@desenvolvimento.com.br Portal: www.feeb.com.br

GRÁFICA LOGOPRINT
DISTRIBUIDORA: DEM

É proibida a reprodução parcial ou total de qualquer texto ou imagem deste site sem autorização prévia dos responsáveis pela publicação.

TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS.



alto astral
06 10 18

PRESDENTE: José Carlos de Almeida
DIETISTA EXECUTIVO: Pedro José Chiqui

GERÊNCIAS: ADMINISTRATIVO/FINANCEIRO: Jaelen Pereira, CUSTODIA GRÁFICOS: José Antonio Rodríguez, MARKETING: Silvana Inácio de Lencastre, PÓS-VENDA: Juliana, SANCHI: Sanchi Oliveira

EDITORAÇÃO: Inara Allhoff (Editora), Ricardo Tansko (Editor Especial) e Mara De Sá (Coordenadoras Científicas); **EDITORES DE ARTE:** Os Formadores; **EDITORES:** Alexsandro M. Gomes e Bárbara Mendes; **COORDENADOR DE CIRCULAÇÃO E ENVIO/ENVIO DE FOLHAS:** Otávio Matias de Melo; **CONTROLE GRÁFICO:** Ronald S. dos Santos; **ANALISTA DE ENVIO/ENVIO DE FOLHAS:** Carlos Carlos; **FOLHAÇÃO/DOCUMENTAÇÃO:** Miriam Izabel (Coordenadora), Paula Caserio e Kelly Gouveia; **CIRCULAÇÃO:** André Goulart (Coordenador), Lissandra Marins (Assistente de Circulação).

EPURA: Rua Gustavo Nogueira, 19-26, CEP 17612-010, Bauria, SP, CORRÊS: FUNDENÇA: Caixa Postal 47, CEP 17001-970, Bauria, SP, Fone: (14) 3235-3878, Fax: (14) 3235-3819. **SAC RALDI:** Alameda Vicente Pires, 123, 4º andar - Conjunto 41, CEP 04547-130, Vila Olímpia, São Paulo, SP, Fone: (11) 3040-2905.

MARKETING & PUBLICIDADE
DIRECTOR: Sylvio H. de Oliveira Junior

SOLIDARIDAD

[illegible]

MEETING

MARKETING LEITOR, Flávia Castro, CFC/CADE ASSINATURAS, 1460
Lote 1, Taboão da Ilha, Jd. do Trabalhador, Fátima, São Paulo, SP, 05060-000
FONE: (11) 3125-3878
E-MAIL: marketing@vtr.net.br



 Atendimento ao leitor: (11) 3235-3851
E-mail: todayteen@astral.com.br
Site: www.todayteen.com.br

hábitos de atendimento: de segunda a sexta, das 8h às 18h

Atendimento ao assinante:
Sic: Paulo (11) 9912-6422; Rêgis: Jordani (21) 4061-6772.

Belo Horizonte: (31) 4055-7267; Porto Alegre: (51)
4063-7267

Sigla para atenuamento an assinante

Site para atendimento ao assinante:
www.al.pestal.ca.on.ca/assinantes/carta/c.
Site para novas assinaturas:

Site para todas as assinaturas:
www.alexandreoliveira.com.br/assinaturas

www.altoastral.com/asignatura
E-mail: alberto@altoastral.com

E-mail: assinatura@astrol.com.br

Números atrasados: (14) 3235-3803
E-mail: todateen@astro.com.br

Figura 30 – Seção Papo com a Teena, edição 203
Fonte: TODATEEN, edição 203, outubro de 2012

3.2.3 Testes da versão impressa

Faz parte também do entretenimento da revista. Geralmente, o formato é cinco perguntas com três alternativas. O conjunto de resposta mais assinalada é o resultado. O diferencial principal da *Todateen* perante a concorrência é o teste.

Cheiro de diva

Descubra qual perfume de celeb combina com você!

1 O que não pode faltar nas suas férias ideais?

- Assistir a muitos filmes fofos com a turma, é lógico!
- Descansar loucamente e colocar a bagunça em ordem
- Conhecer gente bonita de lugares diferentes

2 Se você fosse uma cantora, quando sua música mais iria tocar?

- Nos momentos afofe
- No ranking da sua rádio preferida
- Nas badadas mais agitadas!

3 Você não sai de casa sem...

- ... gloss e chiclete
- ... celular
- ... sua bolsa gigante

4 Você gosta de cheiros que lembram...



5 Pra você, dia bom é quando...

- ... tem aula de baé, inglês e dia.
- ... vai com as bests dar um rolê no shopping e, de quebra, acaba encontrando o seu paquera
- ... o lido do colégio convicia você para um cinema

6 O que mais gosta de fazer no Face?

- Curtir e subir fotos da galera, porque sempre rola um comentário do gato
- Conversar relax no chat
- Conferir o que está rolando



da Taylor Swift
Maioria

Você faz o estilo prática e sem pará-cá, ado a coisas miúdas e simples. Taylor elaborou com carinho a fragrância Wonderstruck pra ser usada no dia a dia e dar um toque especial na rotina. Perfect pra você que tem, geralmente, a agenda lotada e, apesar de não ser a mais popular do colégio, é bem amiga da galera. Só procure deixar mais sem medo de ser feliz, ok?



da Selena Gomez
Maioria

A cantora criou a fragrância Selena Gomez com a intenção de conquistar. E você tem um ar seduction nato e se empenha super pra fazer o gato mexergá-la. É difícil quando um garoto não se encanta com sua atitude, mas não force a barra, ok? Fica a dica: a vida não é divertida só quando tem nerminhos. Indos na jogada, dê atenção também às suas bests



da Katy Perry
Maioria

Meow da Katy Perry simboliza divas são ao máximo, mas se deixam o romantismo de lado, tipo a sua cara. Você tem muitos amigos, um astral incrível e adora fazer festa porquê que coisa. Até nos intervalos do colégio! Apesar disso, sempre se flagra suspirando pelo carinho dos sonhos 4ever. Sabe cuidar bem o seu tempo, mas que tal pensar mais em você?

Figura 31 – Teste, edição 201
Fonte: TODATEEN, edição 201, agosto de 2012

3.2.4 Matérias da revista

Toda edição busca equilibrar o conteúdo de moda, beleza, comportamento, amor, personalidade, curiosidade. A matéria principal que tem destaque na capa é sobre o universo da paquera e despende quatro a seis páginas. As outras são preenchidas para serem feitas em uma ou duas páginas com consultoria ou não, dependendo da pauta.

O artista da capa, que geralmente é um rapaz⁵⁵, tem entrevista principal e, quando é nacional, fotos exclusivas. As entrevistas de artistas estrangeiros ocorrem via assessoria de imprensa ou compra de entrevistas e fotos nas agências. Ainda, a matéria do artista da capa pode ser curiosidades, impressões e prêmios conquistados por ele.

Há pelo menos um editorial de moda por edição. Ele é pensado e solicitado com antecedência e é baseado em pesquisas sobre tendências, agenda *setting* e observação do consumo das meninas. O *staff* da editora envia o *casting* de modelos para a redação escolher. Da roupa e das marcas a serem escolhidas, do lugar a ser fotografado, da pose das modelos, do filtro usado na máquina fotográfica são especificados na solicitação e enviados para a produtora. Quando as fotos retornam prontas, há uma avaliação da qualidade técnica e, são aceitas ou não. Caso sejam aprovadas, as fotos passam por um trâmite de cadastro interno da editora e, então, a redação seleciona as fotos, redige o tema da tendência e organiza os preços e as marcas do vestuário usado.

Frequentemente, também há editoriais de beleza: de maquiagem ou *nail art*⁵⁶. E o processo ocorre da mesma forma.

3.2.5 Pôster impresso

Há os miniposters que são as fotografias dos artistas em uma página da revista com um texto de apresentação. E há também os superposters que são chamados na capa e são fotos de tamanho 42cm x 27,3cm dos famosos. A sugestão de quem estampa esses superposters é feita pelas leitoras que votam pelo site. E, também, há um auxílio feito pelo marketing da editora que se chama “Gatômetria”⁵⁷ e funciona como um medidor de sucesso nas mídias sociais. *Google Analytics* e sites de música, rádio e videoclipe também entram na avaliação.

⁵⁵ Essa generalização é baseada na comparação de edições vendidas que tinham meninos e outras que tinham meninas. A vendagem de um garoto é mais vantajosa. Além disso, a equipe de marketing da *Todateen* realiza pesquisas com as leitoras algumas vezes por ano e o resultado também parte dessa pesquisa.

⁵⁶ *Nail art* é decoração de unhas com esmaltes.

⁵⁷ Gatômetria é uma pesquisa realizada em alguns meios com rankings, como: capas de revistas, Top 100 artistas no Vagalume.com e em algumas rádios, Google Analytics e outros.

Ao fim da descrição editorial da revista impressa *Todateen*, é possível confirmar a identidade de amiga da leitora nas mídias sociais. As temáticas propostas nas seções compõem o universo da adolescente e, em algumas, a leitora tem oportunidade em participar da versão impressa. O site da *Todateen* será apresentado a seguir, antes de analisar o Facebook e Twitter, e, assim, tornará claro a extensão da identidade da revista para a mídia *on-line*.

3.3 TODATEEN CIBERNÉTICA

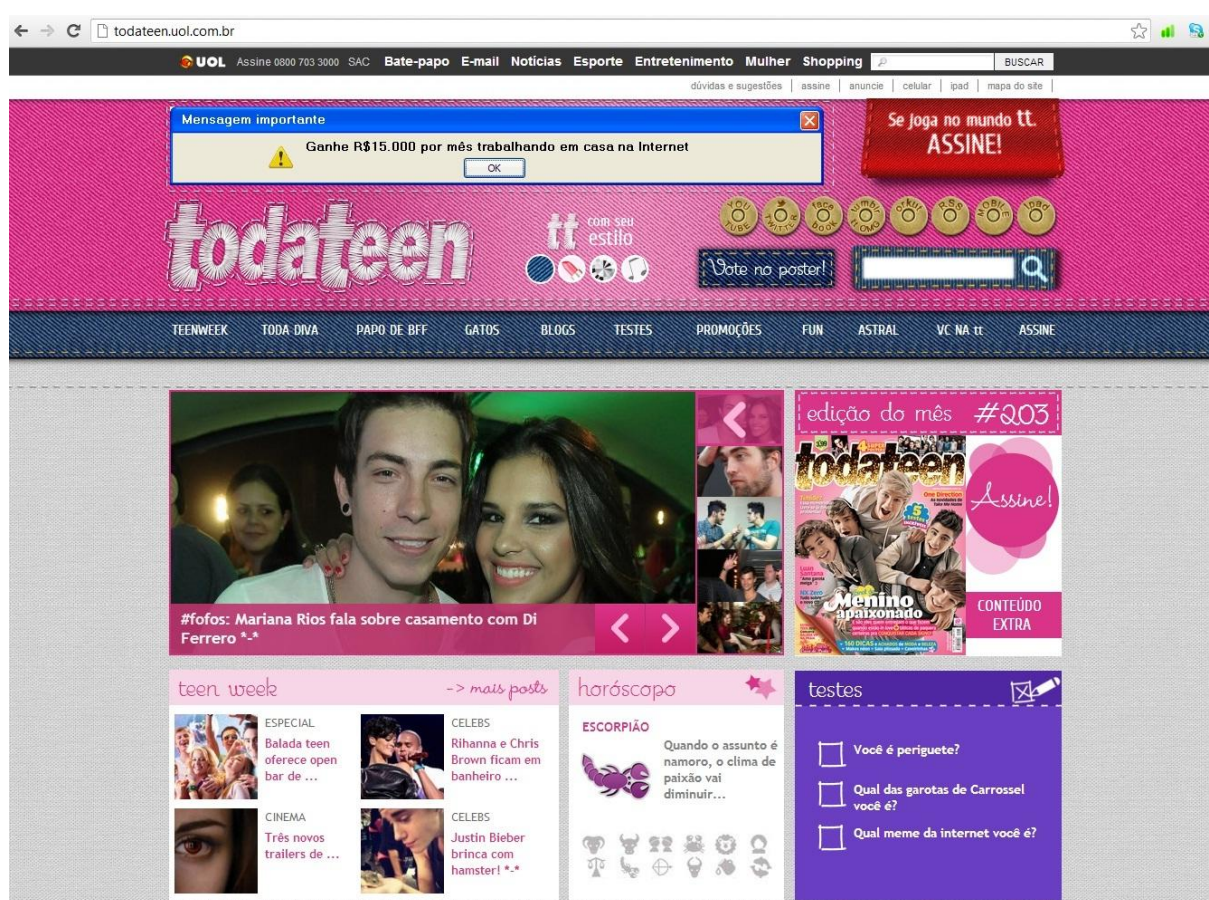


Figura 32 – Página inicial site *Todateen*
 Fonte: todateen.com.br, 24 de outubro de 2012

No endereço todateen.com.br, encontram-se onze abas ou seções: *Teenweek*, *Toda Diva*, *Papo de BFF*, *Gatos*, *Blogs*, *Testes*, *Promoções*, *Fun*, *Astral*, *Vc na tt*, *Assine*. A equipe web da revista *Todateen* promove conteúdo próprio⁵⁸, mas segue a mesma linha editorial e de

⁵⁸ Algumas entrevistas publicadas na web são feitas pela equipe da *Todateen* impressa que oferta o conteúdo na íntegra pelo site e uma parte na revista.

identidade da versão impressa: companheira da leitora/internauta. Essa manutenção editorial e de identidade é afirmada, pois as seções dos sites apresentam aspectos conforme as facetas do “Prisma da Identidade” de Kapferer (2003), principalmente a faceta de *relação* que diz respeito à maneira como o consumidor busca se relacionar com a marca (e vice-versa), comuns e extensivos da revista impressa.

De forma simplificada, pois a descrição de cada seção *on-line* será feita nos próximos tópicos, a *Teenweek* assemelha-se, entre outras com a *Por aí*; *Toda Diva* representa na Internet às seções *Fique Linda*, *Moda In*, *Espelho*, *Fashionista*, *Provador*, *Coisas de Diva*, *Closet*; a aba *Papo de BFF* se assemelha ao *Dilema* e ao *Altos Papos*; já *Gatos* guarda peculiaridades da seção impressa *Jogo da Verdade*; os assuntos da *Fun* remetem às seções da revista *Tá Rolando* e *Sobe o som*; *Astral* se aproxima da seção *Nas Estrelas*, e a aba *Testes* condiz com os testes que vêm na versão impressa.

Teenweek

A aba do site refere-se às notas quentes sobre celebridades, música, televisão, cinema e especial que engloba assuntos recentes que não se encaixam nas demais abas, como, por exemplo, “Concurso cultural da Chiclets leva fã de Justin Bieber a NY”. As matérias dessa aba têm características de nota, geralmente com assuntos divulgados e encontrados na Internet (sites de fofocas, sites estrangeiros e redes sociais dos famosos), sem fonte primária ou consultoria.

Toda Diva

É a seção do site que aborda assuntos sobre moda e beleza. A subseção *Beleza* abarca cabelo, pele, corpo e unhas, tanto no âmbito estético, como de saúde, sendo frequente o uso de consultoria com médicos dermatologistas e cabeleireiros. *Moda* se refere às tendências e às novidades do mercado de roupas, sapatos, bolsas e afins. Já em *Make*, os truques de maquiagens e sugestões de produtos são as pautas principais. Em *Unhas*, a internauta encontra novidades sobre esmaltes e passo a passo de *nail arts*, por exemplo. A aba *It girl* oferece conteúdo sobre moda, beleza, cabelo, unhas, maquiagem que envolvem o universo de uma famosa a qual as internautas se espelham.

Ainda há o espaço do *Batalha de looks*⁵⁹, a qual a foto da ganhadora com o traje mais votado aparece na seção impressa *Moda In*. Esse é um tipo de interação que ocorre entre leitora-internauta e revista-site-revista⁶⁰. Ser considerada uma *fashionista*⁶¹ – título imaginário recebido para quem aparece na seção *Moda In* da revista impressa –; faz parte dos desejos do público da *Todateen*. É uma forma de reconhecimento, sentimento motivacional de autoestima.

⁵⁹ Essa subseção tem a ver com a seção do produto impresso *Moda In*, já explicada no item anterior.

⁶⁰ Essa relação dá-se nesse sentido, pois a maioria das leitoras tem vontade em aparecer em alguma publicação, quando observam na revista que há essa oportunidade, procuram realizá-la entrando no site e se inscrevendo.

⁶¹ Na linguagem das publicações de moda destinadas ao público feminino, *fashionista* é a garota que é espelhada por se vestir bem e entender muito sobre moda.

Vote no poster!

TEENWEEK TODA DIVA PAPO DE BFF GATOS BLOGS TESTES PROMOÇÕES FUN ASTRAL VC NA tt ASSINE

Toda Diva

Home > Toda Diva

Zoey Deschanel aposta em batom magenta - a cor é aposta certa para o verão!

Beleza

Como fazer uma chapinha perfeita no cabelo

CABELOS

10 produtos para cuidar dos cabelos loiros

Moda

O mocassim feminino voltou! Veja como usar

Moda vintage: dicas para fazer compras em brechós online

Make

Como aplicar o blush em cada formato de rosto

Os tons de blush para cada cor de pele

Unha

Esmalte da Hello Kitty O estilo de Selena é a sensação da Beauty Gomez na pré-estreia de Hotel Transylvania Fair

It Girl

edição do mês #202

Assine!

CONTEÚDO EXTRA

Global Shoes Snoopy

Confira na Netshoes! Só R\$ 104,90. Veja!

A Moda nos seus pés!

Nike Dunk só R\$ 169,90. Na Netshoes!

Assine Shape!

Você linda & Sexy. Apenas 3x R\$ 13,17

Assine Todateen!

Sua revista e BFF. Apenas 3x R\$ 12,77

Kit Astrologia!

Os astros revelam tudo. Apenas 3x R\$ 17,22

Livros e Revistas

O maior acervo de livros com os melhores preços da internet.

testes

☐ Você sabe guardar segredo ou é fofoqueira assumida?

☐ Você saberia lidar com a fama?

☐ Você sabe namorar?

Batalha de Looks

Quer ter seu look na revista? Clique aqui e participe

Figura 34 – Seção on-line Toda Diva
 Fonte: todateen.com.br/todadiva, 1º. de outubro de 2012

118

Papo de BFF

Engloba questões de comportamento, saúde e informação dentro do contexto da internauta. A seção é dividida em *Amor*, *Paquera*, *Amizade*, *Papo sério* e *Meu mundo*.

Em *Amor*, *Paquera* e *Amizade* encontram-se matérias com consultorias, geralmente de psicólogos, sobre relacionamentos com suas respectivas singularidades, são subseções marcadas por fontes personagens. Em *Papo sério*, são assuntos recorrentes e até delicados da adolescência, como virgindade, consumismo e implantes de silicone. E em *Meu mundo* compreende assuntos diversos, como um vídeo para aprender a fazer cupcake, autoestima e profissão, já que as entrevistas na íntegra realizadas para a seção da revista *Pensando no Futuro* são disponibilizadas nessa aba.

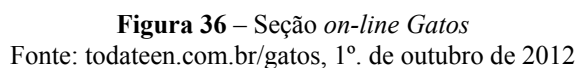
É perceptível que essa seção *on-line* se aproxima das seções impressas: *Dilema* e *Altos Papos*, descritas anteriormente. As matérias da seção *Papo de BFF* recebem bastante *page views* e comentários das internautas. Em algumas matérias sobre a temática virgindade e sexualidade, há menos comentários e alguns deles são dúvidas que não são respondidas⁶². Apesar de essa omissão não ser condizente com a identidade da marca *Todateen*, a seção faz um papel importante de orientação sexual.

⁶² A matéria “Os principais métodos contraceptivos”, do dia 18 de outubro de 2012, recebeu uma pergunta sobre a saúde sexual da própria internauta, não houve resposta e nem sugestão para a garota procurar um médico.

Gatos

Além de votar em um artista para sair no superposter da revista, a internauta pode escolher o famoso mais bonito no *Duelo de Gatos*, que diariamente é atualizado, e visualizar o *Gato da Semana*. A internauta ainda pode navegar em *Meus ídolos*, que contem entrevistas dos extras da revista ou entrevistas exclusivas para o site sobre meninos que são do grupo *Gatos do Meu Perfil* ou de artistas conhecidos. *Mundo dos Meninos* é o espaço destinado para as opiniões dos *Gatos do Meu Perfil* sobre assuntos polêmicos de relacionamento.

A seção contém uma enquete para a internauta escolher o artista que ela quer ver no superposter, o resultado é um dos aspectos levados em conta pela equipe de marketing da editora Alto Astral para desenvolver o *Gatômetria* do mês. O *Gatômetria*, como já foi mencionado, é uma pesquisa que engloba várias mídias e enquetes para contribuir na escolha da equipe de redação do artista que estampará o superposter.



Blogs

O site hospeda cinco blogs: *Da Redação*, *Toda Tech*, *Ler é TDB*, *Sou Assim Todateen* e *Garotas Todateen*.

O blog *Da Redação* apresenta assuntos variados, além de divulgar as capas da *Todateen* que serão lançadas dos produtos de selo *Todateen*. As autoras dos posts são da própria redação impressa e há, em média, três atualizações por semana. Os comentários das meninas referentes às capas da *Todateen* são levados em conta mediante certa cautela, pois as leitoras/internautas que comentam representam uma pequena parcela do target da revista impressa.

No *Toda Tech*, assuntos sobre tecnologia com abordagem e temática adolescente feminina são atualizados pelo menos uma vez por semana, o que é visto como uma forma de abordar o mote pela versão *on-line*, já que na versão impressa, o tema tecnologia é abordado na seção *Plugada*.

Ler é TDB e *Sou Assim Todateen* são extensões de promoções feitas pela *Todateen* que já acabaram, mas continuam nos blogs. O primeiro incentiva o hábito a leitura com dicas de livros e entrevistas com autores. Nesse blog, não há tantos comentários ou interações, os posts que incitam opiniões demonstram, por comentários, a admiração da internauta por certo livro ou autor.

O *Sou Assim Todateen*, assim como o *Ler é TDB*, é uma forma de afirmar o valor intrínseco da marca *Todateen*, incentivar à leitura e orbitar na temática *bullying*. No *Sou Assim Todateen*, os posts motivam as meninas a discutirem as experiências e as dificuldades da fase da adolescência. Pelos comentários, depreendem-se pautas para as matérias mais aprofundadas do site e da revista. De um modo genérico, o *Sou Assim Todateen*, aborda assuntos que visam a ajudar a fase complicada da adolescência.

O *Garotas Todateen* é o espaço dedicado aos posts autorais ou com consultoria do clube de leitora, o *Garotas Todateen*. Os posts de autorias das meninas que compõem o grupo de leitoras estão em processo de estruturação, já que a redação precisa aprovar os textos.

Testes

São passatempos de temáticas que se encaixam em *Amor*, *Comportamento*, *Música e TV* e *Moda e Beleza*, aos quais as internautas escolhem respostas para algumas perguntas e, ao fim, é contabilizado automaticamente um resultado.

todateen com seu estilo

Vote no poster!

TEENWEEK TODA DIVA PAPO DE BFF GATOS BLOGS TESTES PROMOÇÕES FUN ASTRAL VC NA tt ASSINE

Home > Testes

Amor

Você sabe guardar segredo ou é fofoqueira assumida?

COMPORTAMENTO

Você saberia lidar com a fama?

AMOR

Você sabe namorar?

Comportamento

Qual é o sabor das suas férias?

Que gato do Divino seria o seu namorado ideal?

Música e TV

Harry, Zayn, Niall, Louis ou Liam: Qual deles seria o seu namô ideal?

Quem é você na nova Malhação?

Moda e Beleza

Qual estilista desenharia suas roupas?

Qual a tendência do verão tem a sua cara?

edição do mês #203

Assine!

CONTEÚDO EXTRA

Global Shoes Snoopy

Confira na Netshoes! Só R\$ 104,90. Veja!

A Moda nos seus pés!

Nike Dunk só R\$ 169,90. Na Netshoes!

Assine Shape!

Você linda & Sexy. Apenas 5x R\$ 15,17

Assine Todateen!

Sua revista e BFF. Apenas 3x R\$ 12,77

Kit Astrologia!

Os astros revelam tudo. Apenas 3x R\$ 17,22

Batalha de Looks

EXCLUSIVELY AT DEBENHAMS SHOP NOW >

PICK UP YOUR FREE BEAUTY CLUB CARD IN STORE TODAY!

FREE samples, makeovers & online delivery

Figura 37 – Seção *on-line Testes*
Fonte: todateen.com.br/testes, 1º. de outubro de 2012

Promoções

A página oferece todas as promoções divulgadas pela revista e as instruções de como participar e concorrer. Retomando os conceitos de Kunsch (1997), pode-se afirmar que é uma forma de atrair e fidelizar leitoras praticando a comunicação mercadológica, mas ações como essas não serão observadas nesta pesquisa.

Fun

É dividida em: *Cinema e TV*, *Games*, *Fotos* e *Vídeos*. O conteúdo de *Cinema e TV* é basicamente os resumos de novelas. A subseção *Música* abarca entrevistas com bandas e cantores, além de vídeos musicais. *Games* ainda não tem conteúdo publicado, talvez, por englobar um assunto muito específico. Em *Fotos*, a equipe da web disponibiliza imagens de artistas ou objetos e situações que são interessantes, porém é uma subseção que tende a se desfazer, já que a *Todateen* possui perfis em mídias sociais específicas para expor somente imagens, como o Tumblr. E, por fim, a subseção *Vídeos* disponibiliza vídeos populares na Internet ou que complementam alguma matéria e, então, eles formam uma galeria multimídia no site.

É uma seção que oferece pouca interação da *Todateen* com as internautas, mas a temática é relevante para o público, como se perceberá mais adiante.

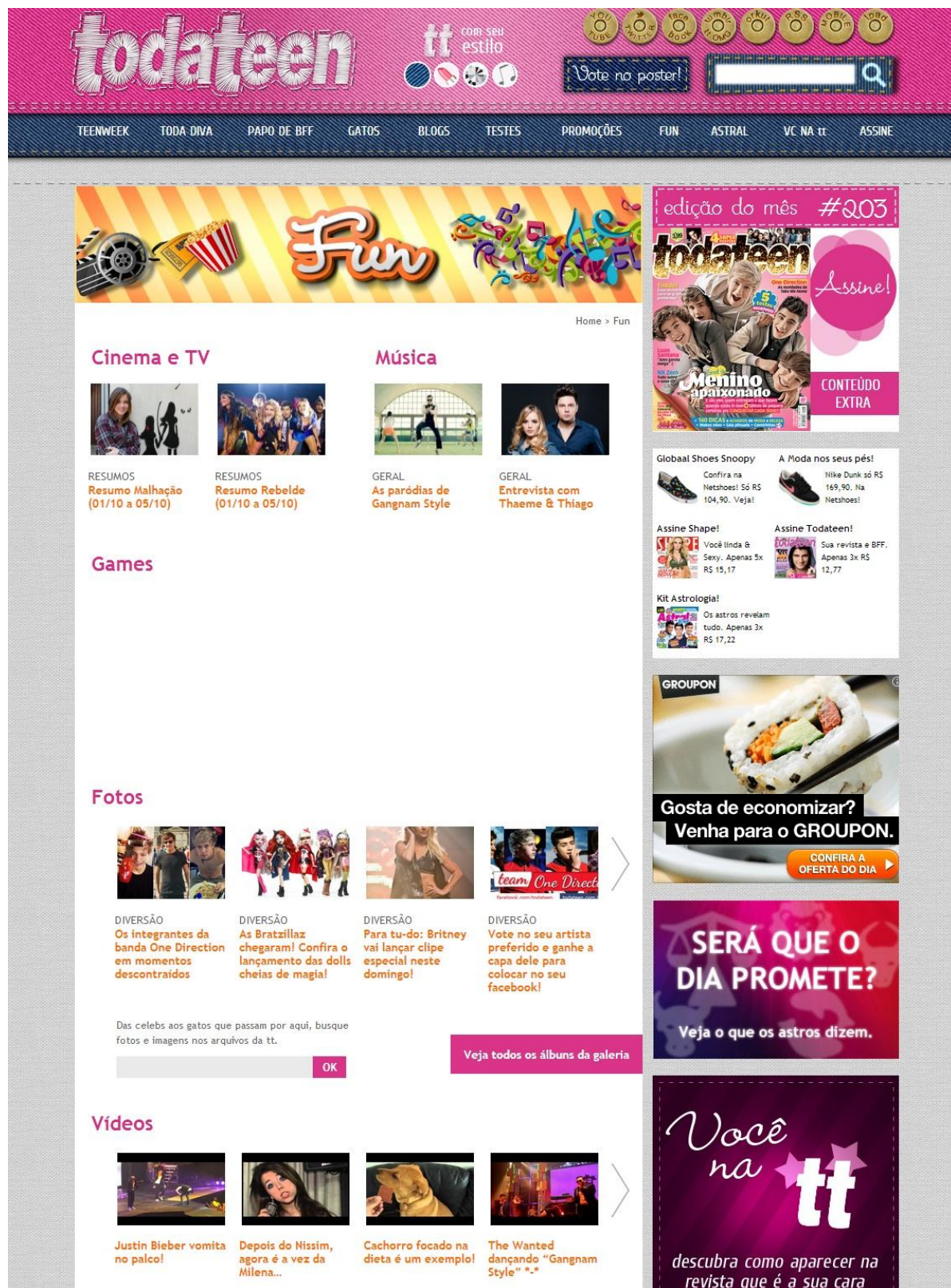


Figura 38 – Seção on-line Fun
Fonte: todateen.com.br/fun, 1º. de outubro de 2012

Astral

É a seção destinada à temática astrológica, como a seção da versão impressa *Nas Estrelas*. As páginas: *Combinações de signos*, *Combinação de nomes*, *Tarô* e *Perfil dos Signos* têm conteúdos fixos. Já *Previsão* são as previsões diárias de cada signo que são atualizadas a cada 24 horas e *No Maior Astral* são eventuais matérias, cuja temática é astrologia.



Figura 39 – Seção on-line Astral
Fonte: todateen.com.br/astral, 1º. de outubro de 2012

VC na tt

A página hospeda os canais responsáveis em fazer a comunicação entre internauta e redação. Oito deles: *Batalha de Looks*, *Cartas*, *Pet Paixão*, *Mural*, *Fashion Help*, *Micos & Cia*, *Dilema* e *Altos Papos* auxiliam nas seções da revista impressa.

Em *Batalhas de Looks*, como já foi mencionado, a leitora/internauta envia uma foto do seu *look*, produção com roupa e maquiagem, que ela se sente mais “fashionista”, responde algumas perguntas e submete o seu *look* a seleção da redação da revista impressa. A redação recebe essas informações em forma de e-mail, seleciona os seis melhores e os envia para o site, onde ocorre a votação popular. Passado um determinado período, a mais votada é a vencedora e aparece na seção *Moda In* da versão impressa.

Como foi explicado no item anterior que caracterizava a revista *Todateen* impressa, o *Moda In* contém um box onde aparece a dúvida da leitora e a resposta para ela. Essas dúvidas referem-se ao mundo da moda e são enviadas pelo canal *Fashion Help* existente no site. Questionamentos sobre sexualidade e relacionamento que compõem as seções impressas *Altos Papos* e *Dilemas* também têm um canal próprio no site.

Pelo canal *Cartas*, a leitora envia a opinião, crítica e sugestão para a versão impressa da *Todateen*. As mais relevantes e autênticas são selecionadas e editadas para a seção impressa *Toda Galera*. É uma forma de a leitora colaborar na construção da revista e passar a se envolver racionalmente, emocionalmente e espiritualmente com a marca *Todateen*. As melhores cartas concorrem a uma camiseta, porém o sentimento de estar ajudando a melhorar uma revista que ela se identifica deveria⁶³ ser o prêmio maior. Essa ideia pertence à definição de *Autorrealização* de Maslow.

O canal *Pet Paixão* também é uma via que pauta a seção impressa *Toda Galera*. Nele, as leitoras enviam a foto do seu animal de estimação. Todo mês, dois ou três são selecionados pela redação para compor o *Toda Galera*. A leitora cuja foto chamou mais atenção é premiada com uma camiseta da *Todateen*. Em relação à concorrência, esse canal é um diferencial, pois nas outras revistas destinadas ao público adolescente não há seções que selecionam os animais das leitoras. Ao mostrar interesse até pelo *pet*, é uma forma de inserir a *Todateen* no universo quase que global do público-alvo, pois torna a marca humana.

Todos os meses, a redação da versão impressa envia para a equipe da web o tema tratado na seção *Mural* da edição da *Todateen* seguinte. Pelo canal *on-line Mural*, as leitoras

⁶³ Já que não se pode afirmar categoricamente que é este o sentimento supremo.

enviam fotos delas que remetem ao tema proposto. Após um tempo, as melhores são selecionadas para compor a seção impressa.

