



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**

PATRÍCIA CONCEIÇÃO DA SILVA

**A SEXUALIDADE CONSTRUÍDA NAS PÁGINAS DAS REVISTAS
ADOLESCENTES: UM ESTUDO DE CASO DE ATREVIDA,
CAPRICO E TODATEEN**

Salvador
2006

PATRÍCIA CONCEIÇÃO DA SILVA

**A SEXUALIDADE CONSTRUÍDA NAS PÁGINAS DAS REVISTAS
ADOLESCENTES: UM ESTUDO DE CASO DE ATREVIDA,
CAPRICHIO E TODATEEN**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social.

Orientador: Prof. Giovandro Marcus Ferreira

Salvador
2006

A minha mãe Beralice; meus irmãos Fábio, Sheila e Karine; meu namorado Elton; e meus grandes amigos (vocês sabem quem são).

RESUMO

Entender de que modo as revistas adolescentes constroem os pilares que regem a sexualidade na adolescência, bem como a maneira pela qual os temas relacionados à sexualidade são tratados em suas páginas. Este é o objetivo principal desta monografia que aborda a relação estabelecida entre estas publicações e seus jovens leitores a partir da abordagem metodológica da análise do discurso, com especial atenção aos conceitos desenvolvidos pelo teórico Eliseo Verón, entre os quais se destaca o de *posicionamento discursivo*. A partir da análise das três maiores revistas brasileiras voltadas para o público adolescente feminino – Atrevida, Capricho e Todateen – procura-se compreender que estratégias são aplicadas por este tipo de publicação ao estabelecer uma relação com seus leitores. E, de que modo, através de que mecanismos, em que nível de funcionamento, o discurso acerca da sexualidade é legitimado frente aos seus leitores. Além disso, buscaremos descobrir o lugar do discurso construído para ambos – leitor e produto – investigando a posição discursiva assumida por cada um deles. Para isso serão analisados principalmente os títulos das matérias, as fontes de informação consultadas e os espaços dedicados à participação dos leitores.

Palavras-chave: Análise do discurso; Posicionamento discursivo; Títulos; Fontes de informação; Espaços dedicados ao leitor.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	4
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	8
	2.1 A ANÁLISE DO DISCURSO	8
	2.2 POSICIONAMENTO DISCURSIVO	10
	2.2.1 O sujeito no discurso	14
3	O CORPUS DE ANÁLISE	16
	3.1 ATREVIDA	18
	3.2 CAPRICHOS	19
	3.3 TODATEEN	21
4	ANÁLISE DO CORPUS	23
	4.1 DESTRINCHANDO AS REVISTAS	23
	4.2 QUEM FALA SOBRE SEXUALIDADE NAS REVISTAS	28
	4.3 A SEXUALIDADE NOS TÍTULOS	43
	4.4 OS ADOLESCENTES FALAM E A REVISTA RESPONDE	53
5	A SEXUALIDADE NAS REVISTAS ADOLESCENTES	64
	5.1 QUE SEXUALIDADE É RETRATADA NAS REVISTAS	65
	5.2 POR UMA SEXUALIDADE NÃO-PEDAGÓGICA	67
	5.3 A SEXUALIDADE QUE A LEITORA DESEJA	69
6	CONCLUSÃO	72
	REFERÊNCIAS	76
	ANEXOS	78

1. Introdução

O estudo das informações que circulam na imprensa é uma das tarefas de relevância da análise do discurso mediático. Esta afirmação se explica pelo fato de que boa parte do nosso conhecimento social e político, assim como nossas crenças sobre o mundo vêm de informações que retiramos dos meios de comunicação. É o discurso noticioso o responsável por possibilitar as condições principais para a reprodução e o conhecimento na maioria das culturas e sociedades.

Ainda que a investigação demonstre que em geral os leitores não se limitam a simplesmente copiar suas opiniões das páginas de jornais e revistas, é coerente supor que a imprensa influencia intensamente as opiniões prevalecentes acerca dos temas gerais. Assim, torna-se imprescindível estudar profundamente as estruturas e estratégias do texto a fim de entender qual o papel desempenhado pelo discurso na interpretação e reprodução das relações sociais.

Quando os leitores em questão são os adolescentes, esta suposição ganha ainda mais força. Época da vida humana marcada por profundas transformações fisiológicas, psicológicas, afetivas e sociais vivenciadas num determinado contexto cultural, a adolescência¹ é, mais do que uma fase, um processo dinâmico e peculiar de passagem entre a infância e a idade adulta.