Outra seção da versão impressa que basicamente é composta por colaboração das leitoras é a *Micos & Cia*. Por meio do canal *on-line Micos & Cia*, a leitora envia uma história engraçada que tenha ocorrido com ela. A redação da versão impressa seleciona as melhores todos os meses e edita para a seção da revista impressa.

Ficou mais claro que o site fomenta o fortalecimento da revista *Todateen*. Pelas imagens das páginas do site e da revista, é perceptível a semelhança visual. Pelas descrições, nota-se a igualdade na abordagem temática, personificação e a mentalização da marca⁶⁴. Observa-se que algumas seções impressas são produzidas a partir da colaboração da leitora/internauta que usa dos canais do site para realizar o envio de informações. Desse modo, pode-se afirmar que o site já fortalece a faceta de *relacionamento*, mas as mídias sociais tendem a ter esse papel mais fortificado.

O próximo item diz respeito à descrição e análise do Facebook e Twitter da *Todateen* que tem a intenção de aclarar a hipótese que cerceia esta pesquisa: as mídias sociais desempenham o *branding* pautado no Marketing 2.0 da identidade de uma marca já consolidada na revista impressa.

⁶⁴ Essas características foram mencionadas como as facetas do *Prisma da Identidade* de Kapferer (2003) no capítulo 2. Apenas foi deixada de fora a cultura, porque é uma análise da dinâmica interna da equipe da *Todateen*, o que não tem relevância para o presente trabalho.

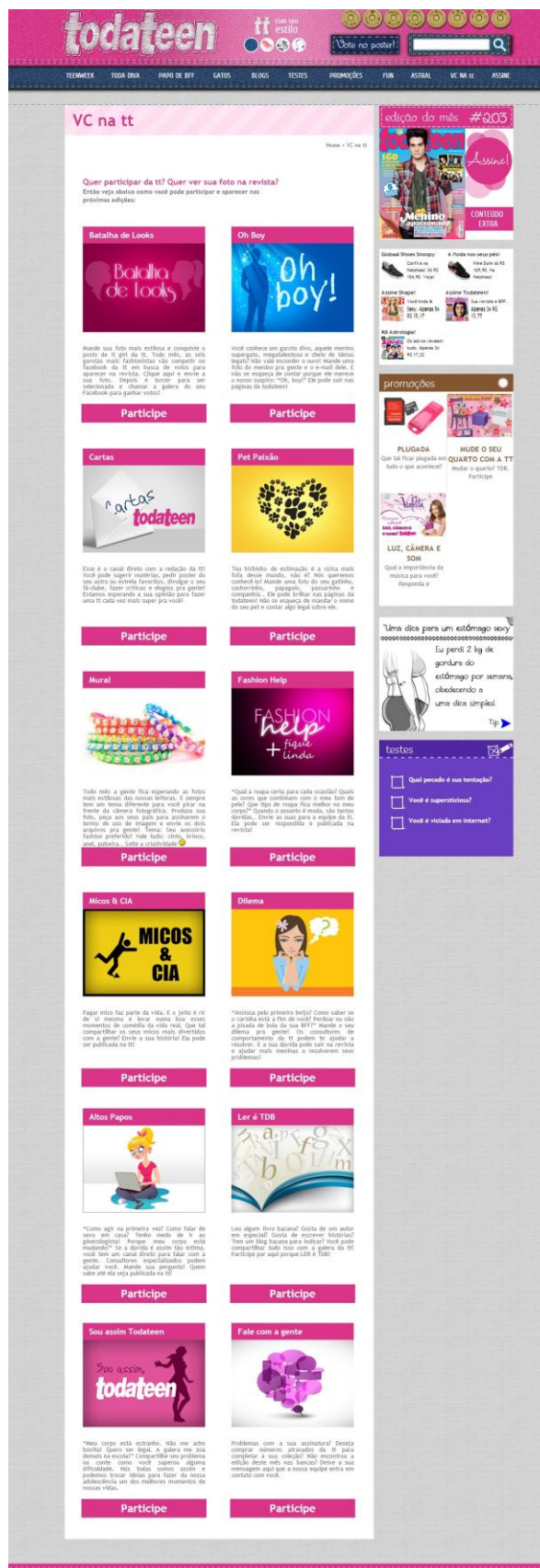


Figura 40 – Seção on-line VC na tt
 Fonte: todateen.com.br/vcnatt, 1º. de outubro de 2012

No próximo item haverá a retomada de alguns conceitos teóricos, a descrição do Facebook e Twitter da *Todateen* e o relato do acompanhamento catalogado (vide Anexo II) feito pela pesquisadora nessas mídias sociais por um mês. A recuperação teórica será feita para resumir e tornar mais claro o que já foi visto. A descrição e o relato serão fomentados concomitantes com o fim de demonstrar a maneira como a *Todateen* se relaciona com as leitoras/internautas nas mídias sociais e como as internautas/leitoras respondem às interações da *Todateen*, tudo, para reconhecer a identidade da *Todateen* nas redes sociais e reunir substratos para a reflexão da função das mídias sociais como ferramenta de *branding* relacionado ao Marketing 2.0.

3.4 TODATEEN NO FACEBOOK E TWITTER

É consensual que o jornalista e os seus produtos de uma empresa visam, como qualquer outra, a lucros. Essa afirmação depreende outra: o jornalista trabalha como gestor de marcas também, permanentemente reforçando a identidade e, por consequência, a imagem da revista impressa.

Para se destacar da concorrência, um produto jornalístico tem de fortalecer a sua marca. No mercado contemporâneo – e até no mundo –; a identidade da marca deve ser sólida, clara e coerente. A revista, como produto jornalístico, tem seu conceito editorial, fórmula (características editoriais) e o título imutáveis e bem solidificados que compõem a identidade da marca.

Até recentemente, a revista pouco atribuía “voz” ao leitor. Com as mídias sociais e a mudança do comportamento do leitor, esse relacionamento importante entre redação e público se estreitou, o *gatewatching* ganhou espaço beneficiando ambas as partes, fomentando ações dos *prosumers* (produtores e consumidores de informações), caracterizando o Jornalismo 2.0.

As mídias sociais das marcas de revistas impressas tornaram-se, na contemporaneidade, um sistema capaz de fortalecer principalmente as faces de: “Personalidade” já que a revista torna-se mais humana; “Relação”, pois as mídias sociais são canais excelentes para o leitor/internauta se comunicar com a redação; “Cultura”, pois a criação de um perfil em um site mídia social tende a gerar uma mudança cultural na organização; “Reflexo”, já que a opinião e a colaboração do leitor passam a ter mais importância; e “Mentalização” (KAPFERER, 2003), os benefícios que as mídias sociais, quando acionadas de forma coerentes, trazem para o leitor.

Vender produtos apenas por vender não deve ser mais a grande preocupação do mercado. As marcas querem fortalecer a sua imagem, conquistar público fiel e, para isso satisfazer e reter os leitores, no caso de produtos jornalísticos. Outra característica que esse vínculo expandido acarretou é na exigência do leitor por ele poder questionar e criticar com mais facilidade nos canais de rede sociais. O jornalista moderno sabe que o leitor é dotado de coração e mente e precisa encontrar mecanismos para apresentar um produto que tenha diferenciação dos outros. Tratando de revistas, essa diferenciação se torna até mais humana, o que proporciona um vínculo muito mais do que funcional, mas também emocional. Todas essas características descritas neste parágrafo compõem o Marketing 2.0, especificado no item 1.3.2, que tende a rumar para o Marketing 3.0, em que de forma genérica, o leitor será visto muito mais do que um consumidor, mas um ser humano pleno e complexo.

Para tornar esse conceito mais palpável, vamos caracterizar o Twitter e o Facebook da *Todateen*, que são as mídias sociais mais ativas dentro da gama de plataformas utilizadas pela revista para se comunicar.



Figura 41 – Mídias Sociais *Todateen*
Fonte: todateen.com.br, 1º. de outubro de 2012

É importante salientar que um jornalista deve se comunicar com o seu público prestando atenção na angulação do assunto, na linguagem usada e em qual canal é transmitido para que a mensagem seja, de fato, enviada de forma eficaz. A *Todateen* utiliza oito plataformas, sem ser o site e a revista, para se comunicar com os seus leitores, porque as mídias digitais são canais onde esse público, a Geração Y e Z, reside. Além disso, as mídias sociais da *Todateen* mantêm relação com a revista impressa⁶⁵ no fato de que frequentemente a redação da versão impressa utiliza as mídias sociais, como o Facebook e Twitter da marca,

⁶⁵ Em entrevista não registrada no dia 23 de março de 2012, a editora chefe da equipe web da Editora Alto Astral, Patrícia Sanches e a editora assistente da equipe web, Júlia Dantas, explicaram que as mídias sociais da editora além de funcionar como busca de fontes e pautas e o diálogo entre o público, servem também para gerir crises, como ocorreu na *Todateen Star* (edição esporádica da revista) em outubro de 2010. A crise foi gerada porque ao ser impressa, a foto da capa da revista tornou afeminados os traços do cantor Justin Bieber, o que provocou críticas negativas das leitoras, pois elas achavam que a *Todateen* era contra o artista e havia feito uma sátira. Por meio de uma nota de retratação no blog *Da Redação* pela própria redação da revista impressa e a divulgação do post nas mídias sociais, as fãs do cantor amenizaram as críticas e passaram a entender o erro não proposital.

para encontrar pautas, fontes para matérias, conhecer melhor a leitora e gerenciar crises, como ocorreu na *Todateen* no ano de 2010.

A revista *Todateen* passa a reforçar a sua identidade de amiga e companheira da leitora quando se ramifica pelas redes sociais. Nos próximos tópicos a pesquisadora relata o acompanhamento dela nos perfis da *Todateen* no Twitter e Facebook durante o período entre 1º. de junho de 2012 a 30 de junho de 2012⁶⁶. Houve uma classificação⁶⁷ criada pela pesquisadora para organizar por temática os posts e analisar pela interação das internautas quais assuntos, linguagem e conteúdo elas se identificam mais de forma a fortalecer a faceta do Prisma de Kapferer (2003) de *relação*.

3.4.1 Facebook, *fan page* *Todateen*



Figura 42 – Capa da página da *Todateen* no Facebook
Fonte: facebook.com.br/todateen, 7 de outubro de 2012

Pelo *PrintScreen*⁶⁸ feito na *fan page* no dia 7 de outubro de 2012, disponibilizado como figura 42 acima, o Facebook da *tt* – abreviação usada para designar *Todateen* –; possuía

⁶⁶ Período escolhido pela pesquisadora de forma que pudesse concluir a tempo a pesquisa.

⁶⁷ Faz-se necessário esclarecer que a visualização das publicações e posterior classificação era feita a partir de 24 horas da postagem, não ultrapassando 7 dias da publicação. Essa sistematização é uma forma de proporcionar um tempo relativo e homogêneo em cada post para que as internautas pudessem fomentar as interações nas redes sociais.

⁶⁸ Botão do computador que fotografa a página visualizada.

mais de 91 mil fãs⁶⁹. Ou seja, mais de 91 mil perfis recebem espontaneamente as atualizações do Facebook da *Todateen*. Além disso, é possível verificar que até 7 de outubro, quase 10 mil pessoas se referiam à página no Facebook da *Todateen*. *Curtir a fan page* já é um ato espontâneo que mostra a vontade da internauta em se relacionar com a revista, porém não é possível afirmar qual é o interesse da internauta em tornar-se fã da *Todateen* no Facebook.

O quadro a seguir representa o modo como foi classificado cada post do Facebook:

Quadro 4 – Esquema de Classificação Facebook

Data e hora da publicação:
Chamada no Facebook:
Tem link? () Não () Sim, para onde leva? Se sim, qual?
X curtiram – Y compartilhar - Z comentários (W positivos – K negativos)

Primeiramente, a pesquisadora informava o dia e a hora da publicação para melhor controle dos posts já classificados, depois copilava as chamadas ou títulos de cada postagem do Facebook e a classificação que consistiu, no momento inicial, em separar os posts que tinham links e os que não tinham links. Os que continham links foram classificados de forma que sinalizavam o tipo de site que eram direcionados e os posts que não continham link, eram classificados de acordo com a finalidade que eles carregavam: se era chamada *mobile* ou comentário da própria *Todateen* com intuito de interagir com as internautas.

Por esse acompanhamento e, posterior, classificação, foram contabilizados 237 posts publicados no Facebook da *Todateen* no período de 1º. de junho a 30 de junho. A média diária foi de aproximadamente 8 posts/dia. Dias com média visivelmente inferior são fins de semana, como os dias: 2, 9, 10, 16, 17, 23 e 24, e feriados como dia 7⁷⁰ e 8, mesmo que grande parte das internautas terem maior tempo de navegar na Internet nos finais de semana e feriados. Essa constatação já foi citada na presente pesquisa, quando foi confirmado por um estudo que o Facebook é o site mais acessado do Brasil durante os fins de semana.

Para uma melhor visualização, a seguir, reuniu-se a quantidade de posts no Facebook da *Todateen* com a respectiva data.

⁶⁹ Por questão de atualização, o PrintScreen não se refere ao período de 1 de junho de 2012 a 31 de junho de 2012, período em que a pesquisadora fez o acompanhamento dessa mídia social, que continha menos pessoas se referindo a fanpage da *Todateen* e menos fãs.

⁷⁰ Dia 7 de junho de 2012, quinta-feira, foi Corpus Christi e dia 8 a Editora Alto Astral proporcionou aos colaboradores a ponte do feriado. Sendo assim, a equipe da web se reveza em ficar de plantão em casa, postando notas quentes importantes no site e, nas redes sociais, programam os posts com antecedência.

Tabela 1 – Número de Postagens por Dia Facebook

	01/jun	02/jun	03/jun	04/jun	05/jun	06/jun	07/jun	08/jun	09/jun	10/jun
Nº de posts	9	2	18	13	9	9	3	1	2	2

	11/jun	12/jun	13/jun	14/jun	15/jun	16/jun	17/jun	18/jun	19/jun	20/jun
Nº de posts	12	31	7	11	6	1	2	5	12	13

	21/jun	22/jun	23/jun	24/jun	25/jun	26/jun	27/jun	28/jun	29/jun	30/jun
Nº de posts	14	9	0	1	14	6	7	8	6	4

A tabela acima é uma forma de demonstrar a presença diária da marca na vida da internauta por meio do Facebook, principalmente, nos momentos de diversão. Além disso, percebe-se que dias com a média visivelmente superior a 8 posts tiveram ações jornalísticas específicas. Dia 3 de junho, a *Todateen* fez a cobertura nessa mídia social em tempo real do *MTV Movie Awards* – um evento internacional de música muito aguardado pelas leitoras e internautas da *Todateen*, pois os seus ídolos, geralmente, estão presentes e concorrendo a prêmios –; por meio do canal *MTV Americana* em TV fechada. Por isso, o número grande de posts se deu pela forma de fomentar a cobertura. A jornalista de plantão da equipe web no dia acompanhava a premiação pela TV e postava as fotos, que são compradas de agências de fotojornalismo, como a *Getty Images* e o *Grosby Group*, do artista que chegava ao evento ou que ganhava um prêmio com uma legenda. Foram 17 fotos com comentários que diziam respeito desde o prêmio ganho até a tendência de moda que uma atriz estava vestindo para cobrir esse evento neste dia.

Dia 12 de junho de 2012 é outra data que tem aparente superioridade em quantidade de posts. Além de essa data ser o Dia dos Namorados no Brasil – data aguardada pelas leitoras e que depreende muitas pautas para o jornalista –; a *Todateen* publicou as músicas que foram divulgadas não oficialmente na Internet do novo CD de Justin Bieber⁷¹, *Believe*. As publicações das músicas consistiram no link para o Youtube do vídeo que continha só o áudio das músicas do novo CD com um comentário que poderia despertar interesse nas internautas sobre o novo álbum.

Fica claro com as ações desses dois dias, que tiveram a média superior a 8 post/dia, que o Facebook da *Todateen* oferece conteúdo exclusivo também. Para a marca, associada à

⁷¹ Cantor canadense de música Pop de 18 anos.

revista impressa, é uma forma de mostrar que a *Todateen* produz coberturas criativas e de proporcionar à internauta informações instantâneas advindas de outros países.

Antes de prosseguir com o relato do acompanhamento do Facebook da *Todateen*, faz-se necessário explicar a categoria criada para cada post. Por isso, no próximo item, haverá a caracterização de cada uma.

3.4.1.1 Categorias dos post da *fan page* *Todateen*

Como já foi dito, a classificação foi feita conforme o post continha ou não link. Se continha, era analisado para qual página o link era direcionado e, se não, era ressaltado qual a intenção do post. Essa foi uma forma encontrada pela pesquisadora para organizar a visualização temática e facilitar a análise de que maneira a revista *Todateen* reforça a sua identidade.

- a) *Site Todateen*: caracterizam posts que contêm links que levam para o site da *Todateen*. Esse tipo de publicação no Facebook gera um trânsito maior no site, o que se torna positivo para a venda de publicidade *on-line* na página, pois o volume de *page views* é uma das formas de angariar receita publicitária para as páginas *online*. O formato do post consiste em uma chamada escrita para a postagem no Facebook e a manchete da matéria que leva para o site da *Todateen* a qual contém o link;
- b) *Blog Todateen*: assim como o *Site Todateen*, esses posts também geram trânsito nos blogs. É possível afirmar que a divulgação das chamadas dos posts do blog gera mais comentários nos próprios blogs que no Facebook. O formato de postagem é igual ao do *Site Todateen*: chamada feita para o Facebook da *Todateen* seguida do link que vem com a chamada do post.
- c) *Facebook Todateen*: o próprio Facebook leva para o álbum ou enquete do próprio Facebook. Essa é uma forma de gerar interação, até porque o formato de postagem chama mais atenção, pois, geralmente, há a chamada feita para o Facebook junto com uma fotografia ou imagem grande.
- d) *Outros sites*: são publicações no Facebook da *Todateen* que contêm links que direcionam para sites não vinculados a *Todateen*, como canais diversos do Youtube. No caso de levar para o Youtube, é uma forma de proporcionar conteúdo midiático diversificado para a internauta, mesmo não sendo produzido pela *Todateen*.

- e) *Comentário sem link*: são comentários ou perguntas que são puramente interativos e fazem as internautas comentarem e opinar sobre o tema. É uma forma de humanizar a marca, já que são comentários fáticos, como a pergunta sobre o que as internautas fizeram no fim de semana. Esta categoria exemplifica bem a identidade da revista de amiga da *Todateen*.
- f) *Chamada mobile*: são postagens sem links e que são produzidas para divulgar a assinatura do sistema *mobile*⁷² da revista *Todateen*. Esta categoria está presente no universo do marketing, típico do 1.0.

Para visualizar o comportamento quantitativo dessas categorias durante o mês de junho, a pesquisadora sistematizou as classificações do Facebook no gráfico a seguir:

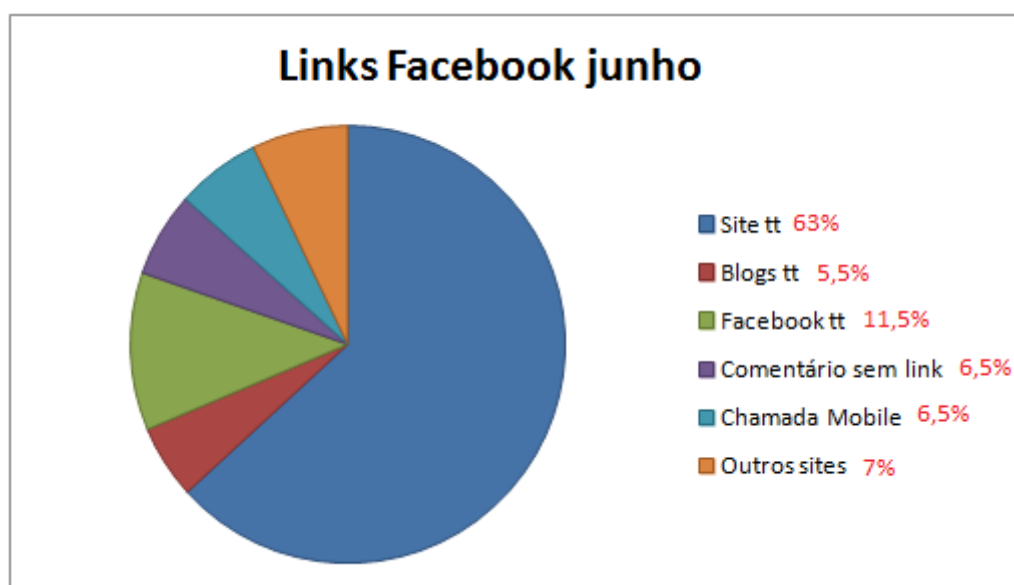


Figura 43 – Links que o Facebook Disponibiliza
Elaborado pelo pesquisadora

O gráfico acima é uma forma de evidenciar a relação do Facebook com o site da *Todateen*, já que 63% de todos os posts do mês de junho conduzem a versão *on-line*. Além das mídias sociais funcionarem como divulgadoras de posts e, assim, gerar trânsito no site e possível aumento na receita publicitária, é uma forma de aproximar a internauta ao universo da *Todateen* e transformá-la, naturalmente, em uma leitora da *Todateen*, já que o site é uma extensão da revista impressa.

⁷² Consiste em conteúdo informativo presente no universo da *Todateen* feito para ser transmitido via celular. Para isso, a leitora tem de se inscrever no sistema que consiste em enviar uma mensagem de celular para um determinado número que desconta um valor dos créditos quando a linha do celular é pré-pago ou resulta em fatura quando a linha é pós-paga. E, assim, a menina passa a receber esse conteúdo que é de moda, beleza, horóscopo e notas do mundo artístico todos os dias.

Se se retira a categoria *Site da Todateen* da contagem, a frequência de publicação das outras categorias é parecida. Apenas a categoria *Facebook Todateen* tem um pouco mais de posts no período proposto.

3.4.1.2 Do Facebook da *tt* para o site

Por o site ser a maior fonte de conteúdo que abastece o Facebook da *Todateen*, os links foram divididos por temas, ou melhor, por seções as quais eles conduziam. Notou-se diante dessa ramificação que 73% dos posts do Facebook que levam ao site *Todateen* (que se refere à 109 posts) são direcionados para a seção *Teenweek*. Essa afirmação encontra-se de maneira nítida no gráfico a seguir que relaciona as seções que os posts da categoria *Site da Todateen* foram linkados.

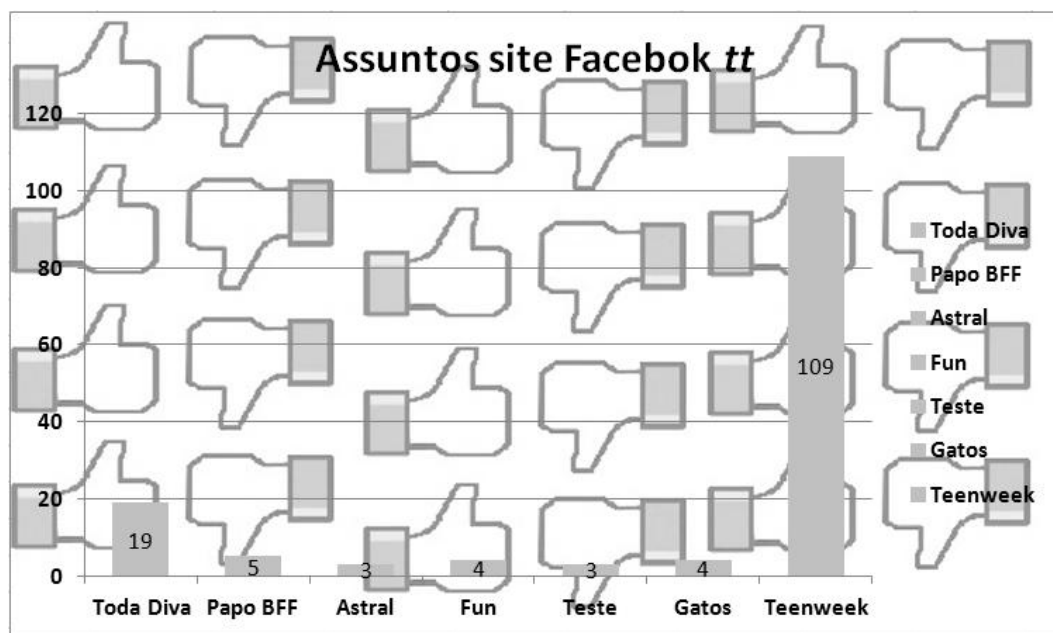


Figura 44 – Assuntos do site que são Linkados no Facebook
Elaborado pela pesquisadora

A justificativa provável é que ela é a mais atualizada por se tratar de notas curtas e quentes. O segundo maior fluxo era para a seção *Toda Diva* que detém um assunto abrangente de moda e beleza, que cria bastante aproximação com o universo feminino. A terceira constatação diante do gráfico anterior é que se os posts que levam para a seção *Toda Diva* e *Teenweek* fossem excluídos, os outros posts que levam para as outras seções do site tornam-se com quantidade homogênea, cerca de 4 postagens para cada seção no período de um mês.

3.4.1.3 Facebook: as internautas e a *tt* interagindo

Como já foi dito, a classificação dos posts em *Site Todateen*, *Blog Todateen*, *Facebook Todateen*, *Comentário sem Link*, *Chamada Mobile* e *Outros Sites* foi feita para melhor visualização quantitativa e também organização dos posts no período de 1º de junho a 30 de junho de 2012. Mas, no quadro 2 percebe-se que a pesquisadora organizou também os dados de interação que os tipos de post incitaram, como a quantidade de curtir, compartilhar e comentários do Facebook. Dentro da quantidade de comentários, a pesquisadora separou os comentários em positivos, negativos ou neutros. Os positivos são os que demonstram a opinião favorável da leitora em relação ao postado pela *Todateen*. Negativos que iam contra a imagem da *Todateen* com xingamentos ou repelindo a opinião da revista. E neutros que dizem respeito aos comentários do Facebook que fogem por completo do tema da postagem ou que aludem à divulgação de blogs ou páginas pessoais e até mesmo o repasse de correntes de fé, típicas da Internet. Faz-se necessário resumir o panorama de interação dos posts nestas mídias sociais, porque é uma forma da pesquisa identificar como o Facebook reforça a identidade da *Todateen* de modo a fomentar interações.

Categoria *Blog da Todateen*

Começando pelos posts do Facebook que levam para os blogs, percebe-se que os diários *on-line* ativos no Facebook da *Todateen* são: *Todatech*, *Ler É TDB* e *Sou Assim Todateen*. O *Da Redação* e o *Garotas tt* tiveram apenas um post no Facebook durante o período estudado.

A média de curtir⁷³ dessa categoria é 11 por publicação. Mas há dois destaques referentes ao dia 21 de junho de 2012. O primeiro relaciona-se à chamada do *Todatech* que teve 83 curtir: “O Instagram virou óculos! Quem curtiu a novidade?” e, o outro, do *Sou Assim Todateen*: “Sou Assim: 10 blogs de moda Plus Size incríveis! ♥”. A chamada do Facebook que leva ao *Todatech* incita as internautas a curtirem e a segunda revela um assunto interessante para elas. Em geral, a categoria *Blogs da Todateen* obteve poucos compartilhamentos e comentários.

Como não houve interações significativas, depreende que o motivo dos curtir nos blogs *Todatech* e *Sou Assim Todateen* estão ligados aos temas dos posts. O mote do *Sou Assim Todateen* reforça a identidade da marca ao contribuir democraticamente com dicas de

⁷³ Os termos curtir e compartilhar são específicos do Facebook e como serão muito usados para designar, respectivamente, sinalizador de conteúdo interessante e divisão de informação, eles não serão grafados com aspas ou itálicos.

modas. Pois, por ser amiga da leitora, expande os assuntos para diversos tipos de corpos, etnias, religião, o que mostra uma aproximação e inclusão desses grupos com pouca representação nas mídias.

Categoria Post sem link

Os posts sem links, que compreendem as chamadas *mobile* e as frases feitas pela equipe web que sugerem conversação com as internautas-seguidoras, comportam-se de maneiras diferentes conforme a categoria a qual está situados.

As conversações ou *Comentários sem Link*, como foi nomeado anteriormente, geram bastante interação. O *mobile* tem cerca de 7 curtir por post, quase nada de compartilhar e poucos comentários, sendo alguns classificados como neutros. Já na categoria *Comentários Sem Links* resultam em muita interação. São cerca de 100 curtir por post e 50% dos posts do Facebook são compartilhados. O destaque de compartilhamentos e número de curtir refere-se ao dia 29 de junho, quando há a revelação dos artistas que estamparão a capa do mês seguinte de forma a provocar a participação da internauta: “O liiiindo do Bruno Gissoni e os fooooofos do One Direction estão nas nossas capas de julho! Quem prefere a do Bruno CURTE, quem prefere a do One Direction COMPARTILHA e quem quer as duas... deixa um comentário! ;)”. Este post finalizou com mais de 600 curtir, 342 compartilhamentos e 253 comentários, sendo 4 considerados negativos para a marca e 2 neutros, sem vínculo com o tema. Esse tipo de post no Facebook também demonstra a relação com a revista impressa, além de a redação ficar sabendo qual capa ficou mais interessante, seja pelo destaque das cores ou pelos artistas da capa, é uma forma de realizar divulgação do produto no âmbito da comunicação mercadológica também. Por conseguinte, no âmbito da comunicação institucional, este tipo de post demonstra a identidade da marca desde a linguagem empregada até a espera da reação das leitoras ansiosas para saber quem é o artista da capa. É uma ação nítida do Marketing 2.0, pois é uma forma de satisfazer e reter o consumidor que é inteligente e dotado de coração e mente (as leitoras têm as suas preferências no artista que estampa a capa, se a *Todateen* alcança o desejo delas, a marca se tornará mais fortalecida afetivamente na mente da garota). Além disso, fomentar esse tipo de ação é uma forma de diferenciar o produto da concorrência e demonstrar o posicionamento do produto.

Categoria Facebook Todateen

Os posts do Facebook da *Todateen* que contêm links que levam ao próprio Facebook, como o álbum, enquete e aplicativos têm aproximadamente 59 curtir por postagem. A chamada do link: “Qual é o mais gato? Quem prefere o Gustavo curte, quem prefere o Luan compartilha!” foi o que teve mais interação: 467 curtir, 648 compartilhar e 192 comentários positivos.

É uma média de interações significativas e importante para o fortalecimento da marca nessa mídia social, já que esse conteúdo é feito especificamente para a mídia social e tem a intenção única de dialogar com a internauta, conhecer a opinião dela e inserir o resultado na revista. Diante dessa constatação, percebe-se que as mídias sociais também podem ser usadas como ferramenta para fortalecer a identidade da versão impressa também.

Categoria Outros sites

As chamadas que conduzem para outras páginas não vinculadas à *Todateen* referem-se ao Youtube e ao site do Yahoo (com um único post). O post com o link que levou para o Yahoo mostrou o trailer do filme “Amanhecer”, divulgado com exclusividade pelo portal e gerou no Facebook da *Todateen* 60 curtir e 12 comentários positivos. Já no Youtube, não houve nenhum compartilhamento das 14 chamadas que teve e foi contabilizado cerca de 4,5 curtir/post e 8 comentários ao todo.

Observa-se que a categoria *Outros Sites* são informações que a *Todateen* não tem como publicar com o selo da marca, ou seja, com canais que ela tenha domínio. Outra observação é que pelo fato de o Youtube também oferecer mecanismos de interação, as internautas passam a interagir na plataforma de vídeos e não no Facebook da *Todateen*. Mas não é por não ocorrer interações no Facebook que não há o fortalecimento de identidade, apenas torna-se difícil analisar, desviando do objetivo desta pesquisa.

Categoria Site Todateen

Já a interação remetente às abas do site está sistematizada na tabela a seguir que oferece a quantidade de: posts com links publicados no Facebook no período determinado que levem ao site da *Todateen*, de curtir desses posts, compartilhar e os comentários divididos em positivo (+) que concordam com a opinião da *Todateen*, negativos (-) que afetam a imagem da marca e neutros (+/-) que desviam do assunto postado.

Tabela 2 – Postagens das Seções do Site no Facebook

	Nº posts	Curtir	Compartilhar	Comentário +	Comentário -	Comentário +/-
Toda Diva	19	156	4	12	1	1
Papo BFF	5	20	0	6	0	0
Astral	3	10	1	0	0	0
Fun	4	294	180	57	0	0
Teste	3	18	0	6	1	0
Gatos	4	15	0	0	0	2
Teenweek	109	1375	67	232	23	5

Elaborada pela pesquisadora

As informações foram divididas conforme a seção do site que o link conduzia, ou seja, está selecionado conforme os temas que o site da *Todateen* engloba. Seguindo a ordem da tabela 2, quando a publicação levou ao *Toda Diva* gerou cerca de 8 curtir/post e comentários positivos, sendo dois dos 14 contabilizados no período classificados um como negativo e outro como neutro. Os posts que levaram ao *Papo BFF* resultaram em 4 curtir/post, nenhum compartilhar e poucos comentários.

As linkagens para *Astral* e *Teste* totalizaram três posts, porém na seção astrológica somou-se 10 curtir (3 curtir/post) e na seção *Teste* tem-se 6 curtir por cada publicação e mais de dois comentários por post. Em *Gatos*, há apenas curtir que contabilizam 15 em quatro publicações. O mais popular é o *Fun* que, apesar de possuir poucos posts no Facebook que levam para a seção, somou 74 curtir/post, 45 compartilhar/post e 57 comentários, todos, positivos.

Por fim, as publicações do Facebook que contêm links que levam a *Teenweek* resultam em 12 curtir/post e 50% dos posts são compartilhados. Além disso, é a seção que provém, percentualmente e por números absolutos, mais comentários negativos, isso porque, por ser uma seção que divulga a rotina de artista, gera controvérsias entre gostos das internautas e atinge com oposição a postura da *Todateen*.

Dentro da categoria *Site Todateen* percebe-se que assuntos divertidos de entretenimento publicados pela seção *Fun* têm mais aproximação das internautas com a marca *Todateen*.

De forma superficial, pode-se afirmar que essa categorização recaiu em uma reflexão sobre o entendimento dos anseios do público. Entre todas as categorizações, os *Comentários sem links* fortalecem por meio de interações a marca *Todateen* no Facebook, seguido da categoria *Facebook Todateen*. Essas categorias que geraram mais interações humanizaram

com as suas características de postagem a marca, por conversar de forma a abrir um diálogo com o público e não apenas divulgar um link. Já dentro da categoria *Site Todateen*, a seção *Fun* desperta participação e deve ser observada como a “decodificação do código da alma” para conquistar a relação cada vez mais colaborativa típica e citada pelo Marketing 3.0.

Após a explanação e observações do Facebook da *Todateen*, haverá o relato do acompanhamento do Twitter da *Todateen* no período de 1º. de junho de 2012 a 30 de junho de 2012.

3.4.2 Twitter: @todateen

O perfil da *Todateen* no Twitter tinha, até o dia 7 de outubro de 2012⁷⁴, mais de 177.700 seguidores, 556 seguidos e quase 10 mil tuítes. A figura a seguir é o *PrintScreen* do perfil da *Todateen* no Twitter no mês de outubro de 2012.



Figura 45 – Perfil da *Todateen* no Twitter
Fonte: twitter.com/todateen, 7 de outubro de 2012

⁷⁴ Por questão de atualização, os dados mencionados e a imagem a seguir não se referem ao período de 1º. de junho de 2012 a 31 de junho de 2012, período em que a pesquisadora fez o acompanhamento dessa mídia social, que continha menos tuítes, *followers* (seguidores) e *following* (seguidos).

Percebe-se que a página inicial, tanto do Facebook como o Twitter da *Todateen*, são personalizadas e atualizadas conforme a capa da revista impressa de cada mês. É uma forma visual de relacionar as mídias sociais com a revista impressa e promover identificação das capas pelas internautas, que ao passarem em uma banca ou prateleira de supermercado e verem as mesmas capas terão uma carga de identidade e emocional maior, típico do Marketing 2.0.

Como foi feito do Facebook da *Todateen*, a pesquisadora também organizou as informações dos tuites da *Todateen* no período de 1 de junho a 30 de junho de 2012 em um quadro. É válido reforçar que a organização dos dados foi limitada pela pesquisadora entre 24 horas a uma semana do tuite.

Quadro 5 – Esquema de Classificação Twitter

Data e hora da postagem:
Chamada no Twitter:
Tem link? () Não () Sim, para onde leva?
X retuite – Y favorito

Elaborado pela pesquisadora

Seguindo a ordem realizada, os dados coletados de cada tuite era: a catalogação da data e hora; a compilação da chamada feita para o Twitter⁷⁵; a classificação em tuite com link e tuite sem link; se havia link, disponibilizar para qual endereço virtual ele direcionava o internauta e a contagem numérica das interações promovidas pelo post, como quantidade de retuites e favoritos⁷⁶.

A tabela a seguir informa os números de tuites publicados no Twitter da *Todateen* em cada dia do mês de junho:

Tabela 3 – Número de Postagens por Dia Twitter

	01/jun	02/jun	03/jun	04/jun	05/jun	06/jun	07/jun	08/jun	09/jun	10/jun
Nº de posts	15	4	4	9	11	11	5	2	4	4

	11/jun	12/jun	13/jun	14/jun	15/jun	16/jun	17/jun	18/jun	19/jun	20/jun
Nº de posts	15	33	11	17	10	2	4	8	14	12

⁷⁵ Por se tratar de um microblog, as chamadas referidas são, na verdade, o post do microblog. Porém, para caráter de compreensão, os posts que são a parte redigida em um tuite será nomeado chamada.

⁷⁶ O verbo retuitar já está presente nos dicionários brasileiros, porém favorito será usado sem aspas e até mesmo conjugado por ser um termo bastante utilizado nesta pesquisa e que se faz presente no universo dela.

	21/jun	22/jun	23/jun	24/jun	25/jun	26/jun	27/jun	28/jun	29/jun	30/jun
Nº de posts	13	12	0	2	14	10	10	10	18	10

Elaborado pela pesquisadora

Nota-se que foram contabilizados 294 tuites, sendo a média diária de aproximadamente 9,8 tuites/dia. Dias com média visivelmente inferior: 8 de junho, 16 de junho, 23 de junho, 24 de junho são fins de semana ou emenda de feriado que, como já foi explicado, são datas que a equipe da web faz plantão e apenas uma pessoa toma conta de todas as plataformas *on-line* das revistas da editora Alto Astral. Porém, por se tratar de dias de descanso e diversão, as mídias sociais da *Todateen* deveriam atender às expectativas das internautas e contribuir para o entretenimento delas.

Comparativamente com a tabela de postagens diárias do Facebook, dia 3 de junho tem uma diferença menor de tuites. Essa diferença procede porque nessa data ocorreu a cobertura ao vivo do *MTV Movie Awards* apenas no Facebook da *Todateen*, já descrita anteriormente. Já nos dias 29 e 30 de junho, o Twitter apresenta uma média superior de tuites ao ser comparado com a quantidade de postagem do Facebook no mesmo dia. Essa diferença é por causa da divulgação da promoção *Meu Mundo S2*⁷⁷, a qual o *hotsite* da campanha era constantemente propalado pelo Twitter da *Todateen*, e também a revelação da capa da edição 200, a qual a redação posta dicas somente no Twitter e as seguidoras tentam adivinhar quem são os artistas que estamparão a próxima capa.

No dia 12 de junho, a média de tuites ultrapassa a quantidade de dez, pois se refere à divulgação de caráter não oficial e de antecipação das músicas do novo CD de Justin Bieber, *Believe*, igualmente como foi feito do Facebook da *Todateen*.

Assim como foi percebido no Facebook da *Todateen*, os tuites têm que ter constância diária para tornar a marca ativa no Twitter e também de forma humanizada, já que para ser amiga da leitora é necessário comportar-se como uma adolescente, postar frequentemente nas mídias sociais. Nos dias em que não há tuites, a melhor forma de gerenciar as mídias sociais seria criar uma publicação ou tuite desejando um feliz fim de semana e demonstrando a ausência “até segunda-feira!”. Forma que os perfis ativos de pessoas físicas realizam.

⁷⁷ A promoção *Meu Mundo S2* foi uma ação promocional do marketing da revista *Todateen* que visava comemorar o Dia dos Namorados. No *hotsite* todateen.uol.com.br/meumundos2/, havia vários desafios, como a internauta enviar um vídeo ensinando a fazer uma maquiagem para a data, e depois das internautas se inscreverem, as produções e ideias eram votadas no site. As ganhadoras de cada desafio levaram prêmios.

Antes de prosseguir com o relato do acompanhamento do Twitter da *Todateen*, faz-se necessário explicar a categoria criada para cada tuíte. Mas, para não dispersar dúvidas, no próximo tópico, haverá a caracterização e o motivo da criação dessas categorias de forma mais específica do Twitter.

3.4.2.1 Categorias dos tuítes da @todateen

Como já foi dito, a classificação foi feita conforme o post continha ou não link. Se continha, era analisado para qual página o link era direcionado e, se não, era ressaltado que intenção o post tinha. Essa foi uma forma encontrada pela pesquisadora para facilitar a visualização temática e, desse procedimento de classificar primariamente entre com e sem link, surgiram seis categorias descritas a seguir:

- a) *Site Todateen*: assinalam tuítes que contém links que levam para o site da *Todateen*. Esse tipo de publicação no Twitter também motiva um trânsito maior no site, o que se torna positivo para a venda de publicidade *on-line* na página⁷⁸.
- b) *Blog Todateen*: assim como o *Site Todateen*, esses posts geram trânsito nos blogs. É possível afirmar que a divulgação das chamadas do blog geram mais comentários nos blogs.
- c) *Facebook Todateen*: o Twitter da *Todateen* leva para o Facebook da *Todateen*. No Twitter é comum a linkagem com outra mídia social.
- d) *Outros sites*: são publicações no Twitter da *Todateen* que contém links que direcionam, diferentemente da classificação homônima do Facebook, para sites vinculados e não vinculados a *Todateen*. Compreendem links de sites como: o hotsite da promoção *Meu Mundo S2*, o Youtube (canais diversos), o Tumblr da *Todateen* (todateenomg.tumblr.com), o Twitpic da *Todateen* e o Instagram da *Todateen*.
- e) *Comentário sem link*: são tuítes com comentários ou perguntas que são puramente interativos e fazem os *followers* retuitarem e favoritarem. Como já foi exposto, é uma forma de humanizar a marca, já que são comentários fáticos. Esta categoria exemplifica bem a identidade da revista de amiga da *Todateen*.

⁷⁸ Não haverá necessidade em caracterizar o formato como cada categoria de tuíte era publicado pois não há forma diferente se não a chamada e o link, ou a chamada sem o link. Essa mídia social não oferece outros recursos visíveis, a possibilidade de inserção das fotos nos tuítes se faz, mas só dá pra ser visualizada quando clicada no link ou no tuíte que aumenta de tamanho e mostra a imagem inteira.

- f) *Chamada mobile*: são postagens sem links e que são produzidas para divulgar a assinatura do sistema *mobile* da revista *Todateen*.

Para visualizar o comportamento quantitativo dessas categorias durante o mês de junho, a pesquisadora sistematizou as classificações dos tuites do Twitter da *Todateen* no gráfico a seguir:

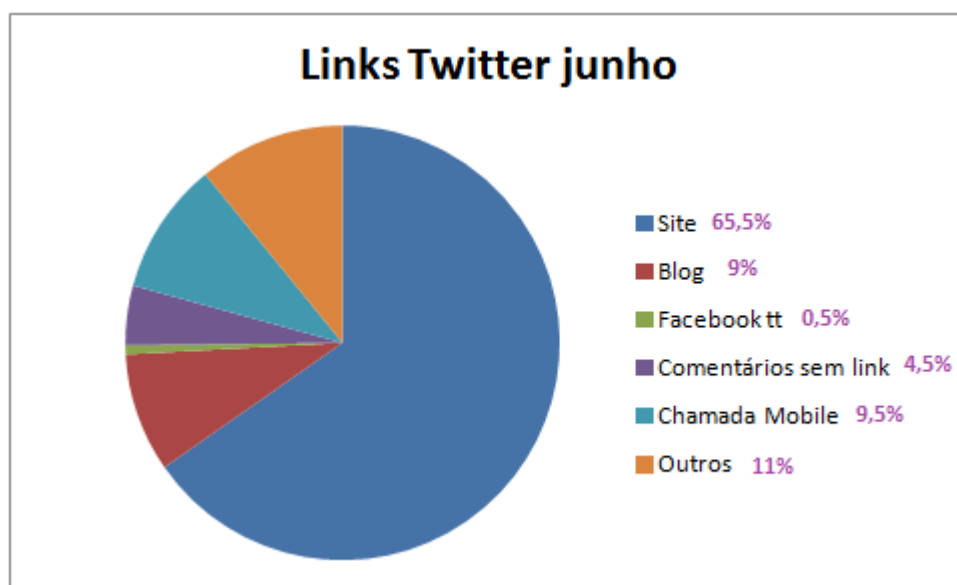


Figura 46 – Links que o Twitter Disponibiliza
Elaborado pela pesquisadora

Diante do gráfico, é perceptível que os tuites com links que levam para o site da *Todateen* são majoritários (65,5% de todos os assuntos). Essa dominação de categoria, assim como ocorre no Facebook da *Todateen* também, evidencia a função principal do Twitter da *Todateen* para o site da marca: divulgar e ampliar os *pages views* do site. Além disso, é uma forma de aproximar a internauta da identidade da *Todateen* e transformá-la, naturalmente, em uma leitora da revista.

As outras categorias: *Blogs Todateen*, *Facebook Todateen*, *Comentários sem links*, *Chamadas mobile* e *Outros sites* têm uma fatia menor no todo de tuites. Por isso, é válido destacar dentro da categoria *Site da Todateen* quais são as seções mais linkadas e perceber se os resultados são semelhantes com os do Facebook.

3.4.2.2 Do Twitter @todateen para o site

Pela figura 46, observa-se que 65,5% dos tuites contém links que direcionam para o site da *Todateen*. A separação abaixo foi feita por seção do site que os tuites da categoria *Site da Todateen* conduzem. Essa segmentação faz-se necessária para refletir junto com os dados coletados da interação do Twitter na relação que essa mídia social tem com o público da *Todateen*.

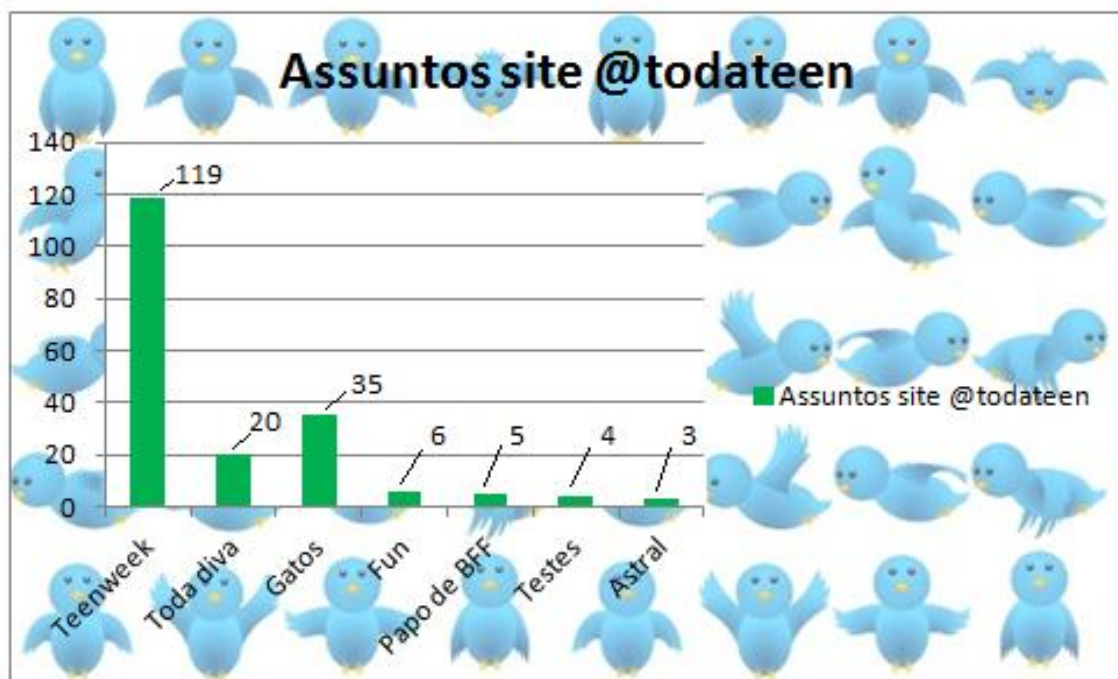


Figura 47 – Assuntos do Site que são Linkados pelo Twitter
Elaborado pela pesquisadora

É visível a superioridade quantitativa de tuites que levam à seção *Teenweek*. A justificativa encontrada pela pesquisadora é porque se trata de uma seção com notas quentes e de maior volume do site da *Todateen*. Porém, diferentemente do Facebook, no Twitter, não só a seção *Toda Diva* tem relevância numérica, mas também a seção *Gatos*. Essa importância quantitativa se deve, pois é no Twitter da *Todateen* que ocorre a motivação, por meio de tuites, para as internautas/leitoras escolherem o artista que estampará o pôster da *Todateen*. É uma forma de perceber o que as leitoras gostariam de ver e a redação da revista acompanha as opiniões por relatórios informais que são enviados pela equipe web. Esse mecanismo de conhecer melhor a leitora pelas redes sociais e/ou a incentivar a participar mais das decisões da revista tem tendência crescente. As outras seções do site da *Todateen* são pouco linkadas

no Twitter, com a média de 4,5 posts cada uma durante o período acompanhado, o mês de junho.

Para ter uma visualização de forma mais qualitativa, apesar de ser representada por números, no próximo item haverá a sistematização das interações resultantes de cada categoria do Twitter da *Todateen*, já descritas.

3.4.2.3 Twitter: as seguidoras da *tt* interagindo

Reforçando a concepção da classificação proposta para os tuites – *Site Todateen*, *Blog Todateen*, *Facebook Todateen*, *Comentário sem Link*, *Chamada mobile* e *Outros Sites* –; em melhorar a visualização qualitativa e também a organização dos tuites no período de 1º. de junho a 31 de junho de 2012, percebe-se que as interações fomentadas pelos tuites são mais importantes no contexto de rede social. Mas, a pesquisadora contabilizou também os dados de interação que cada categoria de tuites incitou, como a quantidade de retuite e favoritos⁷⁹. Faz-se necessário resumir o panorama de interação dos posts nestas mídias sociais.

Categoria *Site Todateen*

Assim como feito com essa categoria no Facebook, tabelou-se os dados para melhor visualização do comportamento dessa categoria de tuite no Twitter da *Todateen*:

Tabela 4 – Postagens das Seções do Site no Twitter

	Nº posts	Retuite	Favoritos
Toda Diva	20	39	8
Papo BFF	5	7	4
Astral	3	1	2
Fun	6	47	7
Testes	4	7	4
Gatos	35	125	24
Teenweek	119	1334	116

Elaborada pela pesquisadora

A tabela mostra que em termos quantitativos de interação, a seção *Teenweek* tem 11 retuites por tuite e um usuário que favorita por post. Dia 19 de junho às 16h, houve o tuite que levava para essa seção e que gerou mais interação. A chamada era: “Luan Santana mostra o resultado (e que resultado!) da malhação em foto sem camisa!”, foram 129 retuites. Essa

⁷⁹ No acompanhamento do Twitter, a pesquisadora não fez levantamento e qualificação de comentários ou referências ao @todateen porque são números enormes e não são eficientes para esta pesquisa, já que a grande maioria não são comentários de interação provocados pelo tuite.

popularidade se deu, além das características do post (horário e construção da chamada), por causa da força do fã clube do cantor. Além disso, mostra que a *Todateen* oferece conteúdo sobre temáticas diversificadas e que, de algum modo, a leitora encontrará o seu perfil (o seu gosto) na marca *Todateen*.

A seção *Toda Diva* possui aproximadamente 2 retuites por post e a cada dois tuites, cerca de um é favoritado. Não houve nenhum tuíte que gerou interação representante que levasse para a seção de moda e beleza do site da *Todateen*.

A cada três posts que contêm o link que leva à seção *Astral*, há um retuite e dois favoritos. A escassez de produção de matéria do segmento astrológico torna pouco reveladora a organização dos dados.

Nos posts do Twitter da *Todateen* que contêm links que levam a seção *Testes e Papo de BFF* do site, em média, acarretam dois retuites e um favorito por tuíte.

Numericamente afirmando, a interação promovida pelos tuites com links que levam à seção *Fun*, depois da *Teenweek*, é uma das médias melhores: 8 retuites/post e mais de um favoritado por post. Esse sucesso refere-se à temática disponibilizada. As internautas se sentem à vontade em mostrar e disseminar o assunto divertido na mídia social que tem caráter de microdiário digital. Ao contrário do *Papo BFF* que, apesar de ter muitos acessos e alguns comentários no site, elas não retuitam porque se sentem acanhadas com a temática, principalmente, por serem vinculadas ao seu perfil.

Diferentemente do comportamento de interação do Facebook que teve a seção *Fun* como mais curtida, compartilhada e comentada positivamente, o Twitter da *Todateen* conquista um público um pouco diferente, ou que se comporta diferente. As chamadas das matérias da seção *Teenweek* geram mais retuites e favoritos, principalmente quando se trata de um artista popular. Esse dado gera uma constatação de que a *Todateen* no Twitter é a amiga da internauta pois conta as fofocas dos seus famosos preferidos e, assim, torna-se uma das principais fontes para elas se sentirem informadas. O público do Twitter é ávido por informações instantâneas e, por isso, retuitam conteúdos como da seção *Teenweek*.

Categoria *Blogs*

As categorias: *Blogs*, *Facebook*, *Comentário sem links*, *Chamada mobile* e *Outros sites*, por não serem as mais postadas, não são tabelados com a quantidade de curtir e favoritos.

Os blogs têm uma média superior a 2 retuites/post e todo tuite tende a ser favoritado. O blog que tem mais destaque é o *Da Redação* que é mais divulgado nesta rede social e é o que tem mais posts por período. A chamada desse blog ganha cerca de 4 retuites por post. É necessário clarificar que o blog *Garotas Todateen* não teve chamada no Facebook e Twitter durante o período acompanhado.

Categoria *Chamada mobile*

As publicações de *mobile* têm poucos retuites e favoritos. Há o destaque do dia 10 de junho que tem como frase chamariz: “Os garotos são complicados. É difícil saber o q passa na cabeça deles. Quer receber dicas? Envie TEEN para 44144 e tenha no seu#celular”, que obteve 8 retuites.

As chamadas dessa categoria têm apelo comercial e o objetivo de vender, típico do objetivo do Marketing 1.0. Além de serem cansativas, pois se repetem com constância; as chamadas são escritas para serem funcionais, ou seja, intencionadas para a menina seguidora do Twitter da *Todateen* fazer a assinatura da plataforma – que já é caracterizada pela transmissão de mensagem no sentido único, da *Todateen* para a assinante *mobile* –; e não fomentar interações para diálogos ou promoção de conhecimento da seguidora.

Categoria *Comentário sem link*

A conversa feita pela equipe da *Todateen* pelo Twitter, como “Bom dia girls! Por aqui tá bem friozinho, e aí?#vontadedeficarnacama!”, recebem cerca de 4 retuites e a cada 4 post, recebe um favorito. Essa categoria no âmbito de interatividade se comporta diferente da mesma categoria no Facebook da *Todateen*. O microblog tem a característica de ser *feed* de notícias, mas postagens como essas são importantes para a seguidora perceber que atrás do perfil da *Todateen* está alguém, senão como ela, parecida com as adolescentes.

Categoria *Outros sites*

Os outros sites são considerados os tuites com links que levam a canais de Youtube, Tumblr da *Todateen*, hotsite *Meu Mundo S2*, Instagram da *Todateen* e o Twitpic.

Cada link de vídeo do Youtube é retuitado cerca de 4,5 vezes e quase todos os retuites que levam ao Youtube são favoritos. O favorito nessa categoria se torna importante porque é uma forma da seguidora marcar o vídeo para assistir com mais calma em outro momento.

O hotsite e o Tumblr (que só é divulgado nesta plataforma) têm poucos retuites e favoritos. A justificativa para a pouca interação apresentada pelo hotsite pode residir na linguagem do Marketing 1.0 usado na divulgação do hotsite promocional. E a explicação para a média baixa de retuites e favoritos nos posts com links que levam ao Tumblr da *Todateen* é que a mídia social disponibiliza ferramentas para curtir (com o *like* do Tumblr) e favoritar de outra maneira, além de realizar comentários.

Os tuites com links que direcionam para o Instagram da *Todateen* – também divulgado apenas no Twitter da *Todateen* –; teve apenas um post durante esse mês e recebeu três retuites.

O Twitpic é usado, principalmente, para retuitar as capas do mês da revista impressa. Essa ação incita bastante a interação, em uma das capas postadas no Twitpic foram 203 retuites e 26 favoritos. Mesmo não ofertando prêmios, essa ação gera movimentação no Twitter, até porque mexe com a ansiedade da seguidora e leitora da *Todateen*. Uma ação como essa:

- satisfaz e retém consumidores;
 - formula dicas tendo consciência dos leitores inteligentes e esperançosos para ver o seu artista preferido na capa;
 - revela o posicionamento da revista;
 - revela a proposição de valor funcional e emocional, ou seja, incita a venda da revista, mas também quer ouvir a opinião das seguidoras.;
- caracteriza um relacionamento um-para-um: *Todateen* para a seguidora-leitora.

É possível depreender que a plataforma Twitter e Facebook comportam-se de maneiras diferentes, primeiro porque os usuários delas são diferentes e, segundo, porque a marca as utiliza de forma distintas. O Facebook é uma mídia social muito mais colaborativa e de diálogo e o Twitter tem o caráter de divulgador de conteúdo, haja visto a presença constante de chamadas de marketing postadas.

Os assuntos que reforçam a imagem da *Todateen*, por meio de interações de curtir e retuitar, são diferentes no Facebook e Twitter da *Todateen*. No Facebook, a amizade da internauta/leitora com a marca é reforçada pelos posts da categoria *Comentários sem links*, o que fortalece a identidade, principalmente pela faceta *Relação* do *Prisma da Identidade* de Kapferer (2003) e, por consequência a imagem da *Todateen*. Os posts que contêm links que

levam para a seção *Fun* do site promovem a manifestação das preferências das internautas/leitoras por um determinado tema divertido. Essa relação reforça a ideia de que a *Todateen* está presente em todos os momentos da leitora, da amiga conselheira a amiga que chama para a festa. Até porque os atores de uma rede social só produzem vínculo com aquilo que eles orgulham-se em aproximar do seu perfil. O assunto *Fun*, assim como a página curtida da *Todateen*, reforça que a seção e a marca da revista são dois símbolos aos quais as usuárias querem ser vinculadas.

O Twitter tem o caráter de divulgação de conteúdo e publicidade. Ele fomenta mais a comunicação mercadológica que o Facebook da *Todateen*. No âmbito de gestão de marcas, estimula ações interessantes, como o twitpic da capa da próxima edição, assim como foi mencionado há pouco. Além disso, a usuária da mídia social acompanha as atualizações da *Todateen* espontaneamente e interage, principalmente com a seção *Teenweek*, o que mostra a relação com a seção impressa *Por aí*, reforçando ser uma seção atraente para internauta/leitora e reforçando a identidade da revista.

O aspecto que não acompanha de fato a identidade da *Todateen* é a baixa disponibilidade de conteúdo no Facebook e Twitter nos fins de semana. É um aspecto que não condiz com o perfil adolescente e de amiga da leitora/internauta, já que é nos fins de semana que as amigas se unem mais ainda e, assim, os perfis da *Todateen* reprimem essa ideia.

Por outro lado, resume-se aqui que as mídias sociais atribuem características humanas à marca que antes era gerida apenas por estratégias comerciais. O relacionamento nas mídias sociais fortalece a marca, porém não garante a venda do produto impresso.

Vale ressaltar que criar relacionamentos com as leitoras nas mídias sociais fideliza esse público e cria espaço para a marca *Todateen* interagir com as adolescentes e se inserir na vida delas. Como consequência, pode levar a internauta a comprar frequentemente a revista impressa, mídia que concretiza esse diálogo e confere status a ela pela sua perenidade e concretude.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As mudanças causadas na sociedade refletem-se nas tecnologias, que são atualizadas conforme a exigência do mercado, e no jornalismo, que passa a ter formas diferentes de conceber, transmitir informação e se relacionar com seu público. A Internet, como se conhece, é uma consequência de uma sociedade dinâmica com ânsia de informação globalizada e tudo isso se refletiu no fazer jornalístico atual.

As mídias tradicionais tiveram de se adaptar à nova realidade de processar informação e, principalmente, de construir relações. O marketing que objetivava apenas vender produtos, diante do contexto cultural, volta-se para os valores do ser humano e encaminha-se para atender as necessidades de um consumidor mais preocupado com um mundo melhor. Esse novo contexto comunicacional, aliado à disseminação das mídias sociais, ampliaram a atuação do jornalista que, mesmo não tendo formação, passa a gerenciar marcas.

Tendo em vista a coleta de dados e a revisão bibliográfica, percebe-se que os perfis do Facebook e Twitter da *Todateen*, em um âmbito geral, têm o papel mais relevante do que gerar *page views* para o site da revista. Eles são canais democráticos de relacionamentos que se comunicam com a leitora/internauta e promovem a interação com a marca. Especificamente, nota-se que o Twitter da *Todateen* gera mais conteúdos de cunho mercadológico, seja para incentivar os cliques no site ou vender assinatura *mobile*. Porém, a *twitpic*, que é atividade típica do Jornalismo 2.0, amplia a comunicação e permite a opinião da leitora/seguidora usuária de mídias sociais.

No Facebook da *Todateen*, notam-se interações menos corporativas e mais humanas, gerando *feedbacks* positivos e relações mais afetivas com a internauta que tem as mesmas características, idade e comportamento da leitora da revista impressa que procura a *Todateen on-line* ou *off-line* para o mesmo fim: como forma de entretenimento e buscar informações típicas de conversas entre amigas da mesma idade.

Apesar de as mídias sociais serem usadas majoritariamente como canais de divulgação de conteúdo pelos jornalistas, essas plataformas, em sua essência, resultam em laços e relacionamentos e, por isso, reforçam a marca. Porém, tratando-se de um perfil de marca de revista impressa, as mídias sociais trabalham a identidade *off-line* (ou que é a matriz), pois, senão, tornam-se plataformas divergentes sendo identificadas apenas pelo mesmo logotipo.

Manifestações humanas dos perfis de revistas nas mídias sociais satisfazem mais o leitor/usuário que tende a criar vínculos emocionais e racionais com a marca impressa e suas extensões. Para isso, o perfil da revista *Todateen* que pretende ser amiga da leitora tem de se comportar como uma pessoa, como por exemplo, avisando os seus seguidores que vai se ausentar no fim de semana.

Desse modo, as mídias sociais funcionam como uma estratégia de *branding*, articulando as diferentes comunicações da marca *Todateen* em uma única identidade. Nesse sentido, informação, entretenimento e relações públicas convergem, estão hibridizadas na cultura de convergência atual, em que pessoas interagem sem desníveis comunicacionais com a marca.

Assim, constatou-se que as mídias sociais são estratégias de *branding*, consolidando a identidade da mídia impressa e, assim, a imagem dessa marca. Porém, não é possível afirmar que essa gestão de marcas resulte em maior volume de vendas do produto *Todateen* impresso.

Em suma, no novo contexto social e cultural, o jornalista de revista tem a função também de gestor de marcas, realizando, muitas vezes, intuitivamente essa função. Outra constatação é que as revistas terão de acompanhar as exigências da leitora e das novas tecnologias. Uma marca terá relevância quando a garota “curtir” a postura da revista para assuntos que gerem benefícios sociais, como rege o Marketing 3.0.

BIBLIOGRAFIA

AAKER, David A. *Marcas - brand equity: gerenciando o valor da marca*. Editora Negócio, São Paulo, 2000.

ALBINO, J. P.; TELLAROLI, T. M. *Da sociedade da informação às novas TIC s: questões sobre internet, jornalismo e comunicação de massa*. 2007. Disponível em: <http://www.faac.unesp.br/publicacoes/anais-comunicacao/textos/28.pdf>. Acessado em 20 de julho de 2012.

ALI, Fatima. *A arte de editar revistas*. São Paulo: Cia. Ed. Nacional, 2009.

ARRUDA, D. M. O.; MIRANDA, C. M. C.. *A Evolução do Pensamento de Marketing: Uma Análise do Corpo Doutrinário Acumulado no Século XX*. In: XXVI ENANPAD, 2002, Salvador, 2002. Disponível pelo site: <http://www.slideshare.net/joaquinpresas/a-evolucao-do-pensamento-do-marketing>. Acessado dia 15 de setembro de 2012.

BAHIA, Benedito Juarez. *Introdução à Comunicação Empresarial*. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.

BAMBRILLA, Ana. *Jornalismo, mídias sociais e a legitimidade da notícia (palestra)* São Paulo: Social Media 2012, 2012.