Concebidas de acordo com as especificidades que cercam o público adolescente, as revistas voltadas para esta faixa etária podem ser encontradas em grande número nas bancas, motivadas principalmente pela receptividade do público alvo. Se levarmos em conta ainda o sucesso do ponto de vista comercial, as grandes tiragens e o crescente número de

¹ O conceito de adolescente é relativamente recente, tendo surgido por volta da segunda metade do século XX. O primeiro livro dedicado ao estudo psicológico da adolescência, intitulado *Adolescence*, foi escrito pelo norte-americano Stanley Hall, em 1904.

novas publicações desse gênero, estas revistas se apresentam como uma possibilidade interessante de investigação, bem como o modo pelo qual interagem com seus jovens leitores e interferem na formação deles.

Esta possibilidade de investigação revela-se ainda mais promissora se voltarmos o olhar em direção a aquele que é um dos pontos mais relevantes e, de certa forma, ainda mais polêmicos na fase da adolescência – a sexualidade. Para Steinberg (apud SERRA, 2001), a adolescência pode ser caracterizada como um período de crescimento no qual o indivíduo se vê obrigado a desempenhar uma série de tarefas para executar a passagem da infância à vida adulta. A principal destas tarefas, relacionadas às mudanças características do período, seria a busca pela identidade sexual, social e psíquica.

É a partir das transformações que acontecem na puberdade que o adolescente desenvolve a necessidade tanto de descobrir o próprio corpo, como também de explorar as relações com o corpo do outro, sempre em busca de um comportamento sexual considerado apropriado. Sem dúvidas, a adolescência é a fase dos namoros, flertes, relacionamentos rápidos e também dos grandes investimentos amorosos. São estas relações as responsáveis por permitir vivências e experiências importantes antes que seja definida por completo a sua identidade sexual, e antes também de estar apto a fazer escolhas amorosas com perspectivas de estabilidade e durabilidade.

Nesta busca por identidade e pela formação de um código de valores próprio, pais e amigos exercem fundamental importância. Não seria leviano afirmar que, além da família, da escola e dos amigos, os meios de comunicação também assumem papel de destaque neste processo. Portanto, ao investigar o universo das chamadas revistas adolescentes, este trabalho busca entender não somente como a sexualidade é construída nestes veículos, mas também que posição é construída para os jovens nas páginas dessas publicações e de que forma o discurso acerca da temática é legitimado.

Dessa forma, tomamos como base o veículo mediático revista, enfatizando o processo de produção dos sentidos e significados dos discursos encontrados em matérias ligadas ao tema da sexualidade. O conceito de sexualidade será aqui tratado, na perspectiva de Catonné (2001), como algo que extrapola o ato sexual, percorrendo uma série de sentimentos e formas de comportamento.

Para além dos limites do sexo propriamente dito, a sexualidade abrange modos de agir, pensar, sentir e lidar com as emoções. “Ainda que se distinga de outros conceitos como o amor, a reprodução e o erotismo, é justamente na ligação com estas e várias outras noções que a sexualidade encontra o seu sentido mais amplo.” (CANTONNÉ, 2001)

Ao levar em conta que os três objetos de análise escolhidos – as revistas *Atrevida*, *Capricho* e *Todateen* – possuem grandes tiragens e são consumidas por um número considerável de leitores, não há como negar que elas influenciam e até certo ponto participam da formação social, pedagógica e afetiva de muitos jovens. Portanto, é importante entender de que forma este discurso e esta relação são estabelecidos, como as revistas constroem de forma duradoura suas matérias significantes, tanto do ponto de vista dos aspectos lingüísticos como dos não-lingüísticos.

Também não se pode desconsiderar que este se mostra um fenômeno curioso quando consideramos que as altas vendas desses produtos são mantidas por jovens comumente taxados como aversos à leitura e cada vez mais próximos de outros meios de comunicação como a televisão ou a internet. Estes mesmos jovens criaram o hábito de ler com freqüência estas publicações, sustentando um mercado que conta com um número cada vez maior de novos produtos.

Portanto, torna-se vital analisar de que maneira esta leitura contribui e influencia a formação dos jovens², e também o que estimula e mantém este consumo freqüente.

² Considerando que não está entre os objetivos deste trabalho uma análise quantitativa acerca dos jovens leitores das três publicações, a análise dos espaços dedicados aos leitores revela importantes pistas sobre o impacto

Compreender qual o diferencial dessas revistas em relação a outros gêneros de publicações, o que elas oferecem aos jovens a ponto de cativá-los, transformando-os em leitores assíduos e fiéis.

Dessa forma, este trabalho tem como objetivo principal analisar como as revistas dirigidas ao público adolescente constroem seu discurso acerca da sexualidade, buscando entender que tipo de estratégias são aplicadas por estas publicações ao estabelecer uma relação com seus leitores e, de que modo, através de que mecanismos, em que nível de funcionamento, o discurso é legitimado frente a estes. Além disso, buscaremos descobrir o lugar do discurso construído para ambos – leitor e produto – investigando o posicionamento discursivo assumido por cada um deles.

O esforço também está voltado para a compreensão das estratégias utilizadas na construção da relação de identificação entre o jovem representado na revista e o leitor. E ainda, que elementos facilmente reconhecíveis como dirigidos aos leitores são apropriados pelas revistas na construção de uma representação e um discurso acerca da sexualidade que consiga dialogar com jovens, muitas vezes imersos em contextos diferentes. Para isso, será utilizada a ferramenta metodológica da análise do discurso, mais especificamente o quadro conceitual desenvolvido pelo teórico Eliseo Verón, dando atenção especial ao conceito de *posicionamento discursivo*.

2. Fundamentação teórica

2.1 – A análise do discurso

A abordagem metodológica privilegiada neste estudo é a análise de discurso, termo mencionado pela primeira vez por Z. S. Harris num artigo chamado *Discourse Analysis* - escrito nos anos 50 - mas que só ganhou corpo já nos anos 60. Este trabalho é considerado o marco inicial da análise do discurso, ainda que se apresente muito mais como uma extensão da lingüística imanente³, eximindo-se de propor reflexões acerca da significação e das condições sócio-históricas de produção.

Nesta mesma época merecem destaque também os trabalhos e artigos de Émile Benveniste acerca do conceito de enunciação que, ao chamar a atenção para o papel do sujeito neste processo, bem como sua inscrição nos enunciados emitidos, coloca em evidência a questão da relação estabelecida entre sujeito, enunciado e mundo.

A análise do discurso surge assim da necessidade de superação de um quadro teórico marcado por uma lingüística imanente, que não conseguia dar conta do texto em todas as suas nuances e complexidade. Na origem desta abordagem metodológica, os dois pesquisadores citados já apontam para duas formas distintas de pensar a análise do discurso que, tal como a conhecemos hoje, se nutre de duas tradições: a análise do discurso francesa e a corrente anglo-americana. Considerando suas diferenças epistemológicas, estas duas correntes nem sempre convergem.

Desde os anos 70 a análise do discurso francesa tenta articular lingüística e história. Possuem papel fundamental nesta corrente as teorias desenvolvidas por Louis Althusser, que apontam a função das ideologias como constitutivas da produção e reprodução

³ A lingüística imanente caracteriza-se pela separação do componente subjetivo da língua a partir do corte saussureano, considerando esta um sistema arbitrário do qual o homem apropria-se com fins de comunicação. Podemos dizer assim que a lingüística imanente se centra na língua, nela e por ela mesma.

dos sentidos sociais, por meio dos aparelhos ideológicos. De acordo com esta corrente, o discurso pode ser definido enquanto prática social que, ao mesmo tempo em que é determinada pelo contexto social e histórico, também ajuda a constituí-lo.

Por outro lado, a corrente anglo-americana - que nasceu na Inglaterra, mas se firmou nos Estados Unidos - incorpora elementos da sociologia, da psicologia e da etnologia, aproximando-se mais do empirismo e dos conceitos da psicologia do consciente. Nesta corrente a fala é concebida como uma forma de ação inteiramente originária do sujeito, correspondente à idéia de discurso como prática social.

Enquanto a corrente francesa, comumente designada pela sigla AD, acredita que o produtor do discurso não exerce autonomia sobre sua fala, já que esta é determinada por convenções e interesses político-ideológicos, a corrente anglo-americana acredita na força e autonomia de quem produz a fala, limitando assim a contextualização do discurso.

Segundo Charaudeau (1997), o discurso não é a língua, ainda que seja com esta que ele seja fabricado. O discurso gira em torno de algo que vai além das regras de utilização da língua, religando as circunstâncias nas quais se escreve ou fala. Estas circunstâncias constituem a identidade de quem fala e também a do sujeito ao qual o discurso se dirige.

O discurso é assim uma maneira de dizer, que pode ser mais ou menos esperada, codificada ou improvisada, segundo um conjunto de condições que o controlam. São estas condições extradiscursivas, aliadas a realizações interdiscursivas, que produzem o sentido do discurso. Ainda segundo o autor, a finalidade do discurso inserido num contrato de comunicação pode ser definida como dupla: uma visão de informação, ou seja, de fazer conhecer, e uma visão de captação, que significa produzir um objeto de consumo seguindo uma lógica comercial.