BASETTO, Silvia Regina. *Jornalismo impresso na era da internet: Como funciona a redação do jornal Correio do Estado*, de Campo Grande, Mato Grosso do Sul. Bauru: Tese de Mestrado, 2008.

BLUMBERG, Baruch; FELIZOLA, Matheus Pereira Mattos; MOTA, Joane Santos; SOBRAL, Renan Henrique. *A Comunicação Institucional como agente criador da Imagem e Identidade Corporativa: o caso Vale*. In: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2008, Natal. Mídia, Ecologia e Sociedade, 2008. Disponível pelo site: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0730-1.pdf>, acessado no dia 17 de julho de 2012.

BOYD, Danah; ELLISON, Nicole. *Social network sites: Definition, history, and scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 2007. Disponível em <http://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf>. Acessado no dia 24 de julho de 2012.

BRAMBILLA, Ana. *Jornalismo, mídias sociais e a legitimidade da notícia*. In: Evento Media Education. São Paulo, 2012.

BROGAN, Chris. *ABC das mídias sociais*. Tradução de Denise Tavares Gonçalves. São Paulo: Prumo, 2012.

BRUNS, Axel. *Gatewatching, not gatekeeping: collaborative online news*. *Media International Australia*, n. 107, pp. 31-44, 2003. Disponível em: <http://eprints.qut.edu.au/archive/00000189/>. Acessado dia 30 de outubro de 2012.

BUENO, Wilson da Costa. *Comunicação empresarial: teoria e prática*. Barueri, São Paulo: 2003.

CARNEIRO, Levi. *Marca corporativa: Um universo em expansão*. Grupo Troiano de Branding, 2011, 2ª edição. Disponível pelo site: <http://www.brandinsights.com.br/arquivos/2009/09/Marca-corporativa-um-universo-em-expansao-2a-edicao-Levi-Carneiro.pdf>. Acessado em 11 de setembro de 2012.

CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo (Orgs.). *A Sociedade em Rede: do conhecimento à ação política*; Conferência. Belém (Por) : Imprensa Nacional, 2005. Disponível pelo site: <http://www.cidadeimaginaria.org/cc/ManuelCastells.pdf>. Acessado dia 30 de outubro de 2012.

CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede*. 4.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CAVALCANTE, Shirley Maria. *Gestão da comunicação organizacional: conhecendo as ferramentas e as suas aplicabilidades*. João Pessoa: Universidade Potiguar, 2008. Monografia (Especialização em Gestão Empresaria e de Pessoas), 2008. Disponível pelo site: <http://www.aberje.com.br/monografias/MONOGRAFIA%20Shirley%20Cavalcante%20PDF.pdf>. Acessado em 30 de agosto de 2012.

COELHO, Helena Sofia Felisberto. *A Web 2.0 nas bibliotecas universitárias portuguesas: um estudo da implementação do paradigma da biblioteca 2.0*. Lisboa: 2009. Disponível em <http://repositorio.ul.pt/handle/10451/400>. Acessado em 17 de julho de 2012.

COMM, Joel. *O poder do Twitter: estratégias para dominar seu mercado e atingir seus objetivos com um tweet por vez*. São Paulo: Gente, 2009. Disponível pelo site: <http://books.google.com.br/books?id=i7upyUkBSPOC&pg=PT9&lpg=PA1&ots=0AOTVgeQUg&dq=o+poder+do+twitter:+estrat%C3%A9gias+para+dominar+seu+mercado+e+atingir+seus+objetivos+com+um+tweet+por+vez&hl=pt-BR>. Acessado dia 30 de outubro de 2012.

CRUZ, Cassiana Marins Lima. *Comunicação Organizacional e pressupostos da Comunicação Integrada - a experiência em uma universidade na implementação/reestruturação do jornal institucional*. Trabalho apresentado no Núcleo de Relações Públicas e Comunicação Organizacional, XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasília/DF, 2006. Disponível pelo site: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1230-2.pdf>, acessado no dia 17 de dezembro de 2010.

CRUZ, Eduardo Picanço; WERNECK, Carine Lopes Lourenço. *O Uso do Youtube como ferramenta de marketing: Estudo de caso da Imobiliária Tecnisa*. In: Revista Pensamento Contemporâneo em Administração, 2009, número 07. Disponível em: <http://www.uff.br/rpca/Volume%207/Imobiliaria.pdf>. Acessado dia 10 de outubro de 2012.

FERRARI, Pollyana. *Jornalismo digital*. São Paulo: contexto, 2006, 3ª edição.

FERRARI, Pollyana. *Jornalismo digital*. São Paulo: contexto, 2010, 4ª edição.

FIALHO, Francisco; OLIVEIRA, Leonardo e SCHMITT, Valdenise. *Jornalismo 2.0: a cultura da colaboração no Jornalismo*. In: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós, Brasília, v.11, n.3, set./dez. 2008. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/305/309>. Acessado em 23 de julho de 2012.

FONTOURA, Wagner. *A Hora e a Vez das Mídias Sociais*, 2008. Disponível em : <http://www.boombust.com.br/a-hora-e-a-vez-das-midias-sociais/>. Acesso em: 23 de julho de 2012.

FRANÇA, Fábio. Relações Públicas: visão 2000. In: KUNSCH, Margarida (organizadora). Obtendo Resultados com Relações Públicas. 3. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

GONZALES, L. *Linguagem publicitária: análise e produção*. São Paulo: Arte & Ciência, 2003.

GOTTHILF, Gina. *Tumblr para pequenas e médias empresas* (palestra). In: Evento Media Education. São Paulo, 2012.

GOULART, Alexander. *Uma lupa sobre o jornalismo de revista*. Observatório da imprensa, 2006. Disponível: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=388DAC001>. Acesso dia 03 de setembro de 2012.

GUILLERMO, Alvaro. *Branding: design e estratégias de marcas*. Demais Editora: São Paulo, 2007.

GUMMESSON, Evert. *Total relationship marketing*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1999. Disponível pelo: <http://books.google.com.br/books?id=AdA5bka09RwC&printsec=frontcover&dq=Total+relationship+marketing&hl=pt-BR&sa=X&ei=V5SQU LauLJKE9gSHuIHgDg&ved=0CDEQ6wEwAA#v=onepage&q=Total%20relationship%20marketing&f=false>. Acessado dia 15 de setembro de 2012.

HSMManagement. Pensamento Nacional: *Branding como Instrumento de Gestão*. São Paulo: HSM, 2012, ed. 91. Disponível pelo site: <http://www.brandinsights.com.br/arquivos/2012/05/Branding-como-instrumento-de-gest%C3%A3o.pdf>. Acessado dia 18 de setembro de 2012.

Instituto de Periodismo Interactivo. *Periodismo 2.0: una guía de alfabetización digital para sobrevivir y prosperar en la era de la información*. Universidad de Maryland y el Knight Citizen News Network, 2007.

IVC. *Estudo sobre circulação de revistas, mercado brasileiro 2000 a 2011*. Disponível pelo site: <http://www.anatec.org.br/ivc.pdf>. Acessado dia 30 de outubro de 2012.

JENKINS, Henry. *Cultura de Convergência*. Tradução: Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2009.

KAPFERER, Jean-Noel. *As marcas, capital da empresa: criar e desenvolver marcas fortes*. Porto Alegre: Bookman, 2003.

KARP, David. *Entrevistamos David Karp, o criador do Tumblr*. INFO Online, 5 de abril de 2011. Entrevista concedida a Vinícius Aguiari. Disponível pelo site: <http://info.abril.com.br/noticias/internet/entrevistamos-david-karp-o-criador-do-tumblr-05042011-3.shl>. Acessado dia 31 de julho de 2012.

KOTLER, P.; FOX, K. F. A. *Marketing estratégico para instituições educacionais*. São Paulo: Atlas, 1994.

KOTLER, P. *Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle*. Tradução de Ailton Bomfim Brandão. São Paulo: Atlas, 1998, 5ª edição.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G.. *Princípios de Marketing*. Pearson: São Paulo, 2006, 9ª edição.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. *Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano*. Tradução de Ana Beatriz Rodrigues. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

KUNSCH, Margarida M. K.. *Relações Públicas e Modernidade: Novos Paradigmas na Comunicação Organizacional*. São Paulo: Summus, 1997.

KUNSCH, Margarida M. K.. *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada*. São Paulo: Summus, 2003.

Laboratório Integrado de Marketing e Cultura. *Políticas de Comunicação Corporativa*. São Paulo: COM-ARTE, 2005.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Tradução: Carlos Irineu da Costa São Paulo: 34, 2000.

MARIANO, Fábio. *Comportamento de classe C e D em uso de mobile*. São Paulo: Social Media 2012, 2012.

MASLOW, A. H. *Motivation and personality*. New York: Harper & Row, 1970.

MIELNICZUK, Luciana. *Webjornalismo de Terceira Geração: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web*. 2004. Disponível: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2004/resumos/R0816-1.pdf>

MOURA, Leonardo. *Como escrever na rede: manual de conteúdo e redação para a internet*. Rio de Janeiro: Editora Record, 2002.

MUNIZ, Eloá. *Publicidade e propaganda origens históricas*. Publicado no Caderno Universitário, Nº 148, Canoas, Ed. ULBRA, 2004.

NASCIMENTO, Patrícia Ceolin. *Jornalismo em revistas no Brasil: um estudo das construções discursivas em Veja e Manchete*. São Paulo, Annablume, 2002.

PINHO, J. B.. *Propaganda institucional: usos e funções da propaganda em relações públicas*. São Paulo: Summus, 1990.

PINHO, J. B. *O poder das marcas*. São Paulo: Summus, 1996.

PINHO, José Benedito. *Comunicação em marketing: princípios da comunicação mercadológica*. Papirus: Campinas, 2006, 8ª edição.

PIZA, Mariana Vassallo. *O fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica*. (Trabalho de Conclusão de Curso) – Instituto de Ciências Sociais, Universidade de Brasília, Brasília, 2012.

PRIMO, Alex. *Interação Mútua e Interação Reativa: uma proposta de estudo*. Trabalho apresentado no GT de Teoria da Comunicação. Intercom. Recife, 1998.

RECUERO, R; ZAGO, G. *Em busca das “redes que importam”: redes sociais e capital social no Twitter*. *Libero*, São Paulo, v.12, n.24, p. 81-94, 2009. Disponível http://www.casperlibero.edu.br/rep_arquivos/2010/03/16/1268760882.pdf. Acessado no dia 24 de julho de 2012.

RECUERO, Raquel. *Rede sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2010

REGO, Franciso Gaudêncio Torquato. *Jornalismo Empresarial: teoria e prática*. Summus: São Paulo, 1984, 4ª ed.

REGO, Franciso Gaudêncio Torquato do. *Comunicação empresarial, comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas*. São Paulo: Summus, 1986.

RESULTADO DIGITAL. *Introdução ao Marketing no Facebook: como criar, gerenciar e fazer crescer a presença da sua empresa na maior rede social do mundo*. Florianópolis, 2011. Disponível em: <http://www.slideshare.net/resultadosdigitais/ebook-introduo-ao-marketing-no-facebook>. Acessado dia 30 de julho de 2012.

RUÃO, Teresa. *As marcas e o valor da imagem. A dimensão simbólica das actividades económicas*. Universidade do Minho, 2003. Disponível pelo site: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/ruao-teresa-as-marcas-valor-da-imagem.pdf>. Acessado dia 21 de setembro de 2012.

SABINO, J. *Web 3.0 e Web semântica – do que se trata?*. Universidade Federal de Pernambuco: Recife, 2007. Disponível em: <http://www.cin.ufpe.br/~hsp/Microsoft-web.pdf>. Acessado em 18 de julho de 2012.

SANTAELLA, L. *Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus, 2010

SCALZO, Marília. *Jornalismo de revista*. São Paulo: Contexto, 2006.

TOMASI, Carolina; MEDEIROS, João Bosco. *Comunicação empresarial*. São Paulo: Atlas, 2007.

TREVISAN, M. *A construção das marcas*. Disponível: <http://www.cidademarketing.com.br/2009/et/3/a-construo-das-marcas.html>. Acessado dia 07 de outubro de 2012.

VEER, E. A. Vander. *Facebook: The Missing Manual*. Estados Unidos: O'Reilly Media, 2010, 2ª edição. Disponível em: http://books.google.com.br/books?id=GuA2REeoBiUC&printsec=frontcover&dq=facebook&source=bl&ots=YS9lc1nYRX&sig=fm1h301TrSaKiOJTt5xU-4wjHy0&hl=pt-PT&sa=X&ei=NZsQUOa6KY2o8ATXx4CoBw&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false. Acessado no dia 25 de julho de 2012

VIEIRA, Marina Veroneze. *Comunicação Organizacional: um estudo de caso da Agência Propagação da FAAC-Unesp*. (Trabalho de Conclusão de Curso) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Unesp, Bauru, 2010.

ZENONE, C. L.. *Marketing Estratégico e Competitividade Empresarial*. São Paulo: Novatec, 2007. Disponível pelo site: <http://www.novateceditora.com.br/livros/markest/capitulo9788575221174.pdf>. Acessado no dia 15 de setembro de 2012.

SITES CONSULTADOS

Editora Alto Astral: altoastral.com.br/2011/index.php/a-editora/linha-do-tempo/

Associação Brasileira de Relações Públicas de São Paulo: www.abrpsp.org.br/

AZ Bauru: azbauru.com.br/content/alto-astral

Facebook: facebook.com

Portal G1: g1.globo.com/tecnologia

Dicionário Houaiss: houaiss.uol.com.br/

Revista Info: info.abril.com.br

[Site João Bidu: www.joaobidu.com.br](https://www.joaobidu.com.br)

Marketing Power: www.marketingpower.com

Revista Mundo Estranho: mundoestranho.abril.com.br

Portal Imprensa: portalimprensa.uol.com.br

Site Todateen: todateen.com.br

REVISTA IMPRESSAS

Todateen, ed. 1, dezembro de 1995

Todateen, ed 196, março de 2012

Todateen, ed. 197, abril de 2012

Todateen, ed. 198, maio de 2012

Todateen, ed. 1999, junho de 2012

Todateen, ed. 200, julho de 2012

Todateen, ed. 201, agosto de 2012

Todateen, ed. 202, setembro de 2012

Todateen, ed. 203, outubro de 2012

ANEXO I



SOLICITAÇÃO DE ESTÁGIO/PROJETO - INTERNO

Nome: Bruna Silvestre Innocenti Giorgi

Depto./Setor: Redação/Todateen

Data da solicitação: 27/09/2012

Área de Estágio / Projeto	Jornalismo – mídias digitais e revista
Depto/Setor de Estágio / Projeto	Jornalismo / <i>Produção Editorial</i>
Objetivo	O TCC visa refletir sobre a gestão de marcas consolidadas na era das mídias sociais. A pesquisa terá como estudo de caso a revista <i>Todateen</i> e os seus perfis no <i>Facebook</i> e <i>Twitter</i> .
Recursos (equipamentos, softwares, informações da empresa, materiais diversos, etc)	Informações sobre o histórico da empresa e dados atuais; revistas da <i>Todateen</i> <i>do período selecionado</i>
Pessoas (mencionar pessoas com quem necessitará ter contato para desenvolver o projeto/estágio; ou que participarão diretamente)	Patrícia Sanches, Liliane Ito, Júlia Dantas e Zuleide Fernandes (já foram entrevistadas pela pesquisadora)
Datas de Início e Conclusão	Janeiro de 2012 a Dezembro de 2012
Carga Horária	210 horas
Instituição	UNESP

Obs.:

Aprovado por:

Data:

ANEXO II

Texto introdutório sobre a Editora Alto Astral

Editora Alto Astral – Diversidade Editorial com Conteúdo de Qualidade.

Há 26 anos no mercado editorial, a Editora Alto Astral oferece títulos em 15 segmentos, como feminino, infantil, adolescente, culinária, beleza e horóscopo. Atualmente, ocupa o 2º lugar no mercado editorial brasileiro em vendas avulsas com 24 lançamentos periódicos mensais e 2 lançamentos periódicos semanais, além dos anuários de horóscopo e títulos especiais. A Alto Astral também atua no mercado português através do licenciamento de 5 marcas. Alta circulação, conteúdos de qualidade e compromisso com o leitor são marcas registradas da Editora Alto Astral.

1. Mercados

a) Principais mercados e públicos da empresa:

O mercado de atuação da Editora Alto Astral é o mercado editorial.

Dentro do mercado editorial, a Alto Astral oferece seus produtos através das vendas em bancas, varejo e por assinatura.

Os públicos da editora variam de acordo com a publicação: desde crianças (3 anos) até pessoas de 50 anos e de diversas classes sociais.

Hoje somos a 2ª maior editora em venda avulsas. Atualmente temos 24 títulos periódicos mensais, 2 títulos periódicos semanais que somados aos títulos especiais e anuários somam 104 lançamentos por mês em média. Em 2011 vendemos 46,2 milhões de exemplares.

b) Principais segmentos de atuação - Tamanho e características atuais e futuras de cada segmento.

- **Adolescente** – público –alvo – meninas de 12 a 18 anos, classes ABC

Principais títulos: **Todateen** - Descolada, fashion, antenada. Todateen é uma referência no segmento adolescente. No mercado editorial há 16 anos, é a revista mensal de maior sucesso entre as garotas. Além da Todateen, a Alto Astral investe no segmento com publicações focadas no universo da música, artistas, moda e beleza.

- **Feminino** – mulheres, a partir de 18 anos, classes ABCD

Principais títulos: **SHAPE**: Shape é a maior revista de corpo e beleza do mundo e foi lançada no Brasil pela editora Alto Astral em setembro/2009. Com conteúdo completo sobre o assunto, tem um projeto editorial sob medida para a mulher moderna, que busca ficar em paz com a aparência física e manter a beleza sempre em dia, sem **abrir** mão da saúde e do bem-estar. SHAPE tem 28 anos de mercado, é a quarta revista mais lida entre os títulos femininos no Estados Unidos.

LUNNA: Em formato Pocket, e com olhar afiado e contemporâneo, aborda os principais assuntos femininos como moda, beleza, comportamento, celebridades, cultura e diversão.

O universo da mulher também é retratado nas páginas das revistas especiais femininas da Editora Alto Astral de diversas formas. Com o foco na mulher que se interessa por novidades, temas como cabelos, dietas, beleza e sexualidade estão presentes todos os meses no conteúdo das nossas revistas.

- **Infantil** – crianças (meninos e meninas), a partir dos 4 anos, classes ABC

Através de um mix de licenciamentos e marcas próprias, os produtos da Alto Astral falam diretamente com as crianças e, claro, com os pais também. Títulos como Moranguinho, Pica-pau e Barbie garantem o destaque da Alto Astral no mercado infantil.

- **Cozinha** – mulheres, a partir dos 20 anos, classes ABCD

Líder do segmento de culinária com venda mensal de mais de 600 mil revistas, a Editora Alto Astral tem como destaque a revista mensal **Guia da Cozinha**. Qualidade editorial, equipe especializada, receitas testadas e aprovadas, inovação através de formatos diferenciados e segmentação são fatores que garantem nossa liderança no segmento.

- **Semanal** – mulheres, a partir dos 18 anos, classes BCD

Malu e Guia da TV são as revistas semanais da Alto Astral e que estão entre as revistas semanais femininas mais

vendas do País. Juntas, garantem uma circulação de mais de 160 mil exemplares. *Malu é completa como a mulher, fala de saúde, beleza, culinária, moda, família. E a Guia da TV traz tudo sobre novelas e a vida das celebridades.*

- **Esporte** – homens, a partir de 15 anos, classes ABCD

A Editora Alto Astral também está presente no universo masculino. Com revistas especiais sobre o mundo dos esportes, os lançamentos são focados em grandes momentos das mais diversas modalidades esportivas.

- **Linhas e Trabalhos manuais** – mulheres, a partir dos 20 anos, classes ABC.

A Alto Astral atua nesse segmento, oferecendo novas técnicas, catálogos e tendências do momento.

- **Horóscopo** – mulheres, a partir dos 12 anos, classes CD

Líder absoluta de mercado neste segmento (95% share), a Editora Alto Astral leva horóscopo de qualidade para milhões de leitores através de publicações mensais e anuários. A Revista **Guia Astral** é o destaque do segmento, tendo como base de leitores mais de 3,2 milhões de pessoas que lêem a revista todos os meses*. As publicações mensais e os anuários são títulos que se completam no segmento horóscopo. Os anuários são revistas especiais, lançadas nos meses de outubro, novembro, dezembro e até janeiro, trazendo um conteúdo diferenciado, e forte apelo comercial.

* Fonte Marplan, 9 mercados – 2011

3. Concorrentes

a) Principais concorrentes no mercado

Diretamente, as editoras Abril, Globo, On-Line e Escala. De forma indireta, outros meios de comunicação acabam dividindo o bolo publicitário.

Revisão da atividade de MKT

1. Produtos

a) Principais produtos da empresa

- Revista Todateen – publicação do segmento adolescente
- Revista Guia Astral – publicação do segmento de horóscopo
- Revista Malu – publicação do segmento semanal
- Revista SHAPE – publicação do segmento femininas

b) Situação de cada produto e do composto

• □ □ □ □ **Revista Todateen**

- Tiragem: média de 170 mil exemplares por mês
- Circulação: média de 118 mil exemplares por mês
- Periodicidade: mensal
- Distribuição: nacional
- Target: garotas de 12 a 18 anos, classes A, B e C
- Número de leitoras: 1,2 milhão leitoras/mês

• □ □ □ □ **Revista Guia Astral**

- Tiragem: média de 270 mil exemplares por mês
- Circulação: média de 200 mil exemplares por mês
- Periodicidade: mensal
- Distribuição: nacional
- Target: mulheres de 15 a 25 anos, classes B1, C e D
- Número de leitoras: 3,2 milhões leitoras/mês

• □ □ □ □ **Revista Malu**

- Tiragem: média de 235 mil exemplares por semana

- Circulação: média de 142 mil exemplares por semana
- Periodicidade: semanal
- Distribuição: nacional
- Target: mulheres de 20 a 44 anos, classes B2, C e D
- Número de leitoras: 468 mil leitoras/semana

• **Revista SHAPE**

- Tiragem: média de 62 mil exemplares por mês
- Circulação: média de 28 mil exemplares por mês
- Periodicidade: mensal
- Distribuição: nacional
- Target: mulheres de 22 a 34 anos, classes AB

APÊNDICES

APÊNDICE A: Catalogação posts Facebook *Todateen*

01/06/12

Data e hora da publicação: 01 de Junho às 09:35
Chamada no Facebook: Listamos 10 apps para você se divertir muuuito!
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/todatech/10-aplicativos-para-se-divertir/
02 curtiram – 0 compartilhar - 0 comentário (0 positivo – 0 negativo)

Data e hora da publicação: 01 de Junho às 11:50
Chamada no Facebook: Você conhece os mash-ups literários?
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/leretdb/classicos-revistados-mash-ups-literarios/
03 curtiram – 0 compartilhar - 0 comentário (0 positivo – 0 negativo)

Data e hora da publicação: 01 de Junho às 11:50
Chamada no Facebook: Tadinho! ;/
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-desmaia-durante-show-em-paris/
13 curtiram – 0 compartilhar - 8 comentários (5 positivos – 3 negativo)
Comentários: Positivos: Ana Carolina Pereira Santos tadinho!!!! Negativo: Gabii Vieira FROUXOOOO!!!

Data e hora da publicação: 01 de Junho às 15:01 [IGUAL AO PRIMEIRO]
Chamada no Facebook: 10 apps para turbinar seu smartphone e te tirar do tédio!
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/todatech/10-aplicativos-para-se-divertir/
01 curtiu – 0 compartilhar - 0 comentário (0 positivo – 0 negativo)

Data e hora da publicação: 01 de Junho às 15:20
Chamada no Facebook: Também... Com essa beleza toda...
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/ian-somerhalder-para-o-transito-em-sampa/
40 curtiram – 0 compartilhar - 5 comentários (5 positivos – 0 negativo)
Comentários: Maria Eliza Castro Souza Ele é de parar o transito mesmo uii adooooo

Data e hora da publicação: 01 de Junho às 16:51
Chamada no Facebook: A redação da TODATEEN assistiu e amou \o/
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/5-motivos-para-curtir-o-dvd-do-one-direction/
24 curtiram – 0 compartilhar - 4 comentários (3 positivos – 1 negativo)
Comentários: Positivo: Vitoria Helena eu amo eles, eles são d+...

Negativo: Flavia Santos Odei esses otário!

Data e hora da publicação: 01 de Junho às [18:42](#)

Chamada no Facebook: ... E não é? Tem promo nova lá no blog Ler é TDB. Você pode concorrer a exemplares dos best-sellers "Halo" e "Hades", de Alexandra Adornetto, publicados pela Editora Agir. Corre lá!

Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? BLOG

<http://todateen.uol.com.br/leretdb/o-amor-e-capaz-de-tudo/>

4 curtiram – 0 compartilhar - 0 comentário (0 positivo – 0 negativo)

Data e hora da publicação: 01 de Junho às [19:20](#)

Chamada no Facebook: Afinal, ninguém merece ficar com as unhas feias, enquanto as da nossa BFF são lindas!

Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/toda-diva-unhas/dicas-para-parar-de-roer-unhas/>

16 curtiram – 0 compartilhar - 0 comentários (0 positivos – 0 negativo)

Data e hora da publicação: 01 de Junho às 20:25

Chamada no Facebook: As Garotas Todateen falam sobre o assunto!

Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? BLOG

<http://todateen.uol.com.br/garotastt/voce-acha-possivel-gostar-de-dois-meninos-ao-mesmo-tempo/>

14 curtiram – 0 compartilhar - 7 comentários (7 positivos – 0 negativo)

Comentários:

Positivos:

Iza Gracielle E possivel gostarmos de dois ao mesmo tempo, mas temos q investir em qm mostra sentir o msm por nos...

02/06/12

Data e hora da publicação: 02 de Junho às 10:52

Chamada no Facebook: A gente cuida de você, tá, Justin?

Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-posta-video-coisas-estranhas-estao-acontecendo/>

16 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentários (0 positivos – 0 negativo)

Data e hora da publicação: [2 de Junho às 17:10](#)

Chamada no Facebook: Dica Todateen: Vocês sabiam que 30% dos garotos consideram que sinceridade eh o item mais importante na hora da conquista? Nada de mentiras! Quer receber mais dicas como essa direto no seu celular? Envie TEEN para 44144 ! #celular

Tem link? (x) Não () Sim, para onde leva?

12 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (0 positivo – 0 negativo – 1 neutro)

03/06

Data e hora da publicação: 3 de Junho às 20:27

Chamada no Facebook: Menina prendada! xD

Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/prendada-selena-gomez-faz-doce-e-posta-foto-no-twitter/>

167

16 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo)

Data e hora da publicação: 3 de Junho
--

Chamada no Facebook: Girls! Daqui a pouco, começa um dos prêmios mais esperados do ano: o MTV Movie Awards! O fofinho do Boo Boo Stewart foi um dos primeiros a chegar no tapete vermelho. Aprovaram o novo look do garoto? (Photo by Jason Merritt/Getty Images)
--

Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? FACEBOOK
--

http://www.facebook.com/photo.php?fbid=420511844636216&set=a.420511664636234.90615.106629829357754&type=1

24 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo)

Data e hora da publicação: 3 de Junho
--

Chamada no Facebook: Hello, Lucy Hale! Amamos o make! (Foto: GettyImages)
--

Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? FACEBOOK
--

http://www.facebook.com/photo.php?fbid=420536291300438&set=a.420511664636234.90615.106629829357754&type=1&theater

21 curtiram – 1 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo)

Data e hora da publicação: 3 de Junho
--

Chamada no Facebook: Emma Watson in da house! Ela sempre arrasa, né? E esse cabelo, gente? ♥ (foto: Getty Images)
--

Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? FACEBOOK
--

http://www.facebook.com/photo.php?fbid=420541887966545&set=a.420511664636234.90615.106629829357754&type=1

63 curtiram – 12 compartilhar – 16 comentários (15 positivos – 01 negativo)

Data e hora da publicação: 3 de Junho
--

Chamada no Facebook: Leighton Meester chegou de shortinho e batom laranja, duas tendências para o próximo verão! (Photo by Jason Merritt/Getty Images) 2012 Getty Images

Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? FACEBOOK
--

http://www.facebook.com/photo.php?fbid=420540324633368&set=a.420511664636234.90615.106629829357754&type=1&theater

09 curtiram – 1 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo)

Data e hora da publicação: 3 de Junho
--

Chamada no Facebook: Josh, tava todo mundo esperando por você! (Foto: GettyImages)

Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? FACEBOOK
--

http://www.facebook.com/photo.php?fbid=420545821299485&set=a.420511664636234.90615.106629829357754&type=1

85 curtiram – 24 compartilhar – 17 comentários (17 positivos – 0 negativo)
--

Data e hora da publicação: 3 de Junho
--

Chamada no Facebook: Momento Snow White: Charlize Theron chegando. A tã acabou de assistir Branca de Neve e o Caçador e ainda tá com um pouco de medo dela... o.O (Foto: GettyImages)
--

Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? FACEBOOK
--

http://www.facebook.com/photo.php?fbid=420548741299193&set=a.420511664636234.90615.106629829357754&type=1

11 curtiram – 2 compartilhar – 3 comentários (3 positivos – 0 negativo)

Data e hora da publicação: 3 de Junho
Chamada no Facebook: Chris Hemsworth: JÁ PODE MORRER?! ♥ (Foto: GettyImages)
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? FACEBOOK http://www.facebook.com/photo.php?fbid=420546864632714&set=a.420511664636234.90615.106629829357754&type=1
46 curtiram – 13 compartilhar – 10 comentários (10 positivos – 0 negativo)

Data e hora da publicação: 3 de Junho
Chamada no Facebook: Falando em Branca de Neve, olha aí a Kris! Gente, ela não é uma linda? (Foto: GettyImages)
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? FACEBOOK http://www.facebook.com/photo.php?fbid=420550501299017&set=a.420511664636234.90615.106629829357754&type=1
83 curtiram – 12 compartilhar – 32 comentários (30 positivos – 2 negativo)

Data e hora da publicação: 3 de Junho
Chamada no Facebook: Detalhe do make da Kristen... ela sempre sabe valorizar muito bem os belos olhos! (Foto: GettyImages)
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? FACEBOOK http://www.facebook.com/photo.php?fbid=420550991298968&set=a.420511664636234.90615.106629829357754&type=1
46 curtiram – 1 compartilhar – 7 comentários (7 positivos – 0 negativo)

Data e hora da publicação: 3 de Junho
Chamada no Facebook: Pessoal, a transmissão já está rolando ao vivo na MTV! E o Josh acabou de aparecer. Segue mais uma fotinha pra vocês babarem no fofinho... ♥ (Foto: GettyImages)
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? FACEBOOK http://www.facebook.com/photo.php?fbid=420555304631870&set=a.420511664636234.90615.106629829357754&type=1
45 curtiram – 0 compartilhar – 4 comentários (4 positivos – 0 negativo)

Data e hora da publicação: 3 de Junho
Chamada no Facebook: A Emma Stone é super it girl e a redação vive babando nos looks dela. O que vocês acharam? (Foto: GettyImages)
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? FACEBOOK http://www.facebook.com/photo.php?fbid=420555304631870&set=a.420511664636234.90615.106629829357754&type=1
2 curtiram – 1 compartilhar – 6 comentários (6 positivos – 0 negativo)

Data e hora da publicação: 3 de Junho
Chamada no Facebook: Andrew Garfield, namô da Emma Stone e novo homem-aranha. Quem acha ele fofinho compartilha, quem prefere o Tobey Maguire curte! (Foto: GettyImages)
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? FACEBOOK http://www.facebook.com/photo.php?fbid=420555304631870&set=a.420511664636234.90615.106629829357754&type=1
38 curtiram – 2 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo)

Data e hora da publicação: 3 de Junho
Chamada no Facebook: Na apresentação do MTV Movie Awards, Russell Brand, ex-marido de Katy Perry. O que vocês acham do moço? (Foto: GettyImages)
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? FACEBOOK http://www.facebook.com/photo.php?fbid=420555304631870&set=a.420511664636234.90615.106629829357754&type=1
8 curtiram – 0 compartilhar – 4 comentários (4 positivos – 0 negativo)

Data e hora da publicação: 3 de Junho
Chamada no Facebook: Pelo jeito, essa vai ser a noite de Jogos Vorazes! Josh recebeu o prêmio de "Melhor Performance Masculina" das mãos de Emma Watson e Jennifer Lawrence, a de "Melhor Performance Feminina", derrotando a inglesinha. (Foto: Getty Images)
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? FACEBOOK http://www.facebook.com/photo.php?fbid=420555304631870&set=a.420511664636234.90615.106629829357754&type=1
44 curtiram – 2 compartilhar – 9 comentários (9 positivos – 0 negativo)