Conflitos à parte, é fato que as duas correntes de investigação – francesa e anglo-americana - contribuíram e muito para a constituição da análise do discurso, tal qual a

conhecemos hoje, quando uma de suas características principais é a descrição do texto em termos de teorias desenvolvidas em vários níveis ou dimensões discursivas.

2.2 – O posicionamento discursivo

Uma análise completa considera o texto jornalístico não apenas em seu âmbito textual, mas leva também em consideração as relações entre as estruturas deste e seu contexto cognitivo, social, histórico e cultural. Devem ser levados em conta ainda como objetos de investigação a produção textual e os processos de compreensão, as interações entre os usuários da linguagem, e as funções sociais e culturais do discurso.

No âmbito da análise do discurso, está o conceito de posicionamento discursivo, forjado, sobretudo, por Eliseo Verón. Baseada na teoria da enunciação, a metodologia do posicionamento discursivo oferece um vasto terreno para analisar as estratégias e estruturas dos veículos, englobando os aspectos discursivos do suporte de imprensa, mas também o que se encontra além das fronteiras de determinado produto. Neste método de análise, o processo de significação é estudado numa perspectiva diacrônica e sincrônica, levando em conta o duplo percurso analítico.

A análise do posicionamento discursivo abrange todos os aspectos da construção de um suporte e a sua ligação com o leitor: relação texto/imagem, modo de classificação do material redacional, dispositivos de chamadas (títulos, subtítulos, chapéus etc.), modalidades de construção das imagens, tipos de percursos propostos ao leitor e as variações que são produzidas, modalidades de paginação, e outras dimensões que podem contribuir para definir o modo pelo qual o suporte construiu a ligação com seu leitor.

Ao analisar pontos como a posição didática ou não assumida por um veículo, bem como a opção deste por transparência ou opacidade, distância ou diálogo, objetividade ou

cumplicidade, partilha de valores no nível do dito ou no plano das modalidades do dizer, é possível compreender como o posicionamento discursivo é construído, ou seja, como é apresentado um enunciador que propõe um lugar ao co-enunciador. Ao debruçar-se nas escolhas efetuadas em relação a estas dimensões é possível descrever as operações que, no discurso do suporte, determinam a posição do enunciador e, conseqüentemente, do co-enunciador.

Analisando o funcionamento do discurso, podemos distinguir os níveis do enunciado e da enunciação, dimensões fundamentais para o funcionamento de qualquer veículo de comunicação de massa. O primeiro corresponde àquilo que é dito e o segundo ao modo como é dito. Através da enunciação, ou seja, das modalidades do dizer, o discurso constrói uma determinada imagem de quem fala (chamado aqui de enunciador) e uma imagem daquele com quem se fala (o co-enunciador), estabelecendo como conseqüência um laço entre ambos que vai além do conteúdo do enunciado.

1. A imagem de quem fala: chamaremos essa imagem de enunciador. Aqui o termo “imagem” é metafórico; trata-se do lugar (ou dos lugares) que aquele que fala atribui a si mesmo. Essa imagem contém, portanto, a relação daquele que fala ao que ele diz.
2. A imagem daquele a quem o discurso é endereçado: o destinatário. O produtor de discurso não só constrói seu lugar ou seus lugares no que diz; fazendo isso, ele define igualmente seu destinatário.
3. A relação entre o enunciador e o destinatário, que é *proposta* no e pelo discurso. (VERÓN, 2004)

São as modalidades do dizer as responsáveis pela construção dos dispositivos de enunciação explicitados acima. Cabe ressaltar que todo suporte de imprensa possui seu dispositivo de enunciação próprio, podendo este ser estável ou instável, coerente ou incoerente, adaptado ou não a seus leitores.

O lugar daquele que fala pode ser definido como a imagem que o enunciador atribui a si próprio e que toma corpo a partir da relação criada perante o destinatário. Por enunciador, entendemos uma entidade discursiva que difere do chamado emissor “real”, já que um mesmo emissor pode ter discursos diferentes, de enunciadores também diferentes.

Já o lugar do co-enunciador, aquele a quem o discurso é endereçado, é definido no momento em que o produtor do discurso constrói sua própria imagem e também a imagem do destinatário, edificando dois lugares: o seu propriamente dito e o do outro. Podemos dizer que a relação entre ambos - enunciador e co-enunciador - é construída no discurso e pelo discurso. Através dos lugares estabelecidos para cada um deles, é possível caracterizar as modalidades do elo constituído no interior do discurso.

A teoria da enunciação estuda de qual maneira o ato de enunciação permite caracterizar como o individual se insere nas estruturas da língua. Para o enunciador, trata-se de utilizar expressões capazes de isolar, de identificar um objeto ou um grupo de objetos à exclusão de outros. (MAINGUENEAU, 1998)

Os dispositivos de enunciação colocam em relevo o modo como o sujeito se insere na organização da língua. Estes se apropriam da língua de diferentes formas, deixando marcas ou traços específicos. Estas marcas ou traços podem ser apreendidos através de patamares inseridos no interior do próprio discurso. Assim, o enunciado é apreendido pelas estruturas enunciativas e visto por meio de sua modalidade.

Num mesmo enunciado é possível construir uma diversidade de modalidades enunciativas, ou seja, uma série de diferentes relações entre enunciador e co-enunciador. Um mesmo conteúdo pode ser representado por estruturas enunciativas bem distintas e, em cada uma delas, o enunciador constrói um lugar para ele mesmo e posiciona o co-enunciador de certa forma, firmando assim uma relação entre essas duas entidades.

No suporte impresso, caso do nosso objeto de estudo, todo o conteúdo é representado por uma ou mais estruturas enunciativas. É o conjunto dessas estruturas que constitui o posicionamento discursivo do suporte e do leitor, bem como a relação estabelecida entre ambos.

Baseada na teoria da enunciação, a noção de posicionamento discursivo investe no elo entre a produção e o reconhecimento do discurso, muitas vezes apreendidos de forma

isolada. O elo entre o discurso e suas condições de produção e recepção, responsável por caracterizar o posicionamento discursivo de produtos de comunicação, é estabelecido pela prática social da leitura.

Desde que se assuma uma perspectiva discursiva na reflexão sobre leitura, alguns fatos se impõem em sua importância: a) o de pensar a produção da leitura e, logo, a possibilidade de encará-la como possível de ser trabalhada (se não ensinada); b) o de que a leitura, tanto quanto a escrita, faz parte do processo de instauração do (s) sentidos (s); c) o de que o sujeito-leitor tem suas especificidades e sua história; d) o de que tanto o sujeito quanto os sentidos são determinados histórica e ideologicamente; e) o fato de que há múltiplos e variados modos de leitura; f) finalmente, e de forma particular, a noção de que a nossa vida intelectual está intimamente relacionada aos modos e efeitos de leitura de cada época e seguimento social. (ORLANDI, 1996)

Enquanto processo sociocultural de construção de sentido e atividade significativa, a leitura liga as partes do discurso da imprensa, evidenciando o desnível entre a sua produção e o seu reconhecimento. Isso porque o discurso de um suporte de imprensa funciona como uma espécie de espaço imaginário – sem limites nem definições claras – onde são propostos múltiplos percursos ao leitor: um espaço repleto de objetos e cenários, habitado por diferentes personagens, onde o leitor pode escolher quais caminhos percorrer.

A leitura seria então o ato de jogar, movimentar este espaço metafórico, fazendo escolhas, estabelecendo relações, aceitando ou rejeitando o que lhe é proposto. E é justamente a compreensão desta articulação entre a produção e a recepção do discurso um dos principais desafios da análise do discurso.

Ler é fazer: é preciso, pois, terminar com o procedimento tradicional que se limita a caracterizar o leitor “objetivamente”, isto é, *passivamente* em termos de CSP (Categorias socioprofissionais) ou de estilo de vida, sem jamais indagar-se sobre a questão de saber o que ele faz (ou não faz) quando lê: caso se chegue a responder essa questão, compreender-se-ão melhor as razões pelas quais se lê o que se lê. (VERÓN, 2004)

2.2.1 – O sujeito no discurso

Para entender como a notícia se relaciona com os significados implícitos que ela traz torna-se necessário analisar o contexto cognitivo, social, político e cultural do discurso. Partindo do pressuposto de que os textos não possuem significado, são os usuários da linguagem e seus processos mentais que o atribuem, os usuários são também responsáveis por esclarecer as representações cognitivas e as estratégias jornalísticas empregadas na produção de notícias. Nós, enquanto usuários da linguagem, possuímos uma representação pessoal e única do texto, ou seja, um modelo de compreensão.

Desta forma, partimos do pressuposto de que o sujeito está condicionado às imposições da formação discursiva em que está inserido, a qual permanece regulada por uma formação ideológica. Por formação discursiva, concepção desenvolvida pelo filósofo Michel Foucault, entende-se um conjunto de regras anônimas, históricas, sempre determinadas no tempo e no espaço que definiram em uma época dada, e para uma área social, econômica, geográfica ou lingüística dada, as condições de exercício da função enunciativa.

A formação discursiva constitui as regras que determinam tanto o que deve ou pode ser dito de acordo com a posição ocupada pelo sujeito discursivo, quanto o que não pode, regulando assim o interno e o externo do discurso. Porém ela não age de forma solitária, interage com outras numa relação de contraposição ou complementação, caracterizando-se pela dispersão de enunciados que são a todo tempo retomados e reformulados.