Data e hora da publicação: 3 de Junho
Chamada no Facebook: Que dó! Kristen Stewart foi sozinha ao palco receber o prêmio de "Melhor Beijo", já que Rob não pôde ir à premiação. A fofa chamou Chris Hemsworth, Charlize Theron e até Taylor Lautner para "celebrar" o prêmio com ela, mas ninguém apareceu... pelo jeito a comemoração vai ter que ficar pra depois, né, Kris? ;) (Foto: Getty Images)
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? FACEBOOK http://www.facebook.com/photo.php?fbid=420555304631870&set=a.420511664636234.90615.106629829357754&type=1
69 curtiram – 17 compartilhar – 14 comentários (13 positivos – 1 negativo)

Data e hora da publicação: 3 de Junho
Chamada no Facebook: Johnny Depp (suspiros) foi o homenageado da noite com o Generation Award e comemorou tocando com o duo Black Keys. Isso porque ele sempre quis ser um rock star... Quem curte? (Foto: GettyImages)
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? FACEBOOK http://www.facebook.com/photo.php?fbid=420555304631870&set=a.420511664636234.90615.106629829357754&type=1
103 curtiram – 35 compartilhar – 15 comentários (15 positivos – 0 negativo)

Data e hora da publicação: 3 de Junho
Chamada no Facebook: Para noooooossa alegria, Harry Potter levou o prêmio de "Melhor Elenco"! Os fãs já estavam ficando decepcionados, já que Jogos Vorazes estava levando todos os prêmios da noite. E eles merecem mesmo, né? Estão juntos desde pequenos! #emoção (Foto: GettyImages)
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? FACEBOOK http://www.facebook.com/photo.php?fbid=420555304631870&set=a.420511664636234.90615.106629829357754&type=1
84 curtiram – 71 compartilhar – 13 comentários (12 positivos – 1 negativo)

04/06/12

Data e hora da publicação: 4 de Junho
--

Chamada no Facebook: Gary Oldman, Christian Bale (♥♥) e Joseph Gordon-Levitt (♥♥) apresentaram cenas inéditas do último filme da trilogia de Batman, "O Cavaleiro das Trevas Ressurge". Christian ficou até emocionado ao rever cenas de Heath Ledger, que interpretou o Coringa em "O cavaleiro das trevas". (Foto: GettyImages)
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? FACEBOOK http://www.facebook.com/photo.php?fbid=420555304631870&set=a.420511664636234.90615.106629829357754&type=1
15 curtiram – 1 compartilhar – 3 comentários (3 positivos – 0 negativo)

Data e hora da publicação: 4 de Junho
Chamada no Facebook: Para encerrar a cobertura do MTV Movie Awards 2012 com chave de ouro, o nosso lindo-mor-forever-and-ever Taylor Lautner no agradecimento do grande prêmio da noite: "Melhor Filme", para "Amanhecer - Parte 1"! Estava o maior suspense, afinal o filme concorria com "Jogos Vorazes", que estava levando vários prêmios na noite. Porém, nas 2 categorias em que concorreu, "Amanhecer - Parte 1" foi o grande vencedor. Quem é #TeamTwilight compartilha! (Foto: GettyImages)
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? FACEBOOK http://www.facebook.com/photo.php?fbid=420555304631870&set=a.420511664636234.90615.106629829357754&type=1
87 curtiram – 32 compartilhar – 13 comentários (13 positivos – 0 negativo)

Data e hora da publicação: 4 de Junho às 11:01
Chamada no Facebook: OMG! *-*
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/ouca-all-around-the-world-mais-uma-musica-nova-de-justin-bieber/
12 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentários (0 positivo – 0 negativo)

Data e hora da publicação: 4 de Junho às 14:01
Chamada no Facebook: Poderosa
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/miley-cyrus-desabafa-sobre-mudancas-de-peso/
8 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentários (0 positivos – 0 negativo – 1 neutro)
Comentários: Máá Carnavale Galera todatten vamos nos adicionar no facebook '

Data e hora da publicação: 4 de Junho às 15:20
Chamada no Facebook: Climão =S
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/robert-pattinson-diz-que-cansou-da-saga-crepusculo/
9curtiram – 0 compartilhar – 0 comentários (0 positivos – 0 negativo)

Data e hora da publicação: 4 de Junho
Chamada no Facebook: Sem chamada (capa da fan Page)
Tem link? (x) Não () Sim, para onde leva?
24 curtiram – 0 compartilhar – 13 comentários (9 positivos – 4 negativo)

Data e hora da publicação: 4 de Junho às 17:01
Chamada no Facebook: Quem era a mais bonita?
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE

http://todateen.uol.com.br/teenweek/os-momentos-marcantes-do-mtv-movie-awards/
9 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentários (1 positivos – 0 negativo)

Data e hora da publicação: 4 de Junho às 16:10
Chamada no Facebook: Eu queroo!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-faz-serenata-para-fas/
6 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentários (0 positivos – 0 negativo – 1 neutro)

Data e hora da publicação: 4 de Junho às 17:10
Chamada no Facebook: Dica Horóscopo Todateen: Quer saber como será seu dia? Como conquistar o fofo ou mesmo qual a melhor roupa pra você arrasar? Envie TTseusigno (ex: TTPEIXES) para 44144 e descubra o que os astros reservam para você! #celular
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
3 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 4 de Junho às 17:19
Chamada no Facebook: A tt fez uma página especial para as comprometidas, as solteiras e as apaixonadas curtirem o dia dos namorados. E mais: tem promoção valendo 1 smartphone por semana (e 2 no último desafio). Corre lá conferir!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/redacao/meu-mundo-s2/
6 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 4 de Junho
Chamada no Facebook: Você vai passar o dia dos Namorados... (enquete)
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
0 curtiu – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 4 de Junho às 19:05
Chamada no Facebook: Porque o dia 12 de junho está chegando...
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/astral/no-maior-astral/o-presente-ideal-de-cada-signo/
5 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 4 de Junho às 20:20
Chamada no Facebook: Para todos os tipos de garotas!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-moda/sugestoes-de-looks-para-usar-no-dia-dos-namorados-2/
2 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentários (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

05/06/2012

Data e hora da publicação: 5 de Junho às 14:15
Chamada no Facebook: Ah va!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/ex-ficante-de-luan-santana-affirma-que-o-cantor-e-macho/

20 curtiram – 0 compartilhar – 5 comentários (5 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: [5 de Junho](#)

Chamada no Facebook: Quer ganhar um celular LG Optimus ME como este? É só mandar uma foto do seu *make perfect* no Desafio s2 dessa semana e votar! Tá fácil, fácil, mas corre que logo logo o prazo termina (vai até 11/06)! Toda semana, um novo desafio ;)

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? FACEBOOK

<http://www.facebook.com/photo.php?fbid=421608701193197&set=a.133359193351484.15426.106629829357754&type=1>

13 curtiram – 0 compartilhar – 7 comentários (6 positivos (1 DA TT) – 0 negativo – 1 neutro)

Comentários:

todateen É geral, Ana Carolina da Silva! Tem para solteiras tb! beijos

Data e hora da publicação: [5 de Junho às 15:31](#)

Chamada no Facebook: Linda, talentosa e com bom gosto!

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/demi-lovato-fala-sobre-o-que-gosta-em-um-homem/>

9 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentários (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: [5 de Junho às 16:58](#)

Chamada no Facebook: Barriga tanquinho, girls! Quem resiste?

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/omg-todasmorre-harry-styles-da-one-direction-fica-sem-camisa-durante-show/>

25 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: [5 de Junho às 17:01](#)

Chamada no Facebook: Embaraçosa?!

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/ator-de-lola-fala-sobre-cenas-de-sexo-com-miley-cyrus/>

4 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentários (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: [5 de Junho às 18:10](#)

Chamada no Facebook: Esse filme vai ser demais, sim ou com certeza? :D

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/com-emma-watson-trailer-oficial-de-as-vantagens-de-ser-invisivel-e-divulgado/>

6 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentários (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: [5 de Junho às 19:10](#)

Chamada no Facebook: Show na faixa?

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/christian-chavez-confirma-presenca-na-parada-gay-de-sao-paulo/>

13 curtiram – 0 compartilhar – 3 comentários (3 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Comentários:

Jessica Santos q pena q ele é gay desperdicio mas fazer o q ne é a opção dele

Data e hora da publicação: 5 de Junho às 19:25
Chamada no Facebook: Aprenda a passar o produto sem errar e veja quais são os traçados mais indicados para cada tipo de olho!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-make/tudo-sobre-delineador/
9 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentários (0 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 5 de Junho às 19:25
Chamada no Facebook: Faça nosso teste e descubra!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/testes/micael-chay-ou-arthur-qual-dos-rebeldes-e-o-seu-namorado-ideal/
7 curtiram – 0 compartilhar – 3 comentários (2 positivos – 1 negativo – 0 neutro)

06/06/12

Data e hora da publicação: 6 de Junho às 08:35
Chamada no Facebook: Bom dia, girls! "Duas sextas-feiras" em uma semana? #Todascurte! Quais os planos para o feriadão? Contem pra gente! :*
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
35 curtiram – 0 compartilhar – 16 comentários (16 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 6 de Junho às 12:01
Chamada no Facebook: Agora é pra valer!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/agora-e-pra-valer-miley-cyrus-e-liam-hemsworth-ficam-noivos/
29 curtiram – 0 compartilhar – 6 comentários (6 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 6 de Junho às 13:31
Chamada no Facebook: Oh, wait!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/comercial-com-restart-nao-pode-circular-na-tv/
9 curtiram – 0 compartilhar – 6 comentários (1 positivos – 5 negativo – 0 neutro)
Comentários: Samara Wermelinger Muniz kkkkkkkkk Bem feito!

Data e hora da publicação: 6 de Junho às 15:01
Chamada no Facebook: WHAT?
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/leighton-meester-esta-feliz-com-o-fim-de-gossip-girl/
3curtiram – 0 compartilhar – 1 comentários (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 6 de Junho às 16:31
Chamada no Facebook: Hahaha muito legal!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/barack-obama-canta-call-me-maybe/
3 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentários (0 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 6 de Junho às 17:11
Chamada no Facebook: Dica Todateen: Na balada, ansiedade atrapalha a paquera! A dica é se sentir confiante, escolhendo look e make q te deixem linda e confortável. Quer receber mais dicas como essa em seu #celular? Envie TEEN para 44144!
Tem link? (x) Não () Sim, para onde leva?
6 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 6 de Junho às 18:0
Chamada no Facebook: TDB! #euquero!
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/rebeldes-levam-fas-para-a-balada-depois-de-show/
7 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 6 de Junho às 19:01
Chamada no Facebook: Porque ela é It! :)
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-it-girl/o-estilo-de-marina-ruy-barbosa/
8 curtiram – 0 compartilhar – 4 comentários (3 positivos – 0 negativo – 1 neutro)

Data e hora da publicação: 6 de Junho às 20:01
Chamada no Facebook: Sorriso? Olhos? Bumbum? Eles respondem!
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/gatos-mundo-dos-meninos/garotos-falam-o-que-mais-chama-a-atencao-no-corpo-das-garotas/
3 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (0 positivo – 0 negativo – 2 neutro)

07/06/12

Data e hora da publicação: 7 de Junho às 14:17
Chamada no Facebook: O que vocês fariam nessa situação?
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/papo-bff/o-que-fazer-quando-os-pais-se-separam-e-comecam-um-novo-relacionamento/
3 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 7 de Junho às 15:20
Chamada no Facebook: A diva vai participar da série de quadrinhos chamada "Fame". Já viram??
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/katy-perry-vira-personagem-de-historias-em-quadrinhos/
10 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentários (0 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 7 de Junho às 17:15
Chamada no Facebook: Que foto mais fofa! Vocês acham que eles combinam?
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/giovanna-lancellotti-curte-festa-junina-com-jonatas-faro/
16 curtiram – 0 compartilhar – 4 comentários (4 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

08/06/2012

Data e hora da publicação: 8 de Junho às 16:10
Chamada no Facebook: Dica Todateen: Um torpedo bem legal para mandar pro seu fofo é inventar frases

com músicas. Aí podem ser tanto músicas que tenham sentido para vocês ou de alguma banda que ele ou você curte. Depois de ficar um dia sem vê-lo: "saiba que um dia sem você é uma eternidade para mim", do NX Zero. Quer mais dicas como essa? Então envie TEEN para 44144!

Tem link? (x) Não () Sim, para onde leva?

12 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (1 positivo – 0 negativo – 1 neutro)

09/06/12

Data e hora da publicação: 9 de Junho às 14:16

Chamada no Facebook: What??

Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/demi-lovato-estrangula-colega-de-trabalho/>

16 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 9 de Junho às 18:31

Chamada no Facebook: História linda! *.*

Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/musicas-de-ajudam-garotinha-doente-a-sobreviver/>

16 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

10/06/12

Data e hora da publicação: 10 de Junho às 15:52

Chamada no Facebook: É hoje! *.*

Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-da-entrevista-exclusiva-ao-fantastico/>

23 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentários (1 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 10 de Junho às 19:10

Chamada no Facebook: Dica Todateen: Meias calças coloridas são TDB, mas como usá-las? Como as meias-calças coloridas já chamam a atenção, neutralize o look usando peças com cores básicas como preto, cinza, verde e azul escuro. Se tiver pernas grossas, prefira meias em tons escuros e se tiver pernas finas, prefira os tons claros. Quer receber mais dicas? Envie TEEN para 44144! #celular

Tem link? (x) Não () Sim, para onde leva?

8 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

11/06/12

Data e hora da publicação: 11 de Junho às 08:35

Chamada no Facebook: Bom dia, girls! Conta pra gente, o que vocês fizeram no feriado?

Tem link? (x) Não () Sim, para onde leva?

24 curtiram – 0 compartilhar – 21 comentários (21 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 11 de Junho às 11:15

Chamada no Facebook: Até que enfim!

Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/katy-perry-finalmente-fala-sobre-o-divorcio/>

3 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 11 de Junho às 12:03

Chamada no Facebook: OMG! #todasmorre

Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/ouca-trecho-de-right-here-musica-inedita-de-justin-bieber/>

4 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 11 de Junho às 14:01
Chamada no Facebook: Fala sério!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/miley-cyrus-desmente-boatos-sobre-gravidez/
5 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentários (0 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 11 de Junho às 15:30
Chamada no Facebook: Tadinha!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/mais-uma-lady-gaga-machuca-a-cabeca-durante-show/
3 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentários (0 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 11 de Junho às 16:16
Chamada no Facebook: Menina-mulher!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/selena-gomez-abre-o-coracao-e-fala-sobre-dificuldades-antes-da-fama/
10 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 11 de Junho às 17:01
Chamada no Facebook: Lá vem ela!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/rihanna-desabafa-no-twitter-eu-nao-estou-doente/
4 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentários (1 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 11 de Junho às 17:30
Chamada no Facebook: É muito sucesso!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/carly-rae-japsen-grava-versao-caseira-de-call-me-maybe/
5 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 11 de Junho às 18:30
Chamada no Facebook: Tche Tche Rere Tche Tche... Gustavo Lima e a BBB! =P
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/gustavo-lima-tira-foto-com-a-ex-bbb-cacau/
6 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 11 de Junho às 19:01
Chamada no Facebook: Ela é It!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-it-girl/lea-michele-veste-emilio-pucci-no-1-lo-chrysalis-butterfly-ball/
8 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 11 de Junho às 20:20
Chamada no Facebook: Fogo, Terra, Água e Ar: você sabe qual desses elementos rege o seu signo?
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/astrol/no-maior-astrol/os-elementos-dos-signos-e-suas-caracteristicas-no-amor/
2 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 11 de Junho às 21:25
Chamada no Facebook: Porque ninguém merece ficar #ForeverAlone amanhã, né?
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/papo-bff/dicas-para-a-garota-solteira-se-divertir-na-semana-do-dia-dos-namorados/
8 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

12/06/12

Data e hora da publicação: 12 de Junho às 09:01
Chamada no Facebook: Bom dia, girls! Feliz Dia dos Namorados para as comprometidas ;) Para as solteiras, hoje é dia de curtir! Qual é a programação de hoje?
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
47 curtiram – 0 compartilhar – 10 comentários (10 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 12 de Junho às 13:30
Chamada no Facebook: Diva como sempre!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/diva-miley-cyrus-exibe-cintura-fininha-em-corselet/
12 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 12 de Junho às 14:10
Chamada no Facebook: Ainda dá tempo: dez dicas de presentes supercriativos para o Dia dos Namorados:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/todatech/10-dicas-de-presentes-criativos-e-geeks-para-o-dia-dos-namorados/
1 curtiu – 0 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 12 de Junho às 15:01
Chamada no Facebook: Será que é verdade? #tenso
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/climao-demi-lovato-e-britney-spears-nao-se-suportam-nos-bastidores-de-the-x-factor/
3 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentários (0 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 12 de Junho às 15:10
Chamada no Facebook: Eles já sofreram bullying! Dá pra acreditar?
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/souassimt/artistas-brasileiros-que-sofreram-bullying-na-adolescencia/
1 curtiu – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 12 de Junho às 16:16
Chamada no Facebook: Confira a indicação da atriz Juliana Xavier! #LerEhTDB
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/leretdb/indicacao-juliana-xavier/
0 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 12 de Junho às 16:17
Chamada no Facebook: O vídeo é tããããooo lindo! *-*
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-se-emociona-e-manda-recado-para-fas/

14 curtiram – 0 compartilhar – 3 comentários (3 positivos – 0 negativo – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 12 de Junho às 16:40
Chamada no Facebook: Danadinho!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-pede-fas-deixem-o-jerry-em-paz/
7 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 12 de Junho às 17:01
Chamada no Facebook: Todas comemora! \o/
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/todas-comemora-one-direction-pode-lancar-novo-album-ate-o-fim-do-ano/
14 curtiram – 0 compartilhar – 3 comentários (3 positivos – 0 negativo – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 12 de Junho às 17:40
Chamada no Facebook: As duas são lindas!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/testes/qual-branca-de-neve-voce-e/
9 curtiram – 0 compartilhar – 4 comentários (4 positivos – 0 negativo – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 12 de Junho às 18:15
Chamada no Facebook: Vazou! xD
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-lanca-mais-uma-musica-as-long-as-you-love-me/
12 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 12 de Junho às 18:40
Chamada no Facebook: As famosas já aderiram!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-beleza/dicas-para-o-corte-medio-ideal/
1 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 12 de Junho às 19:01
Chamada no Facebook: Casal mais fofo, né?
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/com-o-pe-no-altar-miley-cyrus-e-liam-hemsworth-marcam-data-de-casamento/
23 curtiram – 0 compartilhar – 5 comentários (5 positivos – 0 negativo – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 12 de Junho às 20:01
Chamada no Facebook: Own! A gente super torce por eles!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/com-o-pe-no-altar-miley-cyrus-e-liam-hemsworth-marcam-data-de-casamento/
12 curtiram – 0 compartilhar – 5 comentários (5 positivos – 0 negativo – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 12 de Junho às 22:15

Chamada no Facebook: Dica Todateen: P/ hidratar o cabelo seco vc vai precisar de 1/2 abacate picado e 1/4 de xícara (chá) de maionese. Para preparar, misture o abacate com a maionese e passe no cabelo, fazendo movimentos circulares com os dedos. Deixe a mistura agir por 30 minutos e depois lave normalmente com seu xampu e condicionador. Seu cabelo muito mais hidratado! Quer mais dicas? Envie TEEN para 44144! #celular

Tem link? (x) Não () Sim, para onde leva?

17 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 12 de Junho às 22:35

Chamada no Facebook: OMG!! Todas as músicas de "Believe" caíram na rede! Como faz pra respirar?

Tem link? (x) Não () Sim, para onde leva?

21 curtiram – 0 compartilhar – 4 comentários (4 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: [12 de Junho às 22:38](#)

Chamada no Facebook: Girls, fiquem espertas que já, já, nós postamos todas as músicas de #Believe pra vcs!

Tem link? (x) Não () Sim, para onde leva?

7 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: [12 de Junho às 22:48](#)

Chamada no Facebook: A faixa que dá nome ao disco é "Believe", mas essa nós já conhecemos, né girls?

Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? YOUTUBE

<http://www.youtube.com/watch?v=4GuqB1BQVr4&feature=related>

11 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: [12 de Junho às 22:53](#)

Chamada no Facebook: Novidade: "All Around The World" TDB!

Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? YOUTUBE

http://www.youtube.com/watch?v=gwve05SSK_Y

1 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: [12 de Junho às 22:50](#)

Chamada no Facebook: A faixa que dá nome ao disco é "Boyfriend", mas essa nós já conhecemos, né girls?

Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? YOUTUBE

<http://www.youtube.com/watch?v=4GuqB1BQVr4&feature=related>

7 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: [12 de Junho às 23:10](#)

Chamada no Facebook: Será que ele fez "As Long As You Love Me" pra Sel? ;)

Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? YOUTUBE

<http://www.youtube.com/watch?v=yTetjY7L4tg>

3 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: [12 de Junho às 23:07](#)

Chamada no Facebook: Em "Fall", a gente vê como a voz do Justin mudou, mas continua linda!

Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? YOUTUBE

<http://www.youtube.com/watch?v=35xuM-Gh60o>

2 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 12 de Junho às 23:15
Chamada no Facebook: Super romântica, perfeita para o Dia dos Namorados! *-*
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? YOUTUBE http://www.youtube.com/watch?v=kGtA6HfiMXU
7 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 12 de Junho às 23:20
Chamada no Facebook: Mais uma linda! *-*
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? YOUTUBE http://www.youtube.com/watch?v=V6Uk9-neZfY&feature=relmfu
3 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 12 de Junho às 23:25
Chamada no Facebook: Quem aí curte Nicki Minaj?
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? YOUTUBE http://www.youtube.com/watch?v=A8pDA8HJ9qQ&feature=relmfu
6 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 12 de Junho às 23:30
Chamada no Facebook: "Right Here" traz uma parceria com Drake, que já fez músicas com Rihanna. Linda!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? YOUTUBE http://www.youtube.com/watch?v=PUoPlgk269M
2 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 12 de Junho às 23:35
Chamada no Facebook: O que vcs acharam de "Catching Feelings"?
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? YOUTUBE http://www.youtube.com/watch?v=ap3uneUKcVk
3 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 12 de Junho às 23:40
Chamada no Facebook: Também já é nossa conhecida!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? YOUTUBE http://www.youtube.com/watch?v=WaDsHyCwUnM&feature=related
5 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 12 de Junho às 23:45
Chamada no Facebook: "Take You" dá vontade de dançar, né? ;)
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? YOUTUBE http://www.youtube.com/watch?v=nva-w6gOuVQ
8 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 12 de Junho às 23:50
Chamada no Facebook: Linda demais essa versão acústica de "Be Alright" *-*
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? YOUTUBE http://www.youtube.com/watch?v=IqoTIfasMrY

3 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: [12 de Junho às 23:55](#)

Chamada no Facebook: "Maria" foi feita pra Mariah Yater, que acusou Justin de ser pai de seu filho. E a música é demais!

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? YOUTUBE

<http://www.youtube.com/watch?v=LKXKnLgWe-Q>

5 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

13/06

Data e hora da publicação: [13 de Junho às 12:23](#)

Chamada no Facebook: Saiba tudo que rolou nos primeiros dias de desfile e as tendências para o verão 2013!

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/toda-diva-moda/as-novidades-do-spfw/>

10 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 13 de Junho às 14:31

Chamada no Facebook: Pai coruja! *-*

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/neymar-comemora-o-dia-dos-namorados-com-o-filho/>

8 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: [13 de Junho às 15:45](#)

Chamada no Facebook: Que feio, Zac!

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/zac-efron-leva-multa-por-estacionar-em-lugar-proibido/>

7 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: [13 de Junho às 16:47](#)

Chamada no Facebook: Linda!

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/primeiras-imagens-da-filha-de-bella-e-edward-sao-divulgada/>

28 curtiram – 0 compartilhar – 3 comentários (3 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: [13 de Junho às 17:01](#)

Chamada no Facebook: Já pode copiar?

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/queremos-ja-o-look-de-katy-perry-como-melindrosa/>

2 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (0 positivo – 0 negativo – 1 neutro)

Data e hora da publicação: [13 de Junho às 18:01](#)

Chamada no Facebook: Own!!! *-*

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/fofos-justin-bieber-canta-ao-lado-da-irmazinha/>

15 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: [13 de Junho às 19:01](#)

Chamada no Facebook: Muita coisa...

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/gatos-mundo-dos-meninos/o-que-se-pode-aprender-com-as-amizades-entre-os-meninos/
9 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentários (0 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

14/06

Data e hora da publicação: 14 de Junho às 09:05
Chamada no Facebook: Bom dia girls! Por aqui ta bem friozinho, e aí? #vontadedeficarnacama!
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
39 curtiram – 0 compartilhar – 15 comentários (14 positivos – 0 negativo – 1 neutro)
Comentários: (NEUTRO) Vitoria Cardoso Ei eu assinei minha revista da todateen a um mes e uma semana e nao chegou ainda.

Data e hora da publicação: 14 de Junho às 12:38
Chamada no Facebook: É tendência para o verão 2013!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-make/passa-a-passo-da-maquagem-da-forum-no-spfw/
2 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 14 de Junho às 14:01
Chamada no Facebook: Queremos já!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/harry-potter-vai-ganhar-livro-interativo-para-videogame/
4 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 14 de Junho às 15:01
Chamada no Facebook: Eles merecem! *-*
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/rebeldes-ganham-discos-de-ouro-e-platina/
3 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 14 de Junho às 16:01
Chamada no Facebook: Tenso!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/chris-brown-briga-com-ex-affair-de-rihanna/
1 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 14 de Junho às 16:51
Chamada no Facebook: O vídeo é cheio de suspense!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/katy-perry-lanca-teaser-do-clipe-de-wide-awake/
1 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 14 de Junho às 17:01
Chamada no Facebook: Ele merece uma homenagem, né? Quem acha o Johnny lindo??? S2
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/fun-fotos/os-personagens-que-marcaram-a-carreira-de-johnny-depp/
Quantos “curtir”, quantos “compartilhar”, quantos comentários 10 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 14 de Junho às 17:30
Chamada no Facebook: Quer ganhar um vídeo exclusivo do Justin?
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-lanca-aplicativo-de-seu-novo-album-para-o-facebook/
6 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 14 de Junho às 18:05
Chamada no Facebook: Bapho! :O
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/omg-robert-pattinson-e-adele-discutem-durante-festa/
7 curtiram – 0 compartilhar – 6 comentários (6 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 14 de Junho às 19:01
Chamada no Facebook: =O
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/papo-bff/o-que-fazer-quando-a-melhor-amiga-comeca-a-namorar/
2 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 14 de Junho às 20:15
Chamada no Facebook: Dica Horóscopo Todateen: Saiba o que o universo diz sobre seu signo, se o lance com o fofo tem futuro ou não! Envie Ttseusigno para 44144 e fique por dentro! #celular
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
1 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

15/06/2012

Data e hora da publicação: 15 de Junho às 13:16
Chamada no Facebook: =O Em quem vocês acreditam? Chris Brown ou Drake?
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/advogado-diz-que-chris-brown-e-inocente-em-caso-de-agressao-com-drake/
5 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)
Comentários: Bianca Ribeiro chris brown ne obvio. esse merda de drake desconhecido ai q ta querendo arruma encrenca

Data e hora da publicação: 15 de Junho às 13:25
Chamada no Facebook: Para quem está enjoada de passar sempre as mesmas cores, é uma ótima alternativa
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-unhas/mistura-de-esmaltes-nacionais-da-tom-de-esmaltes-importados/
4 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 15 de Junho às 15:35
Chamada no Facebook: Que tudo!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/katy-perry-aparece-de-surpresa-em-sessao-de-part-of-me/
4 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentários (0 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 15 de Junho às 15:37
--

Chamada no Facebook: OMG! A estréia do clipe será hoje! ♥
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/videoclipe-de-depois-da-chuva-sera-lancado-hoje/
28 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 15 de Junho às 17:35
Chamada no Facebook: O gato falou sobre assério no SPFW!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/bruno-gissoni-revela-que-as-periguetes-nao-o-atraem/
4 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (0 positivo – 0 negativo – 1 neutro)

Data e hora da publicação: 15 de Junho às 19:35
Chamada no Facebook: Para quem está enjoada de passar sempre as mesmas cores, é uma ótima alternativa!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-unhas/mistura-de-esmaltes-nacionais-da-tom-de-esmaltes-importados/
10 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (0 positivo – 1 negativo – 0 neutro)
Comentários: Grazy Lima: gostaria de saber o que houve com a minha revista deste mes sou assinante e ate hj ela ainda nao chego poxa se sou assinante é pq quero ela logo nao no final do mes e ainda essa que vinha com o guia de arruma namorado vcs vao estravia? to necessitada dela

16/06/2012

Data e hora da publicação: 16 de Junho às 18:15
Chamada no Facebook: Dica Todateen: P/ deixar as unhas mais fortes, anote a receitinha! Vc vai precisar de 1 colher (chá) de abacate, 1 colher (chá) de mel e 1 gema de ovo. Comece amassando o abacate com o mel e a gema de ovo. Esfregue nas unhas e cutículas e deixe agir por 20 minutos. Depois é só lavar as mãos. Suas unhas vão crescer mais fortes e saudáveis! Mais dicas? Envie TEEN para 44144! #celular
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
12 curtiram – 0 compartilhar – 4 comentários (2 positivos – 0 negativo – 2 neutros)

17/06/2012

Data e hora da publicação: 17 de Junho às 11:44
Chamada no Facebook: Tadinho
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/omg-pe-lanza-passa-mal-e-vai-parar-no-hospital-o/
11 curtiram – 0 compartilhar – 4 comentários (4 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 17 de Junho às 13:01
Chamada no Facebook: Apaixonada
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/thais-fersoza-se-declara-para-michel-telo/
12 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

18/06/12

Data e hora da publicação: 18 de Junho às 15:40
Chamada no Facebook: Ela amam e nós também!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-it-girl/famosas-que-usam-roupa-xadrez/
8 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 18 de Junho às 18:55
Chamada no Facebook: Katy Perry + conto de fadas + príncipe encantado = clipe lindo!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/uhul-vaza-clipe-de-wide-awake-nova-musica-de-katy-perry/
22 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 18 de Junho às 19:15
Chamada no Facebook: Clube Todateen: Para deixar a pele macia mesmo nos dias mais frios: misture em 1 recipiente 1 colher (café) de azeite e outra de açúcar. Massageie os cotovelos, pés e mãos e depois enxágue com água morna. Vc pode finalizar passando um hidratante depois. Essa receita vai esfoliar e hidratar e deixar sua pele! Envie TEEN para 49592 e baixe conteúdos exclusivos da Todateen! #celular
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
4 curtiram – 2 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 18 de Junho às 19:30
Chamada no Facebook: Ela não ficou superlinda?
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/demi-lovato-pinta-o-cabelo-de-rosa/
30 curtiram – 0 compartilhar – 5 comentários (5 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 18 de Junho às 20:30
Chamada no Facebook: Owennn... fofinhas, né?!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/coracao-sorriu-e-chorou-diz-rihanna-ao-reencontrar-avo/
6 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

19/06

Data e hora da publicação: 19 de Junho às 10:02
Chamada no Facebook: #Morremos! A produção de Crepúsculo acaba de divulgar um teaser com 13 segundos de "Amanhecer - parte 2"! Quem amou (todo mundo), dá um curtir!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? FACEBOOK http://www.facebook.com/photo.php?v=10150915657460674
134 curtiram – 0 compartilhar – 8 comentários (8 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 19 de Junho às 11:01
Chamada no Facebook: Pelo visto, a beleza é de família, né? *-*
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-leva-irmao-mais-novo-para-premiacao/
17 curtiram – 0 compartilhar – 3 comentários (3 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 19 de Junho às 13:30
Chamada no Facebook: As mina pira!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/gusttavo-lima-sensualiza-em-foto-sem-camisa/
10 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 19 de Junho às 14:50
Chamada no Facebook: Também quero! Lindas, fofas e criativas ;)
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/fofas-criancas-se-vestem-de-katy-perry-durante-premiacao/

12 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 19 de Junho às 16:01
Chamada no Facebook: Lindo, tesão, bonito e gostoso!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/luan-santana-mostra-corpo-sarado-em-foto-sem-camisa-ooo/
18 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 19 de Junho às 16:28
Chamada no Facebook: #AsMinaPira!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/bff-justin-bieber-fala-sobre-amizade-com-one-direction/
20 curtiram – 0 compartilhar – 6 comentários (6 positivos – 0 negativo – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 19 de Junho às 16:55
Chamada no Facebook: Rico e romântico!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-aluga-helicoptero-para-passear-com-selena/
20 curtiram – 0 compartilhar – 8 comentários (5 positivos – 3 negativos – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 19 de Junho às 17:40
Chamada no Facebook: Ser ou não ser? Eis a questão!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/bapho-marina-ruy-barbosa-recebe-proposta-de-r-1-milhao-para-tingir-os-cabelos/
5 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 19 de Junho às 18:35
Chamada no Facebook: O vermelho acobreado está com tudo!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-beleza/as-tendencias-de-cor-para-cabelo-no-inverno/
Quanto “curtir”, quanto “compartilhar”, quanto comentários 8 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 19 de Junho às 18:40
Chamada no Facebook: Momento de tensão! :/
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/restart-assume-estacao-teen-e-e-proibida-de-se-apresentar-na-rede-globo/
9 curtiram – 0 compartilhar – 5 comentários (5 positivos – 0 negativo – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 19 de Junho
Chamada no Facebook: Qual é o mais gato? Quem prefere o Gustavo curte, quem prefere o Luan compartilha!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? FACEBOOK http://www.facebook.com/photo.php?fbid=428974940456573&set=a.289060187781383.67898.106629829357754&type=1
467 curtiram – 648 compartilhar – 192 comentários (192 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 19 de Junho às 20:35
Chamada no Facebook: Faça o teste e descubra! :)
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/testes/que-tendencia-das-semanas-de-moda-e-a-sua-cara/
2 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

20/06

Data e hora da publicação: 20 de Junho às 16:20
Chamada no Facebook: Freak! Que bizarro!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/fa-tem-15-tatuagens-em-homenagem-a-miley-cyrus/
Quanto “curtir”, quanto “compartilhar”, quanto comentários 11 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 20 de Junho às 09:15
Chamada no Facebook: SAIU!!!!!! O trailer de Amanhecer - parte 2!!! Aiiiii, que Tudo, girls! Quem não vê a hora de assistir? #TODOMUNDO!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE YAHOO http://movies.yahoo.com/movie/the-twilight-saga-breaking-dawn-part-2/trailers/the-twilight-saga-breaking-dawn-part-2-theatrical-trailer-29717410.html
Quanto “curtir”, quanto “compartilhar”, quanto comentários 60 curtiram – 0 compartilhar – 12 comentários (11 positivos – 1 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 20 de Junho às 11:46
Chamada no Facebook: Bom dia, girls! O inverno já começou em clima de frio e chuva no estado de São Paulo. Como está a cidade de vocês?
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
Quanto “curtir”, quanto “compartilhar”, quanto comentários 14 curtiram – 0 compartilhar – 37 comentários (37 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 20 de Junho às 15:10
Chamada no Facebook: Poderosa!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/kristen-stewart-e-a-atriz-mais-bem-paga-de-hollywood-o/
16 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 20 de Junho às 14:01
Chamada no Facebook: Ele merece! *.*
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/believe-chega-ao-topo-em-26-paises/
Quanto “curtir”, quanto “compartilhar”, quanto comentários 12 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 20 de Junho às 16:20
Chamada no Facebook: Freak! Que bizarro!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/fa-tem-15-tatuagens-em-homenagem-a-miley-cyrus/
11 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 20 de Junho às 17:04
--

Chamada no Facebook: OMG! *_*
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/ja-pode-morrer-lady-gaga-confirma-show-no-brasil/
12 curtiram – 0 compartilhar – 6 comentários (2 positivos – 4 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 20 de Junho às 18:01
Chamada no Facebook: Muitas fotos? Correntes? Descubra! Vocês concordam com eles?
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/gatos-mundo-dos-meninos/garotos-dizem-o-que-mais-irrita-no-facebook-das-meninas/
2 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 20 de Junho às 18:15
Chamada no Facebook: Abrindo o jogo!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-assume-que-gravou-maria-para-suposta-mae-de-seu-filho/
6 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 20 de Junho às 19:15
Chamada no Facebook: “O Cavaleiro das Trevas Ressurge” \o/
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/trailer-do-novo-filme-do-batman-e-lancado/
5 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 20 de Junho às 20:01
Chamada no Facebook: As famosas amam!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-moda/aprenda-a-usar-pecas-mullets/
1 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 20 de Junho às 20:15
Chamada no Facebook: Dica Todateen: Vários pontos que os meninos valorizam, como charme e personalidade, dependem de você se aceitar e se achar bonita! Quer receber mais dicas como essa? Envie TEEN para 44144! #celular
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
4 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 20 de Junho às 20:20
Chamada no Facebook: BAPHO! :O
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/luca-blanco-defende-nova-namorada-de-arthur-aguiar/
5 curtiram – 0 compartilhar – 5 comentários (4 positivos – 1 negativo – 0 neutro)
Comentários: Negativo: Mikaella Faustina e eu com isso? Positivo: Jessica Santos já sabia disso rarara

21/06

Data e hora da publicação: 21 de Junho às 09:30
Chamada no Facebook: Bom dia, meninas! Quem aí gostou do resultado do jogo do Corinthians?