Segundo Eliseo Verón, não é mais possível afirmar que o sentido se encontra fechado no objeto, já que sua produção acontece nas relações sociais, de acordo com condições históricas, sociais e culturais. O sentido é construído pela relação ou interação. Em se tratando de sujeitos discursivos, o sentido é engendrado pela relação no interior do ato de enunciação e, no caso dos sujeitos sociais, ele é criado a partir da relação existente no interior do campo social, mais especificamente, no campo de produção jornalístico.

Por isso, não basta apenas descrever o funcionamento conotativo do sentido, é preciso aprofundar-se em seu processo de produção, circulação e consumo. Apresentando-se sempre em processo de construção, o sentido é produzido pelos atos de fala e se estabelece na relação de um indivíduo com o outro.

Uma mensagem nunca produz automaticamente um efeito. Todo discurso desenha, ao contrário, um *campo de efeitos de sentido* e não um e único efeito. A relação entre a produção e a recepção (prefiro chamar esta última de reconhecimento) é complexa: nada de *causalidade linear no universo do sentido*. (VERÓN, 2004)

O público, enquanto usuário da linguagem, possui também um modelo mental de contexto comunicativo, que engloba informações sobre os objetivos do discurso, os atos comunicativos e as características da audiência. Estes modelos se baseiam em representações ou cognições sociais, que são propriedades de grupos e não opiniões específicas.

Os modelos e as cognições sociais funcionam como a conexão entre texto e contexto. A partir desses modelos são orientadas as práticas de seleção do que será ou não lido, escolha e interpretação de fontes de informação, enfim, o modo de descrever um acontecimento dentro de um suporte.

3. O corpus de análise

Atrevida, Capricho e Todateen são indiscutivelmente as três maiores revistas adolescentes brasileiras, tanto do ponto de vista de suas tiragens quanto da participação no mercado, tradição e história. Delimitar e classificar uma publicação como revista adolescente não é uma tarefa difícil. A escolha por este público alvo⁴, além de ser declarada a todo o tempo pelas publicações, pode ser percebida nas temáticas abordadas, nas estratégias discursivas empregadas, nas fotos e na diagramação, na linguagem utilizada, entre muitos outros fatores.

Afirmar que uma revista é voltada para o público adolescente não exige nada além de conclusões óbvias. Contudo, um outro problema é apresentado: como definir quem é o adolescente. Uma das maiores dificuldades na definição do conceito de adolescência é fruto da delimitação etária do período, já que existem muitas diferenças tanto em relação ao contexto cultural, quanto ao gênero masculino/feminino, e também quanto às condições socioeconômicas. Além disso, é possível encontrar num mesmo meio uma grande variação de indivíduo para indivíduo.

Este fato também torna difícil definir quando o período da adolescência tem fim já que afirmar que este acaba quando o adolescente passa a ser adulto é um tanto quanto vago, além de variável. Ao chegar ao final da adolescência, a maioria dos jovens já é capaz de compreender o papel ativo que desempenha na orientação da própria vida, tomando decisões e aceitando compromissos. Em teoria, o adolescente cumpriu tarefas como a afirmação da

⁴ Ao considerar que ser destinatário de um discurso significa ser interpelado por ele e ser alvo do seu sentido, podemos afirmar que o público do discurso mediático não é constituído por aqueles que o escutam, e sim por aqueles que são por ele interpelados ou envolvidos. Seguindo o conceito de público enquanto aquele se manifesta como destinatário, deixando-se orientar e dirigir pelo discurso mediático, podemos afirmar que o público destas revistas é realmente constituído por adolescentes do sexo feminino, de bom poder aquisitivo e que estejam, independente da idade, vivendo a adolescência.

identidade pessoal, sexual, social e intelectual, além de ter interiorizado as normas sociais vigentes e conquistado sua autonomia.

Tendo em vista todas estas dificuldades de definição mas levando em conta as questões levantadas, o presente estudo adotou como concepção de adolescente o mesmo conceito já adotado pelas revistas analisadas, ou seja, o de jovens com faixa etária entre 10 e 19 anos; definição esta que coincide com aquela dada pela Organização Mundial de Saúde. Servindo apenas a fins práticos, esta definição etária não tem a pretensão de caracterizar por si só o adolescente.

Uma outra questão colocada é a opção pelo formato “revista” para estas publicações, escolha que já demonstra uma construção específica de sentido. Reflete uma série de escolhas que vão desde a preferência por apresentar “matérias frias” (que não trazem necessariamente fatos novos) em vez de notícias, passando pela importância das imagens e principalmente das fotos para a construção do discurso, e chegando ao próprio perfil de público leitor desejado, já que tradicionalmente os adolescentes mostram-se mais inclinados à leitura de revistas do que de jornais.

Ao exercer a função de catalisadoras de sentido, as revistas assumem o papel de divulgar e esclarecer as informações de forma didática. Buscando otimizar a compreensão, apresentam ao leitor uma imagem esmiuçada do real. No entanto, não se pode esquecer que a revista assume outros papéis além daquele de informar, o que significa dizer que seus textos carregam outros sentidos como a persuasão, a homogeneização de opiniões e comportamentos, e a ideologia do sucesso. Ou seja, cada revista é um sujeito semiótico, com um estilo próprio, uma identidade e uma imagem que a diferenciam perante seus leitores e concorrentes.

Devemos considerar também o fato de que o discurso produzido pelas revistas jovens possui a capacidade de adaptar-se conforme o momento histórico e social,

introduzindo, quando necessário, alterações na linguagem empregada. Ao entender a linguagem como uma atividade dinâmica e socialmente produzida, torna-se importante perceber a sua sujeição às mudanças relacionadas diretamente com a identidade dos sujeitos que dela se apropriam e também com condições ambientais, objetivos, funções e época em que está sendo utilizada.

Além das reformulações na linguagem empregada, merece atenção também a transformação da formação discursiva, constantemente atualizada e reinventada com o objetivo de retratar a realidade da sua época. Atentas às transformações pelas quais passam os jovens, as revistas precisam estar preparadas para modificar seu discurso, de acordo com as necessidades impostas pela realidade.

3.1 – Atrevida

No site da Editora Símbolo, responsável pela publicação da Atrevida, encontramos a seguinte definição da revista:

A revista Atrevida fala a linguagem da adolescente, trazendo assuntos como amor, relacionamento, sexualidade, beleza, moda, música, ídolos e atualidade. É uma revista completa, a preferida das garotas brasileiras. Sua leitora é a adolescente que procura informações sobre as mudanças que estão ocorrendo na sua vida. Interativa, atendida e atualizada, a leitora de Atrevida está sempre aberta a novidades. (SÍMBOLO, 2006)

De acordo com uma pesquisa realizada pela própria editora e divulgada no site, o público-alvo da Atrevida são mulheres das classes A e B, na faixa etária dos 10 aos 19 anos, resumida em poucas linhas como “a adolescente que procura por informações sobre as mudanças que estão ocorrendo em sua vida. Interativa, atendida e atualizada, a leitora de Atrevida faz questão de ser líder do seu grupo. Por isso, quer ser a primeira a saber das novidades do mundo teen”. O site indica também que a revista possui uma tiragem mensal de 174.000 exemplares e cerca de 1.350.000 leitores.

A *Atrevida* é estruturada basicamente a partir de diversas seções fixas, entre as quais estão: “Escreve para mim” (reúne cartas, e-mails e mensagens enviados por leitores), “Que mico!” e “Quá-Quá” (voltadas para piadas e histórias engraçadas enviadas por leitores), “Shopping”, “É a sua cara” e “Agora é Moda” (apresentando roupas, sapatos, acessórios e produtos de beleza), “De olho no futuro” (traz informações sobre cursos, faculdades e profissões), “É Quente” (um apanhado de pequenas notícias, perfis, entrevistas e fofocas sobre artistas de TV, cinema e música, além de dicas de filmes, cds e livros).

No âmbito da sexualidade temos: “Namoros e Rolos” e “Sexo Seguro” (perguntas e respostas sobre comportamento e sexualidade na adolescência), “Palavra de Menino” (seção na qual uma repórter vai às ruas para colher depoimentos de garotos desconhecidos sobre um tema específico a cada mês), “Papo de Garota” (textos literários sobre temas do universo adolescente, especialmente relacionados à sexualidade, escritos pela jovem autora Valéria Polizzi). Além das seções fixas, há sempre matérias e reportagens especiais que abordam o comportamento e a sexualidade na adolescência.

A diagramação no interior da *Atrevida* segue os padrões da capa: muitas cores, flores, estrelas e corações, além de fotos “pose” de famosos. São comuns também ilustrações simples e bem humoradas, além de boxes de vários tamanhos e formatos. A diagramação como um todo é leve e moderna, ainda que algumas páginas acabem ficando muito carregadas principalmente pelo excesso de cores. (ANEXO A) Aliás, a sobriedade costuma passar longe da diagramação de grande parte das edições analisadas.