Tem link? (x) Não () Sim, para onde leva?
Quantos “curtir”, quantos “compartilhar”, quantos comentários 39 curtiram – 0 compartilhar – 18 comentários (18 positivos – 0 negativo – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 21 de Junho
Chamada no Facebook: O Instagram virou óculos! Quem curtiu a novidade? Mais em: http://ow.ly/bJzsV Foto: Markus Gerke
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? BLOG (mas era como foto de álbum do Facebook) http://todateen.uol.com.br/todatech/instaglasses-o-oculos-instagram/
83 curtiram – 35 compartilhar – 11 comentários (9 positivos – 1 negativo – 1 neutro)
Data e hora da publicação: 21 de Junho
Chamada no Facebook: Sou Assim: 10 blogs de moda Plus Size incríveis! ♥ Confira em: http://ow.ly/bJDzY
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? BLOG (mas era como foto de álbum do Facebook) http://todateen.uol.com.br/souassimtt/10-blogs-moda-plus-size-para-inspirar/
Quantos “curtir”, quantos “compartilhar”, quantos comentários 36 curtiram – 20 compartilhar – 7 comentários (7 positivos – 0 negativo – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 21 de Junho às 13:31
Chamada no Facebook: Mas hein?
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/rihanna-era-nerd-e-gostava-de-procurar-ovnis/
3 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 21 de Junho às 14:50
Chamada no Facebook: Oun! Lindos demais ;D
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-se-declara-a-selena-foi-o-melhor-beijo-da-minha-vida/
7 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 21 de Junho às 15:02
Chamada no Facebook: #Todatech: O Instagram virou óculos! Conheça o Instaglass: http://ow.ly/bJzsV ;) Quem curtiu?
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/todatech/instaglasses-o-oculos-instagram/
1 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 21 de Junho às 15:50
Chamada no Facebook: #SouAssim Dez blogs de moda Plus Size incríveis!
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/souassimtt/10-blogs-moda-plus-size-para-inspirar/
0 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 21 de Junho às 16:04
Chamada no Facebook: a FILA ANDA!
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/eu-ainda-acredito-no-amor-diz-katy-perry-em-entrevista/

3 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: [21 de Junho às 17:01](#)

Chamada no Facebook: Tadinho!

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/robert-pattinson-ficou-envergonhado-durante-cenas-de-sexo/>

12 curtiram – 0 compartilhar – 4 comentários (4 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: [21 de Junho às 17:15](#)

Chamada no Facebook: Já escutaram?

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/ouca-o-novo-hit-de-carly-rae-jepsen-good-time/>

9 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 21 de Junho às 18:00

Chamada no Facebook: Hello boys!

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/livre-leve-e-solto-no-brasil-christian-chavez-nao-dispensa-encontrar-um-novo-amor/>

2 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: [21 de Junho às 18:35](#)

Chamada no Facebook: As celebs amam a cor!

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/toda-diva-make/como-usar-batom-vermelho-2/>

6 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 21 de Junho às 19:35

Chamada no Facebook: Tiramos as dúvidas mais frequentes com o ginecologista Dr. José Bento! Não deixem de conferir!

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/papo-bff/como-fazer-a-higiene-intima-correta/>

Quanto “curtir”, quanto “compartilhar”, quanto comentários

2 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: [21 de Junho às 20:35](#)

Chamada no Facebook: Vale a pena conferir! :)

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/fun-cinema-e-tv/os-melhores-e-os-piores-finais-de-seriados/>

6 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

22/06

Data e hora da publicação: [22 de Junho](#)

Chamada no Facebook: #LerEhTDB Batemos um papo com a Babi Dewet, autora de Sábado à Noite! Confira

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? BLOG (mas a foto está em “fotos do mural”)

<http://todateen.uol.com.br/leretdb/entrevista-com-babi-dewet-autora-de-sabado-a-noite/>

9 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 22 de Junho às 13:30
Chamada no Facebook: Pra que fazer isso com a gente, Justin?
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE
25 curtiram – 0 compartilhar – 8 comentários (4 positivos – 4 negativo – 0 neutro)
Comentários: Negativo: Paloma Espindula músculos? FAIL

Data e hora da publicação: 22 de Junho
Chamada no Facebook: OMG! PARA TU-DO! Vocês já conferiram a nova coleção da Vou de Marisa? Barbie! Veja outros produtos:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE (mas a foto está em “fotos do mural”) http://todateen.uol.com.br/toda-diva-moda/marisa-lanca-linha-adulta-barbie/
39 curtiram – 3 compartilhar – 5 comentários (5 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 22 de Junho às 15:01
Chamada no Facebook: Presentão!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/katy-perry-da-guitarra-de-presente-para-novo-namorado/
19 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 22 de Junho às 16:41
Chamada no Facebook: Hoje a redação está em ritmo de festa! Afinal, é sexta-feira! E vamos compartilhar com vocês uma banda que estamos viciadas: Midnight Red ! A batida da música "Hell Yeah" é totalmente balada! Ouça e conte pra gente o que achou! :)
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? YOUTUBE http://www.youtube.com/watch?v=WmbC6qagLKY
4 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 22 de Junho às 17:00
Chamada no Facebook: Que flagra!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/miley-cyrus-deixa-bumbum-a-mostra-em-los-angeles/
5 curtiram – 0 compartilhar – 5 comentários (5 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 22 de Junho às 19:00
Chamada no Facebook: Saiba o que aconteceu!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/banda-one-direction-e-barrada-em-cassino-de-las-vegas/
Quanto “curtir”, quanto “compartilhar”, quanto comentários 15 curtiram – 1 compartilhar – 5 comentários (4 positivos – 1 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 22 de Junho às 19:05
Chamada no Facebook: Simpático, engraçado e atencioso: #AsMinaPira!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/entrevista-com-cobra-starship-conversamos-com-o-vocalista-gabe-sobre-os-shows-do-pop-music-festival/
6 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 22 de Junho às 20:15
Chamada no Facebook: Dica Todateen: Você chegou no gato e não rolou nd? Bola pra frente! Tem vezes em que o cara não está a fim mesmo...mas o mundo é cheio de garotos! Receba dicas todos os dias em seu celular! Envie TEEN para 44144! #celular
Tem link? (x) Não () Sim, para onde leva?
3 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

23/06 = NADA

24/06

Data e hora da publicação: 24 de Junho às 20:15
Chamada no Facebook: Clube Todateen: Se a sua BFF te traiu e foi atrás do garoto que vc curtia, deixe essa amizade de lado. Pense bem: vale a pena investir numa amiga dessas? Se ela fez isso com vc, eh porque estava sendo egoista e ignorando seus sentimentos. Quer ter dicas como essa no seu celular? Envie TEEN para 49592 e tenha conteúdos exclusivos da Todateen no seu #celular!
Tem link? (x) Não () Sim, para onde leva?
14 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

25/06

Data e hora da publicação: 25 de Junho às 09:29
Chamada no Facebook: Bom dia, girls! Recuperadas do final de semana? Boa segunda-feira pra todas nós! ;)
Tem link? (x) Não () Sim, para onde leva?
33 curtiram – 0 compartilhar – 4 comentários (4 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 25 de Junho às 13:31
Chamada no Facebook: Adivinha o que é! Nós adoramos ;)
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-faz-nova-tatuagem/
9 curtiram – 1 compartilhar – 3 comentários (2 positivos – 0 negativo – 1 neutro)

Data e hora da publicação: 25 de Junho às 14:30
Chamada no Facebook: Vish! Polemizando como sempre
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/miley-cyrus-para-o-carro-em-loja-de-maconha/
3 curtiram – 0 compartilhar – 7 comentários (7 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 25 de Junho às 15:30
Chamada no Facebook: Diva como sempre
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/kristen-stewart-explica-porque-troca-os-saltos-por-tenis/
15 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 25 de Junho às 16:30
Chamada no Facebook: Tadinha! =/
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/katy-perry-desabafa-a-dor-que-eu-senti-foi-devastadora/
4 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 25 de Junho às 16:38
Chamada no Facebook: Girls, vamos conversar um pouquinho? A redação da tt quer saber: você já ficou (ou namorou) um menino mais novo?
Tem link? (x) Não () Sim, para onde leva?
27 curtiram – 0 compartilhar – 48 comentários (48 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 25 de Junho às 16:56
Chamada no Facebook: Essa é pra quem já ficou (ou namorou) um menino mais novo: qual o lado bom de um lance desse tipo?
Tem link? (x) Não () Sim, para onde leva?
9 curtiram – 1 compartilhar – 9 comentários (8 positivos (todateen comentou também) – 0 negativo – 1 neutro)

Data e hora da publicação: 25 de Junho às 17:30
Chamada no Facebook: Achamos desnecessário, e vocês?
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/emma-watson-pinta-a-cachorra-de-rosa/
10 curtiram – 0 compartilhar – 6 comentários (6 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 25 de Junho às 18:33
Chamada no Facebook: The Wanted lança clipe especial de “Chasing The Sun” com os personagens de “A Era do Gelo 4”. Confira:
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/the-wanted-lanca-novo-clipe-de-chasing-the-sun/
6 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentários (0 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 25 de Junho às 18:40
Chamada no Facebook: The Wanted lança clipe especial de “Chasing The Sun” com os personagens de “A Era do Gelo 4”. Confira:
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/papo-bff/como-manter-um-relacionamento-a-distancia/
5 curtiram – 0 compartilhar – 3 comentários (3 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 25 de Junho às 19:30
Chamada no Facebook: Ficou superlegal, né girls?
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/demi-lovato-faz-cover-de-chris-brown/
24 curtiram – 3 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 25 de Junho às 19:40
Chamada no Facebook: Quem pensa que elas aparecem só no verão está enganada! Saiba tudo sobre o assunto!
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-unhas/como-tratar-das-micoses/
0 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 25 de Junho às 20:45
Chamada no Facebook: Saber as características do signo pode ajudar na hora da paquera! ;)

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/astrol/no-maior-astral/como-conquistar-cada-signo/
3 curtiram – 1 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 25 de Junho às 22:43
Chamada no Facebook: Hannah Montana na tevê agora! #TodasCurtem!
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
62 curtiram – 0 compartilhar – 5 comentários (5 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

26/06

Data e hora da publicação: 26 de Junho às 14:00
Chamada no Facebook: Para a nossa alegria!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/simple-plan-vem-ao-brasil/
28 curtiram – 3 compartilhar – 6 comentários (5 positivos – 1 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 26 de Junho às 15:15
Chamada no Facebook: Dica Horóscopo Todateen: Quer saber como será seu dia? Como conquistar o fofo ou mesmo qual a melhor roupa pra você arrasar? Envie TTseusigno (ex: TTAQUARIO) para 44144 e descubra o que os astros reservam para você! #celular
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
4 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 26 de Junho às 15:45
Chamada no Facebook: Muito lindos *-* Estamos curiosas para o próximo álbum!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/nx-zero-divulga-video-dos-bastidores-do-novo-album/
12 curtiram – 1 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 26 de Junho às 16:15
Chamada no Facebook: Vem aí: Heartbreaker!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/one-direction-anuncia-novo-single/
37 curtiram – 2 compartilhar – 5 comentários (4 positivos – 0 negativo – 1 neutro)

Data e hora da publicação: 26 de Junho às 17:30
Chamada no Facebook: Adolescente rebelde com a voz de Selena Gomez! *-* #TDB
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/assista-ao-trailer-de-hotel-transylvania-dublado-por-selena-gomez/
8 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 26 de Junho às 18:35
Chamada no Facebook: Dá preguiça, mas no final o resultado compensa as horas de esforço e suor!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-beleza/exercicios-fisicos-para-fazer-em-casa-e-na-academia-no-inverno/
4 curtiram – 1 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

27/06

Data e hora da publicação: 27 de Junho às 12:20
Chamada no Facebook: Katy e Selena arrasaram!

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/celebs-marcam-presenca-na-estreia-do-filme-de-katy-perry/
10 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 27 de Junho às 14:00
Chamada no Facebook: :O
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/bapho-liam-payne-e-zayn-malik-se-beijam-em-video-de-one-thing/
7 curtiram – 0 compartilhar – 3 comentários (3 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 27 de Junho às 16:01
Chamada no Facebook: Essa música vai bombar super, não acham?
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/confira-o-lyric-video-de-good-time-novo-hit-de-carly-rae-jepsen/
5 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 27 de Junho
Chamada no Facebook: Olha aí um clique dos bastidores da nossa capa de julho. Consegue adivinhar quem é o gato?
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva? ALBUM FACEBOOK
60 curtiram – 2 compartilhar – 150 comentários (150 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 27 de Junho às 18:00
Chamada no Facebook: Mommy Monster está de volta! \o/
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/versao-de-estudio-da-nova-musica-de-lady-gaga-cai-na-rede/
1 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 27 de Junho às 19:00
Chamada no Facebook: Nós perguntamos e eles responderam! Vale a pena conferir!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/gatos-mundo-dos-meninos/garotos-falam-sobre-a-necessidade-de-ficar-com-mais-de-uma-ao-mesmo-tempo/
1 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 27 de Junho às 20:00
Chamada no Facebook: Aprenda a usar essa moda que é tendência do verão 2013!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-moda/como-usar-transparencia/
4 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

28/06

Data e hora da publicação: 28 de Junho às 11:29
Chamada no Facebook: PO-DE-RO-SA!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/ao-lado-de-liam-hemsworth-miley-cyrus-exibe-corpao/
20 curtiram – 0 compartilhar – 4 comentários (4 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 28 de Junho às 13:30
--

Chamada no Facebook: LINDOS! *_*
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/assista-ao-clipe-de-both-of-us-de-taylor-swift-e-b-o-b/
3 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 28 de Junho às 15:00
Chamada no Facebook: Que dó! =/
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/robert-pattinson-da-de-cara-com-a-porta-do-onibus-de-justin-bieber/
20 curtiram – 0 compartilhar – 6 comentários (6 positivos – 0 negativo – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 28 de Junho às 15:15
Chamada no Facebook: Dica Todateen: Conquiste o lindo pela originalidade! O garoto irá te desejar por ser singular. Porque verá em vc o que não vê em outras. Quer mais dicas? Envie TEEN para 44144 e receba em seu #celular!
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
4 curtiram – 0 compartilhar – 1 comentário (1 positivo – 0 negativo – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 28 de Junho às 15:15
Chamada no Facebook: Você lembra como elas eram no início de suas carreiras? Veja uma galeria com artistas que mudaram ao longo dos anos!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/fun-musica/antes-e-depois-de-cantoras-famosas/
51 curtiram – 30 compartilhar – 10 comentários (10 positivos – 0 negativo – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 28 de Junho às 17:20
Chamada no Facebook: Quem curtiu?
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-it-girl/miley-cyrus-usa-vestido-cropped-em-jantar-beneficente/
8 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 28 de Junho às 18:00
Chamada no Facebook: Última semana de votação! A vencedora vai levar dois smartphones para casa! Vote:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? HOTSITE http://todateen.uol.com.br/meumundos2/promocao-encerrada/
1 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)
Data e hora da publicação: 28 de Junho
Chamada no Facebook: Morremos!!! A 1D fez uma participação especial no seriado iCarly. O episódio vai ser exibido em julho, em uma maratona de férias da Nickelodeon. Confere lá no site as datas e programe-se!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/fun-cinema-e-tv/nickelodeon-prepara-programacao-especial-para-o-mes-das-ferias/
227 curtiram – 150 compartilhar – 46 comentários (46 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 29 de Junho
Chamada no Facebook: Justin Bieber estampa capa da revista Forbes: http://ow.ly/bUUW4 Poderoso!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-estampa-capa-da-revista-forbes/
72 curtiram – 22 compartilhar – 8 comentários (8 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 29 de Junho
Chamada no Facebook: Babado: Adele acaba de anunciar em seu blog que está grávida do primeiro filho! "Eu e Simon estamos felizes em anunciar que esperamos nosso primeiro filho juntos. Queria que vocês soubessem por mim"! Own! Desejamos felicidades ao casal! Foto: Gareth Cattermole/Getty Images
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
200 curtiram – 75 compartilhar – 29 comentários (29 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 29 de Junho às 15:20
Chamada no Facebook: Descubra: seu nível de stalker, quem você é em Pretty Little Liars e muuuuuuito mais! Tudo no nosso aplicativo de testes! Se joga! ;)
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? FACEBOOK APP https://www.facebook.com/dialog/oauth?client_id=272330832796688&redirect_uri=http%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Ftodateen%3Fsk%3Dapp_272330832796688&state=60cbe27a7c3bfb4f02da85757db1e00&scope=publish_stream%2Cemail
5 curtiram – 0 compartilhar – 0 comentário (0 positivo – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 29 de Junho
Chamada no Facebook: Restart tem clipe novo: "Minha Estrela" é muito fofo:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/restart-lanca-clipe-minha-estrela/
46 curtiram – 20 compartilhar – 12 comentários (10 positivos – 2 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 29 de Junho
Chamada no Facebook: O liliindo do Bruno Gissoni e os fofofofos do One Direction estão nas nossas capas de julho! Quem prefere a do Bruno CURTE, quem prefere a do One Direction COMPARTILHA e quem quer as duas... deixa um comentário! ;)
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
636 curtiram – 342 compartilhar – 253 comentários (247 positivos – 4 negativo – 2 neutro)

Data e hora da publicação: 29 de Junho
Chamada no Facebook: Rodrigo Faro grava participação especial em "Rebelde": http://ow.ly/bUVIG Vai ser TDB!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/rodrigo-faro-faz-participacao-especial-em-rebelde/
92 curtiram – 28 compartilhar – 13 comentários (11 positivos – 2 negativo – 0 neutro)

30/06

Data e hora da publicação: 30 de Junho às 14:15
Chamada no Facebook: Dica Todateen: Vocês sabiam que 30% dos garotos consideram que sinceridade eh o item mais importante na hora da conquista? Nada de mentiras! Quer receber mais dicas como essa direto no seu celular? Envie TEEN para 44144 ! #celular
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
12 curtiram – 0 compartilhar – 2 comentários (2 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 30 de Junho
Chamada no Facebook: O fofu do Justin revelou que é um romântico à moda antiga e se inspira em filmes como "Um Amor Para Recordar" para agradar a namorada. Lindo, né? Veja mais declarações do gato
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? Site http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-diz-que-adora-meninas-de-shorts-curtos/
108 curtiram – 34 compartilhar – 30 comentários (26 positivos – 4 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 30 de Junho
Chamada no Facebook: Hoje é aniversário do fofu Chay Suede. O gato completa 20 anos de vida! Parabéns!!
Tem link? (x) Não () Sim, para onde leva?
385 curtiram – 119 compartilhar – 84 comentários (84 positivos – 0 negativo – 0 neutro)

Data e hora da publicação: 30 de Junho
Chamada no Facebook: -
Tem link? (x) Não () Sim, para onde leva? VAI PRO ALBUM DO FACE
5 curtiram – 2 compartilhar – 7 comentários (5 positivos – 0 negativo – 2 neutro)

APÊNDICE II:

Catologação posts do Twitter da *Todateen*

01/06/12

Data e hora da postagem: 9:35 AM - 1 Jun 12
Chamada no Twitter: Listamos 10 apps para você se divertir muuuito!
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/todatech/10-aplicativos-para-se-divertir/
0 retweet – 3 favoritos

Data e hora da postagem: 11:50 AM - 1 Jun 12
Chamada no Twitter: Você conhece os mash-ups literários?
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/leretdb/classicos-revistados-mash-ups-literarios/
1 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 1:02 PM - 1 Jun 12
Chamada no Twitter: O couro continua em alta nesta estação: calças, saias, jaquetas... Envie DICAMODA para 50007 e receba dicas tds os dias no celular#celular
Tem link? (x) Não () Sim, para onde leva?
1 retweet – 1 favorito

Data e hora da postagem: 1:03 PM - 1 Jun 12
Chamada no Twitter: Justin Bieber desmaia durante show em Paris
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-desmaia-durante-show-em-paris/
23 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 2:15 PM - 1 Jun 12
Chamada no Twitter: Gente como a gente: Selena Gomez abastece carro sozinha nos States
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/selena-gomez-abastece-carro-sozinha/
6 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 3:01 PM - 1 Jun 12
Chamada no Twitter: 10 apps para turbinar seu smartphone e te tirar do tédio!
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/todatech/10-aplicativos-para-se-divertir/
5 retweets – 3 favoritos
Data e hora da postagem: 3:15 PM - 1 Jun 12
Chamada no Twitter: Chord Overstreet e Emma Roberts terminam namoro
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/chord-overstreet-e-emma-roberts-terminam-namoro/
2 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 3:37 PM - 1 Jun 12
Chamada no Twitter: Quem não vai perder edição de junho da todateen dá um RT! Ela tá recheada de coisas que a gente gosta, dá um look
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/redacao/todateen-de-junho-o/
17 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 4:15 PM - 1 Jun 12
Chamada no Twitter: Ian Somerhalder para o trânsito em São Paulo: Gatooooo!
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/ian-somerhalder-para-o-transito-em-sampa/
9 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 4:39 PM - 1 Jun 12
Chamada no Twitter: Photo
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? TUMBLR http://todateenomg.tumblr.com/post/24209070686/tudo-o-que-voce-sempre-quis-era-alguem-que
1 retweet – 0 favorito
Data e hora da postagem: 4:50 PM - 1 Jun 12
Chamada no Twitter: 5 motivos para curtir o DVD do One Direction! A redação da @todateen assistiu e amou \o/
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/5-motivos-para-curtir-o-dvd-do-one-direction/
17 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 5:15 PM - 1 Jun 12
Chamada no Twitter: Após confusão com fotógrafo, Justin Bieber esconde o rosto dos paparazzi
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/apos-confusao-com-fotografo-justin-bieber-esconde-o-rostos/
4 retweets – 1 favorito
Data e hora da postagem: 6:15 PM - 1 Jun 12
Chamada no Twitter: Roer unhas nunca mais: veja dicas para parar de roer as suas unhas e deixá-las lindas como nunca:
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-unhas/dicas-para-parar-de-roer-unhas/
11 retweets – 2 favoritos
Data e hora da postagem: 6:30 PM - 1 Jun 12
Chamada no Twitter: Oba!! Junho começou com promo nova no #LerEhTDB, em parceria com a @agireditora. Concorra aos livros "Halo" e "Hades"
Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/leretdb/o-amor-e-capaz-de-tudo/

0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 7:20 PM - 1 Jun 12

Chamada no Twitter: Você acha possível gosta de dois garotos ao mesmo tempo??? As Garotas Todateen opinam sobre o assunto

Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? BLOG

<http://todateen.uol.com.br/garotast/voce-acha-possivel-gostar-de-dois-meninos-ao-mesmo-tempo/>

3 retweets – 0 favorito

02/06/12

Data e hora da postagem: 10:01 AM - 2 Jun 12

Chamada no Twitter: PHOTO

Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? TUMBLR

<http://todateenomg.tumblr.com/post/24257639868/tem-horas-que-nao-da-pra-esconder-no-olhar-como>

1 retweet – 2 favoritos

Data e hora da postagem: 10:52 AM - 2 Jun 12

Chamada no Twitter: A gente cuida de você, tá, Justin? =)

Tem link? () Não (x) Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-posta-video-coisas-estranhas-estao-acontecendo/>

16 retweets – 2 favoritos

Data e hora da postagem: 2:05 PM - 2 Jun 12

Chamada no Twitter: Quer receber dicas de moda, maquiagem, looks e ficar por dentro de tudo? Envie TEEN para 44144 e receba direto no seu celular! [#celular](#)

Tem link? (X) Não () Sim, para onde leva?

1 retweet – 1 favorito

Data e hora da postagem: 9:05 PM - 2 Jun 12

Chamada no Twitter: Tem promo nova lá no blog Ler é TDB. Concorra a exemplares dos best-sellers "Halo" e "Hades" da [@editoraagir](#). Corre lá!

Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? BLOG

<http://todateen.uol.com.br/leretdb/>

0 retweet – 0 favorito

03/06/12

Data e hora da postagem: 3:01 PM - 3 Jun 12

Chamada no Twitter: Não me peça para te esquecer, eu já decorei a melhor forma de te amar. Quer frases como essa no seu celular? Envie FRASES p/ 50007 [#celular](#)

Tem link? (X) Não () Sim, para onde leva?

1 retweet – 1 favorito

Data e hora da postagem: 8:24 PM - 3 Jun 12

Chamada no Twitter: #Prendada! Selena Gomez faz doce e posta foto no Twitter. Veja que linda

Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/prendada-selena-gomez-faz-doce-e-posta-foto-no-twitter/>

3 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 9:51 PM - 3 Jun 12

Chamada no Twitter: Daqui a pouco começa o MTV Movie Awards, mas você já pode conferir os looks do red carpet no Face da tt!

Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? FACEBOOK

<http://www.facebook.com/todateen>

4 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 11:01 PM - 3 Jun 12

Chamada no Twitter: Confira fotos ao vivo da premiação [#MTVMovieAwards](#) no Facebook da tt!

Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? FACEBOOK

http://www.facebook.com/todateen
2 retweets – 0 favorito

04/06/12

Data e hora da postagem: 4:00 AM - 4 Jun 12
Chamada no Twitter: Quer saber se o lance com o fofa tem futuro? Ou como será seu dia? Envie TTseusigno p/ 44144 e receba a previsao td dia no seu celular...
Tem link? (X) Não () Sim, para onde leva?
0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 11:01 AM - 4 Jun 12
Chamada no Twitter: OMG tem música nova do Justin Bieber na área! Ouça "All Around The World"! *_*
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/ouca-all-around-the-world-mais-uma-musica-nova-de-justin-bieber/
6 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 2:01 PM - 4 Jun 12
Chamada no Twitter: Miley Cyrus desabafa sobre mudanças de peso!
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/miley-cyrus-desabafa-sobre-mudancas-de-peso/
9 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 3:20 PM - 4 Jun 12
Chamada no Twitter: Climão: Robert Pattinson diz que cansou da saga "Crepúsculo" =O
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/robert-pattinson-diz-que-cansou-da-saga-crepusculo/
4 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 4:10 PM - 4 Jun 12
Chamada no Twitter: Fofa demais: Justin Bieber faz homenagem para fãs!
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-faz-serenata-para-fas/
8 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 4:19 PM - 4 Jun 12
Chamada no Twitter: Quem quer uma beijoca do Ian, aí? Corre no blog da tt pra gente ficar com invejinha juntas ;)
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/redacao/ian-seu-beijoqueiro/
1 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 5:01 PM - 4 Jun 12
Chamada no Twitter: MTV Movie Awards: Os campeões, os flagras e os momentos marcantes! ;)
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/os-momentos-marcantes-do-mtv-movie-awards/
3 retweets – 2 favoritos

Data e hora da postagem: 6:01 PM - 4 Jun 12
Chamada no Twitter: Já sabe que presente vai dar para o namô no dia 12? O zodíaco pode te ajudar:
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/astral/no-maior-astral/o-presente-ideal-de-cada-signo/
1 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 7:05 PM - 4 Jun 12
Chamada no Twitter: Já sabe o que vai usar no dia dos namorados? Solteira ou namorando, nós damos as

dicas
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-moda/sugestoes-de-looks-para-usar-no-dia-dos-namorados-2/
0 retweet – 0 favorito

05/06/12

Data e hora da postagem: 5:01 AM - 5 Jun 12
Chamada no Twitter: Adora a todateen? Quer ter conteudos exclusivos em seu celular? Envie TEEN para 49592 e deixe seu celular com a cara da todateen! #celular
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 2:15 PM - 5 Jun 12
Chamada no Twitter: Ah va! Ex-ficante de Luan Santana afirma que o cantor é macho e tem pegada!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/ex-ficante-de-luan-santana-afirma-que-o-cantor-e-macho/
18 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 3:31 PM - 5 Jun 12
Chamada no Twitter: Poderosa: Demi Lovato fala sobre o que procura em um homem!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/demi-lovato-fala-sobre-o-que-gosta-em-um-homem/
9 retweets – 2 favoritos

Data e hora da postagem: 4:58 PM - 5 Jun 12
Chamada no Twitter: OMG, #TodasMorre ! Harry Styles, da One Direction, fica sem camisa durante show!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/omg-todasmorre-harry-styles-da-one-direction-fica-sem-camisa-durante-show/
11 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 5:01 PM - 5 Jun 12
Chamada no Twitter: Cena de sexo com Miley Cyrus foi "embaraçosa", revela ator Douglas Booth
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/ator-de-lola-fala-sobre-cenas-de-sexo-com-miley-cyrus/
0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 6:00 PM - 5 Jun 12
Chamada no Twitter: Guia do delineador: aprenda a passar o produto sem medo de errar e os traços mais legais
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-make/tudo-sobre-delineador/
1 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 6:10 PM - 5 Jun 12
Chamada no Twitter: Com Emma Watson: trailer oficial de “As Vantagens de ser Invisível” é divulgado! Assista
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/com-emma-watson-trailer-oficial-de-as-vantagens-de-ser-invisivel-e-divulgado/
6 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 7:10 PM - 5 Jun 12
Chamada no Twitter: Christian Chávez confirma presença na Parada Gay de São Paulo!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/christian-chavez-confirma-presenca-na-parada-gay-de-sao-paulo/

34 retweets – 2 favoritos

Data e hora da postagem: 7:20 PM - 5 Jun 12

Chamada no Twitter: Faltando apenas uma semana para o dia dos namorados: Micael, Arthur ou Chay: qual deles é o seu namô ideal?

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/testes/micael-chay-ou-arthur-qual-dos-rebeldes-e-o-seu-namorado-ideal/>

3 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 8:20 PM - 5 Jun 12

Chamada no Twitter: Duelo de Chris hoje no Duelo de Gatos: Evans ou Hemsworth? Qual deles leva a melhor? Difícil...

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/gatos/>

0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 8:30 PM - 5 Jun 12

Chamada no Twitter: Ajude a todateen a escolher o novo poster!

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/vote-no-gato/>

6 retweets – 1 favorito

06/06/12

Data e hora da postagem: 12:00 PM - 6 Jun 12

Chamada no Twitter: Agora é pra valer! Miley Cyrus e Liam Hemsworth ficam noivos!

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/agora-e-pra-valer-miley-cyrus-e-liam-hemsworth-ficam-noivos/>

60 retweets – 5 favoritos

Data e hora da postagem: 1:31 PM - 6 Jun 12

Chamada no Twitter: Oh, wait: Comercial com Restart é proibido de circular na TV!

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/comercial-com-restart-nao-pode-circular-na-tv/>

4 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 1:50 PM - 6 Jun 12

Chamada no Twitter: Clássicos da nossa literatura em formato HQ. Vocês curtem?

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? BLOG

<http://todateen.uol.com.br/leretdb/dom-casmurro-virou-hq/>

0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 3:01 PM - 6 Jun 12

Chamada no Twitter: WHAT? Leighton Meester está feliz com o fim de Gossip Girl!

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/leighton-meester-esta-feliz-com-o-fim-de-gossip-girl/>

5 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 4:30 PM - 6 Jun 12

Chamada no Twitter: Barack Obama canta "Call Me Maybe" [#sucesso](#)

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/barack-obama-canta-call-me-maybe/>

11 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 5:01 PM - 6 Jun 12

Chamada no Twitter: Além de atuar superbem, [@mariruybarbosa](#) tem um estilo único! Fashionista assumida, ela segue e dita tendências: <http://ow.ly/boZXx#tGirl>

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

http://todateen.uol.com.br/toda-diva-it-girl/o-estilo-de-marina-ruy-barbosa/
1 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 6:01 PM - 6 Jun 12
Chamada no Twitter: TDB! Rebeldes levam fãs para uma balada depois de show!#euquero
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/rebeldes-levam-fas-para-a-balada-depois-de-show/
6 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 6:02 PM - 6 Jun 12
Chamada no Twitter: Quer saber se o q está rolando entre vcs vai dar em namoro?Envie Ttseusigno para 44144 e saiba,pelo celular,se essa amizade vai ficar séria!
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
0 retweet – 1 favorito

Data e hora da postagem: 6:12 PM - 6 Jun 12
Chamada no Twitter: Coldplay + Rihanna = clipe sensacional! Corre no blog da tt pra ver:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/redacao/
12 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 7:01 PM - 6 Jun 12
Chamada no Twitter: Afinal, o que os garotos olham no corpo das garotas? Os gatos vencedores do Gatos do meu Perfil respondem
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/gatos-mundo-dos-meninos/garotos-falam-o-que-mais-chama-a-atencao-no-corpo-das-garotas/
1 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 8:30 PM - 6 Jun 12
Chamada no Twitter: Quer escolher o gato que vai estampar o poster da todateen? Vote aqui
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/vote-no-gato/
5 retweets – 1 favorito

07/06/2012

Data e hora da postagem: 2:17 PM - 7 Jun 12
Chamada no Twitter: O que fazer quando os pais se separam e começam um novo relacionamento?
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/papo-bff/o-que-fazer-quando-os-pais-se-separam-e-comecam-um-novo-relacionamento/
2 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 3:30 PM - 7 Jun 12
Chamada no Twitter: Katy Perry vira personagem de histórias em quadrinhos! OMG!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/katy-perry-vira-personagem-de-historias-em-quadrinhos/
6 retweets – 3 favoritos

Data e hora da postagem: 5:01 PM - 7 Jun 12
Chamada no Twitter: Gi Lancellotti e Jonatas Faro são muito fofos! Confira a foto dos dois juntos em uma festa junina:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/giovanna-lancellotti-curte-festa-junina-com-jonatas-faro/
4 retweets – 2 favoritos

Data e hora da postagem: 7:02 PM - 7 Jun 12
--

Chamada no Twitter: O blazer de veludo é a sensação da estação! Use durante o dia e noite. Mais dicas? Envie DICAMODA para 50007 e receba no celular #celular
Tem link? (X) Não () Sim, para onde leva?
0 retweet – 1 favorito

Data e hora da postagem: 8:30 PM - 7 Jun 12
Chamada no Twitter: Escolha o poster da todateen!
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/vote-no-gato/
5 retweets – 0 favorito

08/06/2012

Data e hora da postagem: 8:01 AM - 8 Jun 12
Chamada no Twitter: Quer saber tudo o que o universo fala sobre vc e seu signo? Envie DICAsesigno (ex:DICACAPRICORNIO) para 50007 e receba no celular! #celular
Tem link? (X) Não () Sim, para onde leva?
0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 8:30 PM - 8 Jun 12
Chamada no Twitter: Vote no seu gato preferido, ele pode ser o poster da todateen!
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? http://todateen.uol.com.br/vote-no-gato/
7 retweets – 0 favorito

09/06/12

Data e hora da postagem: 2:15 PM - 9 Jun 12
Chamada no Twitter: WHAT? Demi Lovato estrangula colega de trabalho!
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? http://todateen.uol.com.br/teenweek/demi-lovato-estrangula-colega-de-trabalho/
31 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 6:30 PM - 9 Jun 12
Chamada no Twitter: Vote no gato que você quer ver no poster da todateen!
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? http://todateen.uol.com.br/vote-no-gato/
6 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 6:30 PM - 9 Jun 12
Chamada no Twitter: História linda: músicas de Justin Bieber ajudam doente!
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? http://todateen.uol.com.br/teenweek/musicas-de-ajudam-garotinha-doente-a-sobreviver/
8 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 9:05 PM - 9 Jun 12
Chamada no Twitter: Os garotos são complicados. É difícil saber o q passa na cabeça deles. Quer receber dicas? Envie TEEN para 44144 e tenha no seu #celular !
Tem link? (X) Não () Sim, para onde leva?
8 retweets – 0 favorito

10/06/12

Data e hora da postagem: 10:50 AM - 10 Jun 12
Chamada no Twitter: Estou procurando meu sorriso...será que esta ai com você? Quer receber frases como essa no seu celular? Envie FRASES para 50007 #celular
Tem link? (X) Não () Sim, para onde leva?
0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 2:56 PM - 10 Jun 12
Chamada no Twitter: Quer saber quais são os Tops penteados das celebs? Então, corre no blog da tt:

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/redacao/
1 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 3:52 PM - 10 Jun 12
Chamada no Twitter: É hoje! Justin Bieber dá entrevista exclusiva ao Fantástico! *-*
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-da-entrevista-exclusiva-ao-fantastico/
19 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 5:31 PM - 10 Jun 12
Chamada no Twitter: Ajude a todateen a escolher o novo poster!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/vote-no-gato/
7 retweets – 0 favorito

11/06/2012

Data e hora da postagem: 8:35 AM - 11 Jun 12
Chamada no Twitter: Bom dia, girls! Conta pra gente, o que vocês fizeram no feriado?
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 11:02 AM - 11 Jun 12
Chamada no Twitter: Quer saber qual a cor do mês para seu signo e nao errar na hora de escolher o look? Envie DICaseusigno para 50007 e receba no seu celular!
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 11:15 AM - 11 Jun 12
Chamada no Twitter: Até que enfim: Katy Perry finalmente fala sobre divórcio!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/katy-perry-finalmente-fala-sobre-o-divorcio/
3 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 12:02 PM - 11 Jun 12
Chamada no Twitter: OMG! Trecho de "Right Here", música inédita de Justin Bieber, cai na rede! Escute já
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/ouca-trecho-de-right-here-musica-inedita-de-justin-bieber/
4 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 2:01 PM - 11 Jun 12
Chamada no Twitter: Miley Cyrus desmente boatos sobre gravidez
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/miley-cyrus-desmente-boatos-sobre-gravidez/
7 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 3:31 PM - 11 Jun 12
Chamada no Twitter: Tadinhaa: Lady Gaga leva pancada na cabeça durante show!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/mais-uma-lady-gaga-machuca-a-cabeca-durante-show/
8 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 4:16 PM - 11 Jun 12
Chamada no Twitter: Selena Gomez abre o coração e fala sobre dificuldades antes da fama!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/selena-gomez-abre-o-coracao-e-fala-sobre-dificuldades-antes-da-

fama/
5 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 4:30 PM - 11 Jun 12
Chamada no Twitter: Lea Michele vai toda estilosa a evento de caridade! Ela usou um vestido com um megadecote e seguiu tendência: #ItGirl
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-it-girl/lea-michele-veste-emilio-pucci-no-1-lo-chrysalis-butterfly-ball/
1 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 5:02 PM - 11 Jun 12
Chamada no Twitter: Rihanna desabafa no twitter: "eu não estou doente"
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/rihanna-desabafa-no-twitter-eu-nao-estou-doente/
2 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 5:30 PM - 11 Jun 12
Chamada no Twitter: #Sucesso! Carly Rae Jepsen grava versão caseira de “Call Me Maybe”. Confira:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/carly-rae-jepsen-grava-versao-caseira-de-call-me-maybe/
4 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 5:31 PM - 11 Jun 12
Chamada no Twitter: Quer escolher o gato que vai estampar o poster da todateen? Vote aqui:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/vote-no-gato/
0 retweet – 1 favorito

Data e hora da postagem: 6:01 PM - 11 Jun 12
Chamada no Twitter: Os signos são regidos por diferentes elementos. Conheça as características amorosas de Terra, Fogo, Água e Ar:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/astral/no-maior-astral/os-elementos-dos-signos-e-suas-caracteristicas-no-amor/
0 retweet – 1 favorito

Data e hora da postagem: 6:31 PM - 11 Jun 12
Chamada no Twitter: Gustavo Lima tira foto com a ex-BBB Cacau! Confira:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/gusttavo-lima-tira-foto-com-a-ex-bbb-cacau/
3 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 7:25 PM - 11 Jun 12
Chamada no Twitter: Solteira no dia dos namorados? A tt dá dez dicas incríveis para aproveitar muito ao lado das BFFs
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/papo-bff/dicas-para-a-garota-solteira-se-divertir-na-semana-do-dia-dos-namorados/
0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 9:04 PM - 11 Jun 12
Chamada no Twitter: Meninaaaaaas! Estamos na #spfw conferindo as tendências da moda verão 2013! Fiquem ligadas no site que amanhã tem cobertura dos desfiles!! :)
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
0 retweet – 0 favorito

12/06/12

Data e hora da postagem: 9:01 AM - 12 Jun 12

Chamada no Twitter: Bom dia, girls! Feliz Dia dos Namorados para as comprometidas ;) Para as solteiras, hoje é dia de curtir! Qual é a programação de hoje?
Tem link? (X) Não () Sim, para onde leva?
3 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 12:02 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: Cuide d seu cabelo, com hidratações, leave-in, pouca chapinha... Mais dicas? Envie TEEN para 44144 e receba em seu celular! #celular
Tem link? (X) Não () Sim, para onde leva?
0 retweet – 0 favorito
Data e hora da postagem: 1:24 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: Mais um duelo de gatos começou! Dessa vez a "briga" é de dois gatos da novela "Avenida Brasil". Vote já:
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/gatos/
0 retweet – 0 favorito
Data e hora da postagem: 1:31 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: Diva como sempre, Miley Cyrus exhibe cintura fininha em corselet!
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/diva-miley-cyrus-exibe-cintura-fininha-em-corselet/
0 retweet – 0 favorito
Data e hora da postagem: 2:10 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: Ainda dá tempo: dez dicas de presentes supercriativos para o Dia dos Namorados
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/todatech/10-dicas-de-presentes-criativos-e-geeks-para-o-dia-dos-namorados/
0 retweet – 0 favorito
Data e hora da postagem: 3:01 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: Climão: Demi Lovato e Britney Spears não se suportam!
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/climao-demi-lovato-e-britney-spears-nao-se-suportam-nos-bastidores-de-the-x-factor/
25 retweets – 1 favorito
Data e hora da postagem: 3:10 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: Eles já sofreram bullying! Dá pra acreditar?
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/souassimtt/artistas-brasileiros-que-sofreram-bullying-na-adolescencia/
4 retweets – 2 favoritos
Data e hora da postagem: 4:07 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: Os famosos se declararam nas redes sociais e a gente (é lógico) achou muuuito fofo S2! #DiadosNamorados
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/redacao/dia-dos-namorados-feelings/
2 retweets – 1 favorito
Data e hora da postagem: 4:15 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: Confira a indicação da atriz Juliana Xavier! #LerEhTDB
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/leretdb/indicacao-juliana-xavier/
1 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 4:16 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: #Lindo *-* Justin Bieber se emociona e manda recado para fãs! Assista ao vídeo
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-se-emociona-e-manda-recado-para-fas/
12 retweets – 2 favoritos
Data e hora da postagem: 4:40 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: Justin Bieber faz pedido a fãs: "Deixem o Jerry em paz"!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-pede-fas-deixem-o-jerry-em-paz/
34 retweets – 1 favorito
Data e hora da postagem: 5:01 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: #TodasComemora \o/ One Direction pode lançar novo álbum até o fim do ano!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/todas-comemora-one-direction-pode-lancar-novo-album-ate-o-fim-do-ano/
9 retweets – 2 favoritos
Data e hora da postagem: 5:35 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: Especial dia dos namorados: os casais que começaram a namorar depois de formarem par na ficção http://ow.ly/bwS9x Own! #Fofos!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/fun-cinema-e-tv/casais-que-comecaram-a-namorar-depois-de-formarem-par-na-ficcao/
3 retweets – 1 favorito
Data e hora da postagem: 6:15 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: Justin Bieber lança mais uma música: "As Long As You Love Me"! Ouça:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-lanca-mais-uma-musica-as-long-as-you-love-me/
9 retweets – 2 favoritos
Data e hora da postagem: 6:40 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: Quer renovar o visu sem fazer uma mudança radical? Aposte no corte médio
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-beleza/dicas-para-o-corte-medio-ideal/
0 retweet – 0 favorito
Data e hora da postagem: 7:01 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: Com o pé no altar! Miley Cyrus e Liam Hemsworth marcam data de casamento
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/com-o-pe-no-altar-miley-cyrus-e-liam-hemsworth-marcam-data-de-casamento/
44 retweets – 2 favoritos
Data e hora da postagem: 7:31 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: Escolha o poster da todateen!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/vote-no-gato/
0 retweet – 0 favorito
Data e hora da postagem: 8:30 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: "Espelho, Espelho Meu" ou "Branca de Neve e o Caçador"? Qual das Brancas de Neve faz mais o seu estilo?

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/testes/qual-branca-de-neve-voce-e/
0 retweet – 1 favorito
Data e hora da postagem: 10:35 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: OMG!! Todas as músicas de "Believe" caíram na rede! Como faz pra respirar?
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
10 retweets – 2 favoritos
Data e hora da postagem: 10:38 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: Girls, fiquem espertas que já, já, nós postamos todas as músicas de #Believe pra vcs!
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
4 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 10:48 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: A faixa que dá nome ao disco é "Believe", mas essa nós já conhecemos, né girls?
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? YOUTUBE http://www.youtube.com/watch?v=4GuqB1BQVr4&feature=related
4 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 10:52 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: Mais uma: "All Around The World" #Believe
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? YOUTUBE http://www.youtube.com/watch?v=gwve05SSK_Y
5 retweets – 2 favoritos
Data e hora da postagem: 11:06 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: "Fall" é linda demais! Escute: http://ow.ly/bxA18 #Believe
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? YOUTUBE http://www.youtube.com/watch?v=35xuM-Gh60o
5 retweets – 3 favoritos
Data e hora da postagem: 11:10 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: "As Long As You Love Me" também é novidade, e conta com a parceria de Big Sean. Será que ele fez pra Sel?
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? YOUTUBE http://www.youtube.com/watch?v=yTetjY7L4tg
4 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 11:15 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: "Thought Of You" é super romântica, perfeita para o Dia dos Namorados! ;) #Believe
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? YOUTUBE http://www.youtube.com/watch?v=kGtA6HfiMXU
3 retweets – 2 favorito
Data e hora da postagem: 11:20 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: Ouça: "One Love" *-* #Believe
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? YOUTUBE http://www.youtube.com/watch?v=V6Uk9-neZfY&feature=relmfu
4 retweets – 1 favorito
Data e hora da postagem: 11:25 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: Tem até Nicki Minaj no novo álbum! Ouça "Beauty And A Beat" #Believe

Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? YOUTUBE http://www.youtube.com/watch?v=A8pDA8HJ9qQ&feature=relmfu
6 retweets – 2 favoritos

Data e hora da postagem: 11:30 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: "Right Here" conta com a parceria de Drake, que já fez músicas com a Rihanna. Linda! #Believe
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? YOUTUBE http://www.youtube.com/watch?v=PUoPlgk269M
5 retweets – 2 favoritos

Data e hora da postagem: 11:35 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: O que vcs acham de "Catching Feelings"? ;) #Believe
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? YOUTUBE http://www.youtube.com/watch?v=ap3uneUKcVk
3 retweets – 2 favoritos

Data e hora da postagem: 11:40 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: "Die In Your Arms" também já é nossa conhecida!
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? YOUTUBE http://www.youtube.com/watch?v=WaDsHyCwUnM&feature=related
3 retweets – 2 favoritos

Data e hora da postagem: 11:45 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: Só de ouvir "Take You" já dá vontade de dançar! #Believe
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? YOUTUBE http://www.youtube.com/watch?v=nva-w6gOuVQ
2 retweets – 2 favoritos

Data e hora da postagem: 11:50 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: Linda demais essa versão acústica de "Be Alright" *- http://ow.ly/bxATp #Believe
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? YOUTUBE http://www.youtube.com/watch?v=1qoTIfasMrY
4 retweets – 2 favoritos

Data e hora da postagem: 11:55 PM - 12 Jun 12
Chamada no Twitter: "Maria" foi feita pra Mariah Yater, que acusou Justin de ser pai de seu filho. Imperdível, né?
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? YOUTUBE http://www.youtube.com/watch?v=LKXKnLgWe-Q
7 retweets – 1 favorito

13/06/12

Data e hora da postagem: 1:00 AM - 13 Jun 12
Chamada no Twitter: "Maria" foi feita pra Mariah Yater, que acusou Justin de ser pai de seu filho. Imperdível, né?
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? YOUTUBE http://www.youtube.com/watch?v=ljQfeCcl6uw
4 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 1:05 AM - 13 Jun 12
Chamada no Twitter: Mais uma pra dançar: "Out Of Town Girl"! #Believe
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? YOUTUBE http://www.youtube.com/watch?v=F_izV7rRi_Q
4 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 12:22 PM - 13 Jun 12
--

Chamada no Twitter: O SPFW já começou e a todатеen mostra o resumo com as tendências apresentadas nos primeiros dias do evento
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-moda/as-novidades-do-spfw/
3 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 1:03 PM - 13 Jun 12
Chamada no Twitter: Adora a todатеen? Quer ter conteudos exclusivos em seu celular? Envie TEEN para 49592 e deixe seu celular com a cara da todатеen! #celular
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
0 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 2:31 PM - 13 Jun 12
Chamada no Twitter: Pai coruja: Neymar comemora o Dia dos Namorados com o filho! *-*
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/neymar-comemora-o-dia-dos-namorados-com-o-filho/
9 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 3:45 PM - 13 Jun 12
Chamada no Twitter: Tsc, tsc: Zac Efron leva multa de trânsito!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/zac-efron-leva-multa-por-estacionar-em-lugar-proibido/
0 retweet – 1 favorito
Data e hora da postagem: 5:01 PM - 13 Jun 12
Chamada no Twitter: Queremos já: O look de Katy Perry vestida de melindrosa! *-*
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/queremos-ja-o-look-de-katy-perry-como-melindrosa/
2 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 6:01 PM - 13 Jun 12
Chamada no Twitter: Fofos! Justin Bieber canta ao lado da irmãzinha ^^
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/fofos-justin-bieber-canta-ao-lado-da-irmazinha/
8 retweets – 1 favorito
Data e hora da postagem: 6:35 PM - 13 Jun 12
Chamada no Twitter: O SPFW já começou e a todатеen mostra o resumo com as tendências apresentadas nos primeiros dias do evento
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-moda/as-novidades-do-spfw/
2 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 7:35 PM - 13 Jun 12
Chamada no Twitter: Os meninos têm muito a nos ensinar sobre amizade
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/gatos-mundo-dos-meninos/o-que-se-pode-aprender-com-as-amizades-entre-os-meninos/
0 retweet – 1 favorito
Data e hora da postagem: 8:30 PM - 13 Jun 12
Chamada no Twitter: Vote no seu gato preferido, ele pode ser o poster da todатеen!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/vote-no-gato/
6 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 2:55 AM - 14 Jun 12
Chamada no Twitter: A vida fica muito+ florida qdo temos alguém especial ao nosso lado! Quer receber frases no seu celular Envie FRASES para 50007 !#celular
Tem link? (X) Não () Sim, para onde leva?
0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 9:05 AM - 14 Jun 12
Chamada no Twitter: Bom dia giirls! Por aqui ta bem friozinho, e aí? #vontadedeficarnacama!
Tem link? (X) Não () Sim, para onde leva?
2 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 11:12 AM - 14 Jun 12
Chamada no Twitter: Photo:
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? TUMBLR http://todateenomg.tumblr.com/post/25090469755/ver-teu-sorriso-tambem-me-faz-sorrir-saber-voar
0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 12:33 PM - 14 Jun 12
Chamada no Twitter: Mais novidades direto do SPFW! Confira o passo a passo da maquiagem da Forum: http://ow.ly/bA2Y4 Boca laranja é tendência!
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-make/passo-a-passo-da-maquiagem-da-forum-no-spfw/
0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 2:01 PM - 14 Jun 12
Chamada no Twitter: Queremos já: Harry Potter ganha livro interativo que nos ensina a fazer feitiços! *-
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/harry-potter-vai-ganhar-livro-interativo-para-videogame/
16 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 3:02 PM - 14 Jun 12
Chamada no Twitter: Eles merecem: Rebeldes ganham discos de Ouro e Platina *-*
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/rebeldes-ganham-discos-de-ouro-e-platina/
26 retweets – 3 favoritos

Data e hora da postagem: 3:39 PM - 14 Jun 12
Chamada no Twitter: A gente amou a família linda do filme #Amanhecer . Corre no blog da tt e conta pra gente o que você achou
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/redacao/
5 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 4:01 PM - 14 Jun 12
Chamada no Twitter: #tenso : Chris Brown briga com ex de Rihanna
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/chris-brown-briga-com-ex-affair-de-rihanna/
5 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 4:35 PM - 14 Jun 12
Chamada no Twitter: Vote no gato que você quer ver no poster da todateen!
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/vote-no-gato/
3 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 4:51 PM - 14 Jun 12

Chamada no Twitter: Katy Perry lança teaser do clipe de Wide Awake! Assista
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/katy-perry-lanca-teaser-do-clipe-de-wide-awake/
7 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 5:01 PM - 14 Jun 12
Chamada no Twitter: Johnny Depp é TDB, né? Além de lindo é um ótimo ator! Por isso, relembramos os 10 personagens marcantes da sua carreira
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/fun-fotos/os-personagens-que-marcaram-a-carreira-de-johnny-depp/
10 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 5:31 PM - 14 Jun 12
Chamada no Twitter: Justin Bieber lança aplicativo de seu novo álbum para o Facebook! Confira
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-lanca-aplicativo-de-seu-novo-album-para-o-facebook/
3 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 6:05 PM - 14 Jun 12
Chamada no Twitter: OMG! Robert Pattinson e Adele discutem durante festa
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/omg-robert-pattinson-e-adele-discutem-durante-festa/
9 retweets – 2 favoritos

Data e hora da postagem: 6:45 PM - 14 Jun 12
Chamada no Twitter: Como eu me sinto quando... Minha BFF começa a namorar: #Tenso!
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/papo-bff/o-que-fazer-quando-a-melhor-amiga-comeca-a-namorar/
4 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 7:05 PM - 14 Jun 12
Chamada no Twitter: Mulherão: Miley Cyrus aparece linda de biquíni!
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/mulherao-miley-cyrus-aparece-linda-de-biquini/
6 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 7:50 PM - 14 Jun 12
Chamada no Twitter: Entrevista exclusiva com a banda Rebeldes: http://ow.ly/bA3Cp Tá TDB! *_*
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/fun-musica/entrevista-coletiva-com-rebeldes-durante-lancamento-de-dvd-ao-vivo/
27 retweets – 5 favorito

Data e hora da postagem: 8:45 PM - 14 Jun 12
Chamada no Twitter: O passo a passo de um make tendência do verão 2013
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-make/passa-a-passo-da-maquagem-da-forum-no-spfw/
0 retweets – 1 favorito

15/06/12

Data e hora da postagem: 12:00 PM - 15 Jun 12
Chamada no Twitter: Photo:
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? TUMBLR http://todateenomg.tumblr.com/post/25160229877/carly-rae-jepsen-omg
1 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 1:16 PM - 15 Jun 12
Chamada no Twitter: Briga entre Chris Brown e Drake vira caso de polícia! Saiba o que aconteceu
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/advogado-diz-que-chris-brown-e-inocente-em-caso-de-agressao-com-drake/
4 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 2:30 PM - 15 Jun 12
Chamada no Twitter: Avril Lavigne raspa lateral do cabelo: http://ow.ly/bBEW1 Quem curtiu?
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/avril-lavigne-raspa-lateral-do-cabelo/
6 retweets – 2 favoritos
Data e hora da postagem: 2:55 PM - 15 Jun 12
Chamada no Twitter: Galera, sexta-feira é dia de Top 5 baphos no blog da tt. Corre lá:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/redacao/tops-5-baphos-da-semana/
1 retweet – 0 favorito
Data e hora da postagem: 3:35 PM - 15 Jun 12
Chamada no Twitter: Katy Perry aparece de surpresa em sessão de cinema: http://ow.ly/bBF7V Que tudo!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/katy-perry-aparece-de-surpresa-em-sessao-de-part-of-me/
3 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 3:55 PM - 15 Jun 12
Chamada no Twitter: Quer saber o que as celebridades andam aprontando? Envie ESTRELANDO para 50007 e receba as novidades no seu celular!
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
0 retweet – 0 favorito
Data e hora da postagem: 4:35 PM - 15 Jun 12
Chamada no Twitter: Bruno Gissoni fala sobre assédio e garotas periguetes! Veja o que ele falou
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/bruno-gissoni-revela-que-as-periguetes-nao-o-atraem/
2 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 5:35 PM - 15 Jun 12
Chamada no Twitter: Lady Gaga anuncia lançamento de perfume! Saiba mais
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/lady-gaga-anuncia-lancamento-de-seu-proprio-perfume/
0 retweet – 0 favorito
Data e hora da postagem: 5:35 PM - 15 Jun 12
Chamada no Twitter: Ajude a todateen a escolher o novo poster!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/vote-no-gato/
3 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 6:35 PM - 15 Jun 12
Chamada no Twitter: Misturar esmaltes nacionais é uma boa alternativa para conseguir cores lindas e novas
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-unhas/mistura-de-esmaltes-nacionais-da-tom-de-esmaltes-importados/

4 retweets – 1 favorito	
	16/06/2012
Data e hora da postagem: 4:05 PM - 16 Jun 12	
Chamada no Twitter: O couro continua em alta nesta estação: calças, saias, jaquetas... Envie DICAMODA para 50007 e receba dicas tds os dias no celular #celular	
Tem link? (X) Não () Sim, para onde leva?	
2 retweets – 0 favorito	
Data e hora da postagem: 8:35 PM - 16 Jun 12	
Chamada no Twitter: Quer escolher o gato que vai estampar o poster da todateen? Vote aqui	
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/vote-no-gato/	
5 retweets – 0 favorito	
	17/06/2012
Data e hora da postagem: 11:44 AM - 17 Jun 12	
Chamada no Twitter: #OMG ! Pe Lanza passa mal e vai parar no hospital ! :O	
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/omg-pe-landa-passa-mal-e-vai-parar-no-hospital-o/	
17 retweets – 0 favorito	
Data e hora da postagem: 1:01 PM - 17 Jun 12	
Chamada no Twitter: Apaixonada: Thais Fersoza se declara para Michel Teló!	
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/thais-fersoza-se-declara-para-michel-telo/	
0 retweet – 0 favorito	
Data e hora da postagem: 5:05 PM - 17 Jun 12	
Chamada no Twitter: Quer receber dicas de moda, maquiagem, looks e ficar por dentro de tudo? Envie TEEN para 44144 e receba direto no seu celular! #celular	
Tem link? (X) Não () Sim, para onde leva?	
0 retweet – 3 favoritos	
Data e hora da postagem: 6:35 PM - 17 Jun 12	
Chamada no Twitter: Escolha o poster da todateen!	
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/vote-no-gato/	
8 retweets – 2 favoritos	
	18/06
Data e hora da postagem: 1:50 PM - 18 Jun 12	
Chamada no Twitter: Um papo sério com Demi Lovato	
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/souassimtt/demi-lovato-bullying/	
11 retweets – 0 favorito	
Data e hora da postagem: 3:55 PM - 18 Jun 12	
Chamada no Twitter: Photo: Angelina Jolie é muito diva, por isso, é o destaque de hoje no Tumblr da tt! A fofa já passou por um...	
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? TUMBLR http://todateenomg.tumblr.com/post/25377089926/angelina-jolie-omg	
0 retweet – 0 favorito	
Data e hora da postagem: 6:00 PM - 18 Jun 12	
Chamada no Twitter: Entre no clima de festa junina e tire já as suas roupas xadrezes do armário! As famosas amam	
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-it-girl/famosas-que-usam-roupa-xadrez/	

2 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 6:05 PM - 18 Jun 12

Chamada no Twitter: Não me peça para te esquecer, eu já decorei a melhor forma de te amar. Quer frases como essa no seu celular? Envie FRASES p/ 50007 [#celular](#)

Tem link? (X) Não () Sim, para onde leva?

0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 6:55 PM - 18 Jun 12

Chamada no Twitter: Uhul! Vaza o clipe “Wide Awake”, nova música de Katy Perry! Assista

Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/uhul-vaza-clipe-de-wide-awake-nova-musica-de-katy-perry/>

10 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 7:31 PM - 18 Jun 12

Chamada no Twitter: Camaleoa: Demi Lovato pinta o cabelo de rosa! Confira

Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/demi-lovato-pinta-o-cabelo-de-rosa/>

13 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 8:30 PM - 18 Jun 12

Chamada no Twitter: 'Coração sorriu e chorou', diz Rihanna ao reencontrar avó. Veja as fotos que fofas

Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/coracao-sorriu-e-chorou-diz-rihanna-ao-reencontrar-avo/>

5 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 8:35 PM - 18 Jun 12

Chamada no Twitter: Vote no seu gato preferido, ele pode ser o poster da todateen!

Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/vote-no-gato/>

1 retweet – 1 favorito

19/06

Data e hora da postagem: 11:02 AM - 19 Jun 12

Chamada no Twitter: Beleza é de família! Justin Bieber leva o irmãozinho para premiação *-*

Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-leva-irmao-mais-novo-para-premiacao/>

11 retweets – 2 favoritos

Data e hora da postagem: 2:50 PM - 19 Jun 12

Chamada no Twitter: Também quero: fãs mirins copiam looks dos clipes de Katy Perry

Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/fofas-criancas-se-vestem-de-katy-perry-durante-premiacao/>

0 retweet – 1 favorito

Data e hora da postagem: 3:18 PM - 19 Jun 12

Chamada no Twitter: Girls, vocês acham que fofurice é herdada de família? Tentamos provar no blog da tt, corre lá: <http://todateen.uol.com.br/redacao/e-de-familia/> [#JustinBieber](#)

Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? BLOG

<http://todateen.uol.com.br/redacao/e-de-familia/>

1 retweet – 1 favorito

Data e hora da postagem: 4:02 PM - 19 Jun 12

Chamada no Twitter: Luan Santana mostra o resultado (e que resultado!) da malhação em foto sem camisa!

Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/luan-santana-mostra-corpo-sarado-em-foto-sem-camisa-ooo/>

129 retweets – 5 favoritos
Data e hora da postagem: 4:28 PM - 19 Jun 1
Chamada no Twitter: BFF: Justin Bieber fala sobre amizade com One Direction! Confira:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/bff-justin-bieber-fala-sobre-amizade-com-one-direction/
14 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 4:35 PM - 19 Jun 12
Chamada no Twitter: Mais um duelo de gatos começou. Dessa vez a "briga" é entre dois cantores que a gente ama! Vote
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/gatos/
2 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 4:55 PM - 19 Jun 12
Chamada no Twitter: Rico e romântico: Justin Bieber aluga helicóptero para passear com Selena Gomez *_*
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-aluga-helicoptero-para-passear-com-selena/
12 retweets – 3 favoritos
Data e hora da postagem: 5:40 PM - 19 Jun 12
Chamada no Twitter: #BAPHO! Marina Ruy Barbosa recebe proposta de R\$ 1 milhão para tingir os cabelos
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/bapho-marina-ruy-barbosa-recebe-proposta-de-r-1-milhao-para-tingir-os-cabelos/
5 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 6:02 PM - 19 Jun 12
Chamada no Twitter: E a cor para cabelos neste inverno é... Já sabem? Os experts dizem
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-beleza/as-tendencias-de-cor-para-cabelo-no-inverno/
0 retweet – 0 favorito
Data e hora da postagem: 6:40 PM - 19 Jun 12
Chamada no Twitter: #Tenso! O.o Restart assume “Estação Teen” e é proibido de se apresentar na Rede Globo
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/restart-assume-estacao-teen-e-e-proibida-de-se-apresentar-na-rede-globo/
24 retweets – 3 favoritos
Data e hora da postagem: 7:01 PM - 19 Jun 12
Chamada no Twitter: Que tendência das semanas de moda tem a sua cara? Faça o teste e descubra
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/testes/que-tendencia-das-semanas-de-moda-e-a-sua-cara/
1 retweet – 0 favorito
Data e hora da postagem: 7:05 PM - 19 Jun 12
Chamada no Twitter: Será que o lance com o gato tem futuro? Envie TTseusigno p/ 44144 e receba a previsao td dia no seu celular #mobile
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 8:35 PM - 19 Jun 12
Chamada no Twitter: Quer copiar cabelo e make do SPFW? A tt mostra o passo a passo
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/fun-fotos/copie-o-cabelo-e-o-make-do-spfw-feito-por-celso-kamura/
0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 8:40 PM - 19 Jun 12
Chamada no Twitter: Mais um duelo de gatos começou. Dessa vez a "briga" é entre dois cantores que a gente ama! Vote
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/gatos/
6 retweets – 1 favorito

20/06

Data e hora da postagem: 9:27 AM - 20 Jun 12
Chamada no Twitter: A-C-A-B-O-U de sair o novo trailer de "Amanhecer - parte 2"! Assista!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/omg-novo-trailer-de-amanhecer-parte-2-e-divulgado/
37 retweets – 7 favoritos

Data e hora da postagem: 2:01 PM - 20 Jun 12
Chamada no Twitter: Justin merece: "Believe" chega ao topo de vendas em 26 países - em um dia! *-*
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/believe-chega-ao-topo-em-26-paises/
29 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 3:10 PM - 20 Jun 12
Chamada no Twitter: Poderosa: Kristen Stewart é a atriz mais bem paga de Hollywood!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/kristen-stewart-e-a-atriz-mais-bem-paga-de-hollywood-o/
32 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 4:20 PM - 20 Jun 12
Chamada no Twitter: Medo: fã faz 15 tatuagens em homenagem a Miley Cyrus
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/fa-tem-15-tatuagens-em-homenagem-a-miley-cyrus/
8 retweets – 3 favoritos

Data e hora da postagem: 4:35 PM - 20 Jun 12
Chamada no Twitter: Ajude a todateen a escolher o novo pôster!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/vote-no-gato/
5 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 5:03 PM - 20 Jun 12
Chamada no Twitter: Já pode morrer? Lady Gaga confirma show no Brasil!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/ja-pode-morrer-lady-gaga-confirma-show-no-brasil/
17 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 5:30 PM - 20 Jun 12 via
Chamada no Twitter: Será que os garotos também acham seu Facebook legal? Os "Gatos do Meu Perfil" dizem o que mais os irrita no face delas:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/gatos-mundo-dos-meninos/garotos-dizem-o-que-mais-irrita-no-facebook-das-meninas/

0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 6:15 PM - 20 Jun 12

Chamada no Twitter: Justin Bieber assume que gravou “Maria” para suposta mãe de seu filho!

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-assume-que-gravou-maria-para-suposta-mae-de-seu-filho/>

9 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 6:30 PM - 20 Jun 12

Chamada no Twitter: As saias e os vestidos 'mulletts' estão em alta. Demi Lovato e Selena Gomez adoram a moda. Aprenda a usar

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/toda-diva-moda/aprenda-a-usar-pecas-mulletts/>

10 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 7:16 PM - 20 Jun 12

Chamada no Twitter: Trailer do novo filme do Batman é lançado! Assista:

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/trailer-do-novo-filme-do-batman-e-lancado/>

3 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 8:05 PM - 20 Jun 12

Chamada no Twitter: Adora a todateen? Quer ter conteúdos exclusivos em seu celular? Envie TEEN para 49592 e deixe seu celular com a cara da todateen! [#celular](#)

Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?

1 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 8:15 PM - 20 Jun

Chamada no Twitter: [#BAPHO!](#) Lua Blanco defende nova namorada de Arthur Aguiar!

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/lua-blanco-defende-nova-namorada-de-arthur-aguiar/>

9 retweets – 1 favorito

21/06

Data e hora da postagem: 9:30 AM - 21 Jun 12

Chamada no Twitter: Bom dia, meninas! Quem aí gostou do resultado do jogo do Corinthians?

Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?

3 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 12:06 PM - 21 Jun 12

Chamada no Twitter: [#Todatech](#): O Instagram virou óculos! Conheça o Instaglass: <http://ow.ly/bJzsV> ;) Quem curtiu? Aguiar!

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? BLOG

<http://todateen.uol.com.br/todatech/instaglasses-o-oculos-instagram/>

3 retweets – 3 favoritos

Data e hora da postagem: 12:36 PM - 21 Jun 12

Chamada no Twitter: Gordinhas podem usar estampas? Cores? Camadas? DEVEM! Inspire-se nessas 10 blogueiras de moda Plus Size!

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? BLOG

<http://todateen.uol.com.br/souassimtt/10-blogs-moda-plus-size-para-inspirar/>

2 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 3:26 PM - 21 Jun 12

Chamada no Twitter: Girls, vocês curtem filmes de contos de fadas? Tem um novo chegando por aí! Corre pra ver

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/redacao/as-bruxas-estao-soltas/
3 retweets – 1 favorito
Data e hora da postagem: 4:03 PM - 21 Jun 12
Chamada no Twitter: A fila anda! "Eu ainda acredito no amor", diz Katy Perry em entrevista
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/eu-ainda-acredito-no-amor-diz-katy-perry-em-entrevista/
2 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 5:01 PM - 21 Jun 12
Chamada no Twitter: Tadinho! Robert Pattinson ficou todo envergonhado durante cenas de sexo em seu próximo filme
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/robert-pattinson-ficou-envergonhado-durante-cenas-de-sexo/
13 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 5:16 PM - 21 Jun 12
Chamada no Twitter: Ouça o novo hit de Carly Rae Jepsen: Good Time!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/ouca-o-novo-hit-de-carly-rae-jepsen-good-time/
5 retweets – 1 favorito
Data e hora da postagem: 6:00 PM - 21 Jun 12
Chamada no Twitter: Livre, leve e solto: no Brasil, Christian Chávez não dispensa encontrar um novo amor
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/livre-leve-e-solto-no-brasil-christian-chavez-nao-dispensa-encontrar-um-novo-amor/
4 retweets – 1 favorito
Data e hora da postagem: 6:00 PM - 21 Jun 12
Chamada no Twitter: O batom vermelho está em alta, mas a pergunta que não quer calar é: você sabe usar? Aprenda:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-make/como-usar-batom-vermelho-2/
2 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 7:02 PM - 21 Jun 12
Chamada no Twitter: Manter uma higiene íntima correta é superimportante! Será que você está fazendo tudo certinho?
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/papo-bff/como-fazer-a-higiene-intima-correta/
1 retweet – 1 favorito
Data e hora da postagem: 8:01 PM - 21 Jun 12
Chamada no Twitter: Vários seriados estão chegando ao episódio final! Relembre alguns finais emocionantes e outros decepcionantes da ficção
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/fun-cinema-e-tv/os-melhores-e-os-piores-finais-de-seriados/
3 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 8:05 PM - 21 Jun 12
Chamada no Twitter: Quer saber se o lance entre vcs vai dar em namoro? Envie Ttseusigno para 44144 e saiba, pelo celular, se essa amizade vai ficar séria!
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?

0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 8:35 PM - 21 Jun 12

Chamada no Twitter: Quer escolher o gato que vai estampar o poster da todateen? Vote aqui:

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/vote-no-gato/>

2 retweets – 0 favorito

22/06

Data e hora da postagem: 10:45 AM - 22 Jun 12

Chamada no Twitter: [#LerEhTDB](#) Batemos um papo com a [@BabiDewet](#) a autora de Sábado à Noite! Confira:

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? BLOG

<http://todateen.uol.com.br/leretdb/entrevista-com-babi-dewet-autora-de-sabado-a-noite/>

3 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 1:30 PM - 22 Jun 12

Chamada no Twitter: Assim a gente não resiste: Justin Bieber mostra os músculos em programa de TV

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-mostra-os-musculos-em-programa-de-tv/>

8 retweets – 2 favoritos

Data e hora da postagem: 2:01 PM - 22 Jun 12

Chamada no Twitter: Kary Perry dá presente caro (e bota caro nisso) para novo namorado: <http://ow.ly/bLmZp> Own! Que amor! S2

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/katy-perry-da-guitarra-de-presente-para-novo-namorado/>

1 retweet – 1 favorito

Data e hora da postagem: 2:05 PM - 22 Jun 12

Chamada no Twitter: O blazer de veludo é a sensação da estação! Use de dia e de noite. Mais dicas? Envie DICAMODA para 50007 e receba no seu celular [#celular](#)

Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?

0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 2:42 PM - 22 Jun 12

Chamada no Twitter: OMG! Já viram a nova coleção da [@voudemarisa](#)? Nós adoramos!

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/toda-diva-moda/marisa-lanca-linha-adulta-barbie/>

2 retweets – 2 favoritos

Data e hora da postagem: 3:01 PM - 22 Jun 12

Chamada no Twitter: Oops... Miley Cyrus se descuida e quase mostra demais...<http://ow.ly/bLn4S> Os paparazzi estavam lá!

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/miley-cyrus-deixa-bumbum-a-mostra-em-los-angeles/>

5 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 4:01 PM - 22 Jun 12

Chamada no Twitter: Garotos do One Direction são barrados na porta de cassino em Las Vegas. Entenda por quê

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/banda-one-direction-e-barrada-em-cassino-de-las-vegas/>

14 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 4:21 PM - 22 Jun 12

Chamada no Twitter: Jennifer Lopez fará show amanhã no Brasil (uhul!) e promete não sair da dieta.

Querem saber como? Corre no blog da tt:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/redacao/j-lo-sua-poderosa/
2 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 4:43 PM - 22 Jun 12
Chamada no Twitter: Vocês já ouviram a banda @ItsMidnightRed ? Nós adoramos! Fikdik de música
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? YOUTUBE http://www.youtube.com/watch?v=WmbC6qagLKY
8 retweets – 2 favoritos

Data e hora da postagem: 5:30 PM - 22 Jun 12
Chamada no Twitter: Paris Hilton afirma que quer conhecer cantor brasileiro. Saiba quem é
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/paris-hilton-quer-conhecer-michel-telo/
4 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 7:05 PM - 22 Jun 12
Chamada no Twitter: Entrevista com Cobra Starship – Conversamos com o vocalista, Gabe, sobre os shows do Pop Music Festival!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/entrevista-com-cobra-starship-conversamos-com-o-vocalista-gabe-sobre-os-shows-do-pop-music-festival/
1 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 9:35 PM - 22 Jun 12
Chamada no Twitter: Escolha o poster da todateen!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/vote-no-gato/
7 retweets – 3 favoritos

23/06

Data e hora da postagem: 3:10 PM - 23 Jun 12
Chamada no Twitter: Quer saber tudo o que o universo fala sobre vc e seu signo? Envie DICASEUSIGNO (ex:DICACAPRICORNIO) para 50007 e receba no celular! #celular
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 9:35 PM - 22 Jun 12
Chamada no Twitter: Escolha o poster da todateen!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/vote-no-gato/
7 retweets – 3 favoritos

24/06

Data e hora da postagem: 6:35 PM - 23 Jun 12
Chamada no Twitter: Vote no seu gato preferido, ele pode ser o poster da todateen!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/vote-no-gato/
0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 4:35 PM - 24 Jun 12
Chamada no Twitter: Vote no gato que você quer ver no poster da todateen!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/vote-no-gato/
3 retweets – 0 favorito

25/06

Data e hora da postagem: 9:29 AM - 25 Jun 12
Chamada no Twitter: Bom dia, girls! Recuperadas do final de semana? Boa segunda-feira pra todas nós! ;)
Tem link? (X) Não () Sim, para onde leva?
3 retweets – 2 favoritos

Data e hora da postagem: 1:30 PM - 25 Jun 12
Chamada no Twitter: Justin Bieber faz nova tatuagem LINDA! Adivinha o que é:
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-faz-nova-tatuagem/
9 retweets – 2 favoritos

Data e hora da postagem: 2:31 PM - 25 Jun 12
Chamada no Twitter: Polemizando como sempre, Miley Cyrus faz "comprinhas" em loja de maconha
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/miley-cyrus-para-o-carro-em-loja-de-maconha/
5 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 3:31 PM - 25 Jun 12
Chamada no Twitter: Diva como sempre, Kristen Stewart explica porque prefere usar tênis a salto alto!
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/kristen-stewart-explica-porque-troca-os-saltos-por-tenis/
3 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 3:37 PM - 25 Jun 12
Chamada no Twitter: Selecionamos 5 hits que vocês vão amar! Corre no blog da tt:
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/redacao/top-5-hits-do-momento/
1 retweet – 2 favoritos

Data e hora da postagem: 4:31 PM - 25 Jun 12
Chamada no Twitter: Katy Perry desabafa: "a dor que eu senti foi devastadora". Tadinha!
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/katy-perry-desabafa-a-dor-que-eu-senti-foi-devastadora/
14 retweets – 2 favoritos

Data e hora da postagem: 5:30 PM - 25 Jun 12
Chamada no Twitter: What? Emma Watson pinta a cachorrinha de rosa! #tenso
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/emma-watson-pinta-a-cachorra-de-rosa/
4 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 6:31 PM - 25 Jun 12
Chamada no Twitter: The Wanted lança clipe especial de “Chasing The Sun” com os personagens de “A Era do Gelo 4”. Confira
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/the-wanted-lanca-novo-clipe-de-chasing-the-sun/
10 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 6:35 PM - 25 Jun 12
Chamada no Twitter: Ajude a todoteen a escolher o novo poster!
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/vote-no-gato/
6 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 7:00 PM - 25 Jun 1
--

Chamada no Twitter: "Ele vai se mudar para outra cidade". Como lidar? Será que é possível manter um relacionamento a distância?
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/papo-bff/como-manter-um-relacionamento-a-distancia/
0 retweet – 3 favoritos

Data e hora da postagem: 7:30 PM - 25 Jun 12
Chamada no Twitter: #Diva! Assista ao cover da música de Chris Brown feita por Demi Lovato!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/demi-lovato-faz-cover-de-chris-brown/
17 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 8:25 PM - 25 Jun 12
Chamada no Twitter: Paquerar é TDB! E saber as características do signo do gato ajudam ainda mais na hora da conquista:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/astrol/no-maior-astrol/como-conquistar-cada-signo/
0 retweet – 1 favorito

Data e hora da postagem: 9:25 PM - 25 Jun 12
Chamada no Twitter: Vermelhidão, coceira e descamação nos pés? Isso pode ser sinal de micose. Saiba tudo sobre o assunto
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-unhas/como-tratar-das-micoses/
0 retweet – 1 favorito

Data e hora da postagem: 10:10 PM - 25 Jun 12
Chamada no Twitter: Estou procurando meu sorriso...será que esta aí com você? Quer receber frases como essa no seu celular? Envie FRASES para 50007 #celular
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
3 retweets – 1 favorito

26/06

Data e hora da postagem: 1:22 PM - 26 Jun 12
Chamada no Twitter: Um novo duelo de gatos está no ar! Dessa vez dois protagonistas de conhecidas sagas adolescentes disputam a vaga
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/gatos/
0 retweets – 1 favoritos

Data e hora da postagem: 2:00 PM - 26 Jun 12
Chamada no Twitter: Para a nossa alegria: Simple Plan confirma três shows no Brasil! *-*
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/simple-plan-vem-ao-brasil/
10 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 3:45 PM - 26 Jun 12
Chamada no Twitter: NX Zero em Estúdio: Os gatos da banda divulgaram detalhes dos bastidores do novo álbum. Assista!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/nx-zero-divulga-video-dos-bastidores-do-novo-album/
17 retweets – 4 favoritos

Data e hora da postagem: 4:15 PM - 26 Jun 12
Chamada no Twitter: Vem aí o próximo single do One Direction: Heartbreaker *-*
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/one-direction-anuncia-novo-single/

12 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 5:30 PM - 26 Jun 12

Chamada no Twitter: Na animação "Hotel Transylvania", Selena Gomez dubla uma adolescente rebelde do mundo dos monstros. Veja o trailer!

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/assista-ao-trailer-de-hotel-transylvania-dublado-por-selena-gomez/>

6 retweets – 2 favorito

Data e hora da postagem: 6:35 PM - 26 Jun 12

Chamada no Twitter: Mais um duelo de gatos está no ar: Robert Pattinson ou Josh Hutcherson? Quem leva o título? Vote:

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/gatos/>

3 retweets – 2 favoritos

Data e hora da postagem: 7:35 PM - 26 Jun 12

Chamada no Twitter: Quer escolher o gato que vai estampar o poster da todateen? Vote aqui:

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/vote-no-gato/>

0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 4:35 PM - 26 Jun 12

Chamada no Twitter: Atividade física no inverno... Sim! O exercício físico traz inúmeros benefícios à saúde. Por isso, xô preguiça:

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/toda-diva-beleza/exercicios-fisicos-para-fazer-em-casa-e-na-academia-no-inverno/>

2 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 5:10 PM - 26 Jun 12

Chamada no Twitter: Quer saber qual a cor do mês para seu signo e não errar na hora de escolher o look? Envie DICASEUSIGNO para 50007 e receba no seu celular!

Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?

1 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 5:20 PM - 26 Jun 12

Chamada no Twitter: Qual hit do momento tem mais a ver com você? Faça o nosso teste e descubra:

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/testes/qual-hit-do-momento-tem-mais-a-ver-com-voce/>

3 retweets – 2 favoritos

27/06

Data e hora da postagem: 8:20 AM - 27 Jun 12

Chamada no Twitter: Celebs marcam presença na estreia do filme de Katy Perry! Confira:

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/celebs-marcam-presenca-na-estreia-do-filme-de-katy-perry/>

5 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 10:01 AM - 27 Jun 12

Chamada no Twitter: #BAPHO! Liam Payne e Zayn Malik se beijam em vídeo de "One Thing". Assista

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE

<http://todateen.uol.com.br/teenweek/bapho-liam-payne-e-zayn-malik-se-beijam-em-video-de-one-thing/>

17 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 11:44 AM - 27 Jun 12

Chamada no Twitter: Meninas, sabem quem foi a última celeb a marcar a calçada da fama em

Hollywood? A gente amou:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/redacao/patinhas-na-calcada-da-fama/
1 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 12:02 PM - 27 Jun 12
Chamada no Twitter: Confira o lyric video de “Good Time”, novo hit de Carly Rae Jepsen!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/confira-o-lyric-video-de-good-time-novo-hit-de-carly-rae-jepsen/
5 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 1:01 PM - 27 Jun 12
Chamada no Twitter: A transparência invadiu às passarelas e está chegando às ruas! Aprenda a usar essa moda que é tendência para o verão:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-moda/como-usar-transparencia/
1 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 1:06 PM - 27 Jun 12
Chamada no Twitter: Quem você acha que está nesta foto? Esse gatêrrimo vai estar na capa de julho da tt! Façam suas apostas!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? INSTAGRAM http://instagram.com/p/MY9i7sHR4A/
3 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 2:00 PM - 27 Jun 12
Chamada no Twitter: Versão de estúdio da nova música de Lady Gaga cai na rede! Ouça:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/versao-de-estudio-da-nova-musica-de-lady-gaga-cai-na-rede/
0 retweet – 1 favorito

Data e hora da postagem: 2:35 PM - 27 Jun 12
Chamada no Twitter: Escolha o poster da todateen!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/vote-no-gato/
5 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 3:10 PM - 27 Jun 12
Chamada no Twitter: Cuide d seu cabelo, com hidratações, leave-in, pouca chapinha... Mais dicas? Envie TEEN para 44144 e receba em seu celular!#celular
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
1 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 4:00 PM - 27 Jun 12
Chamada no Twitter: Investigamos com os garotos e eles revelaram: "por que eles ficam com mais de uma garota ao mesmo tempo?"
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/gatos-mundo-dos-meninos/garotos-falam-sobre-a-necessidade-de-ficar-com-mais-de-uma-ao-mesmo-tempo/
1 retweet – 1 favorito

28/06

Data e hora da postagem: 7:29 AM - 28 Jun 12
Chamada no Twitter: PO-DE-RO-SA: Miley Cyrus exhibe o corpão em vestido justinho, curtinho e decotado!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/ao-lado-de-liam-hemsworth-miley-cyrus-exibe-corpao/

12 retweets – 1 favorito
Data e hora da postagem: 9:17 AM - 28 Jun 12
Chamada no Twitter: PO-DE-RO-SA: Miley Cyrus exhibe o corpão em vestido justinho, curtinho e decotado!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/ao-lado-de-liam-hemsworth-miley-cyrus-exibe-corpao/
12 retweets – 1 favorito
Data e hora da postagem: 9:17 AM - 28 Jun 12
Chamada no Twitter: Última semana de votação do "Meu Mundo S2". A vencedora vai levar 2 smartphones para casa, por isso, vote:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? HOTSITE http://todateen.uol.com.br/meumundos2/promocao-encerrada/
1 retweet – 0 favorito
Data e hora da postagem: 9:30 AM - 28 Jun 12
Chamada no Twitter: LINDOS! Taylor Swift e B.o.B. lançam clipe de "Both Of Us". Assista! *-*
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/assista-ao-clipe-de-both-of-us-de-taylor-swift-e-b-o-b/
2 retweets – 1 favorito
Data e hora da postagem: 11:01 AM - 28 Jun 12
Chamada no Twitter: Que dó: Robert Pattinson dá de cara com a porta do ônibus de Justin Bieber! =/
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/robert-pattinson-da-de-cara-com-a-porta-do-onibus-de-justin-bieber/
9 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 12:30 PM - 28 Jun 12
Chamada no Twitter: Miley Cyrus é a nossa It Girl do dia! ela foi a um jantar beneficente e usou o cropped
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/toda-diva-it-girl/miley-cyrus-usa-vestido-cropped-em-jantar-beneficente/
8 retweets – 1 favorito
Data e hora da postagem: 2:30 PM - 28 Jun 12
Chamada no Twitter: Não sabe o que fazer nas férias? Confira a programação especial da Nickelodeon!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/fun-cinema-e-tv/nickelodeon-prepara-programacao-especial-para-o-mes-das-ferias/
4 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 4:10 PM - 28 Jun 12
Chamada no Twitter: Adora a todateen? Quer ter conteúdos exclusivos em seu celular? Envie TEEN para 49592 e deixe seu celular com a cara da todateen!# celular
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
0 retweet – 0 favorito
Data e hora da postagem: 4:30 PM - 28 Jun 12
Chamada no Twitter: Última semana de votação do "Meu Mundo S2". A vencedora vai levar 2 smartphones para casa, por isso, vote:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? HOTSITE http://todateen.uol.com.br/meumundos2/promocao-encerrada/
0 retweet – 0 favorito
Data e hora da postagem: 4:35 PM - 28 Jun 12

Chamada no Twitter: Vote no seu gato preferido, ele pode ser o poster da todateen!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/vote-no-gato/
2 retweets – 0 favorito

29/06

Data e hora da postagem: 7:30 AM - 29 Jun 12
Chamada no Twitter: Última semana de votação do "Meu Mundo S2". A vencedora vai levar 2 smartphones para casa, por isso, vote:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? HOTSITE http://todateen.uol.com.br/meumundos2/promocao-encerrada/
1 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 9:14 AM - 29 Jun 12
Chamada no Twitter: Rebelde recebeu uma visita superespecial na tarde de ontem. Quem adivinha???
Veja as fotos do encontro
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/rodrigo-faro-faz-participacao-especial-em-rebelde/
6 retweets – 3 favoritos

Data e hora da postagem: 9:35 AM - 29 Jun 12
Chamada no Twitter: Vote no gato que você quer ver no poster da todateen!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/vote-no-gato/
7 retweets – 2 favoritos

Data e hora da postagem: 10:31 AM - 29 Jun 12
Chamada no Twitter: Justin Bieber estampa capa especial da revista Forbes. Saiba o motiv:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-estampa-capa-da-revista-forbes/
11 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 11:31 AM - 29 Jun 12
Chamada no Twitter: O novo clipe da Restart, "Minha Estrela" é muito FOFO! Não viu ainda? Confira já:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/restart-lanca-clipe-minha-estrela/
26 retweets – 2 favoritos

Data e hora da postagem: 11:35 AM - 29 Jun 12
Chamada no Twitter: Gente, o Top 5 desta semana tá do tipo "que situação". Quer rir um pouquinho? Então, corre lá no blog da tt:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? BLOG http://todateen.uol.com.br/redacao/top-5-que-situacao/
1 retweet – 2 favoritos

Data e hora da postagem: 12:30 PM - 29 Jun 12
Chamada no Twitter: O filme de Katy Perry está bombando nos Estados Unidos. A cantora lançou o novo cartaz. Veja: http://ow.ly/bUUvM Fofo demais! *_*
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/katy-perry-divulga-novo-cartaz-do-filme-part-of-me/
4 retweets – 2 favoritos

Data e hora da postagem: 12:30 PM - 29 Jun 12
Chamada no Twitter: Última semana de votação do "Meu Mundo S2". A vencedora vai levar 2 smartphones para casa, por isso, vote
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? HOTSITE

http://todateen.uol.com.br/meumundos2/promocao-encerrada/
0 retweet – 0 favorito
Data e hora da postagem: 1:30 PM - 29 Jun 12
Chamada no Twitter: Justin Bieber nu??? Cantor diz que gosta de andar "como veio ao mundo" em casa:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE
http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-diz-que-gosta-de-ficar-nu-em-sua-casa/
17 retweets – 3 favoritos
Data e hora da postagem: 2:08 PM - 29 Jun 12
Chamada no Twitter: Meninas! Oie! Mais do que na hora de divulgar aS capaS (são duas!) da todateen de julho. Palpites??
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
1 retweet – 0 favorito
Data e hora da postagem: 2:10 PM - 29 Jun 12
Chamada no Twitter: Vamos às dicas: uma das capas tem um ator muito gato. É brasileiro e torce para o Flamengo...
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
19 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 2:11 PM - 29 Jun 12
Chamada no Twitter: Na outra capa, uma banda gringa. Hmmm...
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
3 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 2:11 PM - 29 Jun 12
Chamada no Twitter: Dica extra: não é o Caio Castro
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
3 retweets – 0 favorito
Data e hora da postagem: 2:13 PM - 29 Jun 12
Chamada no Twitter: Também não é o Arthur Aguiar, gente...
Tem link? ☒ Não ☐ Sim, para onde leva?
7 retweets – 1 favorito
Data e hora da postagem: 2:29 PM - 29 Jun 12
Chamada no Twitter: One Direction é uma das capas da tt de julho. Contamos tudo sobre o show deles, direto de NY!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? TWITPIC
http://twitpic.com/a1zd5x
203 retweets – 26 favoritos
Data e hora da postagem: 2:35 PM - 29 Jun 12
Chamada no Twitter: O @BrunoSGissoni está na outra capa da todateen de julho. Numa entrevista per-fei-ta + fotos lindas!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? TWITPIC
http://twitpic.com/a1zegz
21 retweets – 2 favoritos
Data e hora da postagem: 3:01 PM - 29 Jun 12
Chamada no Twitter: Última semana de votação do "Meu Mundo S2". A vencedora vai levar 2 smartphones para casa, por isso, vote:
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? HOTSITE
http://todateen.uol.com.br/meumundos2/promocao-encerrada/
0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 5:10 PM - 29 Jun 12
Chamada no Twitter: A vida fica muito+ florida qdo temos alguém especial ao nosso lado! Quer receber frases no seu celular Envie FRASES para 50007 !#celular
Tem link? (X) Não () Sim, para onde leva?
0 retweet – 1 favorito

30/06

Data e hora da postagem: 7:30 AM - 30 Jun 12
Chamada no Twitter: Última semana de votação do "Meu Mundo S2". A vencedora vai levar 2 smartphones para casa, por isso, vote:
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? HOTSITE http://todateen.uol.com.br/meumundos2/promocao-encerrada/
0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 9:10 AM - 30 Jun 12
Chamada no Twitter: Quer saber o que as celebridades andam aprontando? Envie ESTRELANDO para 50007 e receba as novidades no seu celular!
Tem link? (X) Não () Sim, para onde leva?
0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 10:33 AM - 30 Jun 12
Chamada no Twitter: Justin diz que adora meninas de shorts curtos: http://ow.ly/bVZrG OMG!
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-diz-que-adora-meninas-de-shorts-curtos/
10 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 11:30 AM - 30 Jun 12
Chamada no Twitter: Última semana de votação do "Meu Mundo S2". A vencedora vai levar 2 smartphones para casa, por isso, vote:
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? HOTSITE http://todateen.uol.com.br/meumundos2/promocao-encerrada/
0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 11:45 AM - 30 Jun 12
Chamada no Twitter: Rihanna e Chris Brown podem se reconciliar em breve! http://ow.ly/bVZEO #bapho
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/rihanna-e-chris-brown-podem-se-reconciliar-em-breve/
8 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 12:50 AM - 30 Jun 12
Chamada no Twitter: Selena Gomez esbanja sensualidade em comercial de perfume: http://ow.ly/bVZMH #diva
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/selena-gomez-lanca-comercial-de-perfume/
3 retweets – 1 favorito

Data e hora da postagem: 1:30 PM - 30 Jun 12
Chamada no Twitter: Último dia de votação do "Meu Mundo S2". A vencedora vai levar 2 smartphones para casa, por isso, vote:
Tem link? () Não (X) Sim, para onde leva? HOTSITE http://todateen.uol.com.br/meumundos2/promocao-encerrada/
0 retweet – 0 favorito

Data e hora da postagem: 1:55 PM - 30 Jun 12
Chamada no Twitter: Miley Cyrus acena para os fãs enquanto compra lanche em drive thru:

Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/miley-cyrus-para-no-drive-thru-com-amiga/
6 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 2:55 PM - 30 Jun 12
Chamada no Twitter: Justin Bieber faz ensaio fotográfico na praia: http://ow.ly/bW01c Fofo!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/teenweek/justin-bieber-faz-ensaio-fotografico-em-praia/
5 retweets – 0 favorito

Data e hora da postagem: 3:35 PM - 30 Jun 12
Chamada no Twitter: Ajude a todateen a escolher o novo poster!
Tem link? ☐ Não ☒ Sim, para onde leva? SITE http://todateen.uol.com.br/vote-no-gato/
6 retweets – 0 favorito