3.2 – Capricho

Ocupando a primeira posição em tiragem em relação às outras revistas brasileiras direcionadas a adolescentes, está a revista *Capricho*, publicação do grupo Abril. No próprio site da Editora, a revista é definida da seguinte forma:

Revista com foco total nas adolescentes que se interessam por tudo que é novo. Líder absoluta no seu segmento, CAPRICHÔ é uma linha direta com a garota que está definindo sua personalidade e também construindo seu perfil de comportamento e consumo. CAPRICHÔ fala de meninos, amigos, família, escola, ídolos. Traz serviços, compras, programas, dicas do que ouvir, ler, lugares para ir, enfim, tudo que ela procura para fazer suas escolhas, inclusive produtos e serviços que possam ajudá-la nessa fase da sua vida. (ABRIL, 2006)

Segundo pesquisa realizada no ano de 2005 pelo Instituto Marplan - empresa privada que periodicamente desenvolve pesquisas de opinião entre os leitores do grupo Abril - 87% dos leitores da revista Capricho são mulheres, sendo que 59% do total têm entre 10 e 19 anos, e 76% pertencem às classes B e C. A pesquisa indica também um total de 2.509.000 leitores e tiragem de 176.260 exemplares.

No mercado desde 1952, a Capricho sofreu algumas modificações ao longo dos anos como, por exemplo, no estilo. Na época do seu surgimento, a revista trazia uma série de fotonovelas em suas páginas. Modificações também aconteceram no tipo de papel de impressão, no grafismo e no cromatismo. No entanto, o nome⁵ e o público alvo sempre foram mantidos.

Com número de páginas que varia entre 100 e 130, a Capricho é dividida em quatro grandes seções: 1 - Gente, 2 - Beleza, 3 - Moda e 4 - Vida Real. A primeira seção, “Gente”, trata de aspectos da vida cotidiana de pessoas famosas, ligadas principalmente à TV, música e cinema. São entrevistas individuais e coletivas, depoimentos e matérias, sempre repletas de fotos. Na segunda seção, “Beleza”, são abordadas questões ligadas à saúde, ao corpo, dietas, ginástica, cuidados com a pele e com os cabelos. Na terceira seção, “Moda”, pode-se encontrar as últimas tendências em roupas, calçados e acessórios.

A quarta seção, “Vida Real”, apresenta assuntos variados, porém, o que prepondera como temática são questões ligadas ao relacionamento homem/mulher, namoro e

⁵ Toda marca tem uma história e o nome próprio desta funciona como uma espécie de memória que acumula e guarda seu passado comunicacional. A Capricho manteve seu nome até os dias de hoje, o que denota uma identificação com o público, ou seja, quando se fala no nome da revista esta é logo reconhecida.

sexualidade. Nesta seção estão matérias e reportagens especiais; seções de perguntas e respostas acerca da sexualidade; uma coluna chamada “Sexo”, assinada pela jornalista e educadora sexual Laura Muller; além de depoimentos de adolescentes e artigos escritos por jornalistas, especialistas ou pelos próprios adolescentes.

A diagramação da Capricho prima pela profusão de cores, fotos e ilustrações. (ANEXO B) Em oposição ao que acontece com as outras duas revistas analisadas, a Capricho preza por certo equilíbrio na diagramação, evitando excessos de cores e figuras - ainda que o exagero esteja presente em algumas edições. A revista assemelha-se às demais ao privilegiar uma diagramação leve e divertida, com muitas fotografias e ilustrações em tons bem humorados.

3.3 - Todateen

No site da Editora Alto Astral, responsável pela Todateen, encontramos a seguinte definição da revista:

A revista é dirigida para garotas que gostam de ler sobre amor, artistas e relacionamentos e estar por dentro das novidades sobre música, beleza e moda. A leitora encontra matérias sobre comportamento, dicas de conquista, orientações e tira dúvidas sobre amor e sexo, posters de artistas da tv e da música, testes e muito mais. (ALTO ASTRAL, 2006)

Segundo pesquisa publicada no site e realizada pelo Instituto Marplan, entre janeiro e setembro de 2005, a revista tem uma tiragem mensal de 130.850 exemplares. O perfil do leitor é de 93% de mulheres, a maioria (73%) entre 10 e 19 anos, sendo que 76% das leitoras são das classes B e C.

O modo como é estruturada a revista Todateen é semelhante à Atrevida, com muitas seções fixas que neste caso, porém, costumam mudar de nome num curto espaço de tempo, sem que isso interfira no conteúdo. As principais seções fixas são: “Toda tua”/ “TodaGalera” (seção de cartas e e-mails de leitores), “X-Tudo” (dicas de assuntos variados,

principalmente cinema, música, internet e literatura), “Balaio de Gatos” / “Miau” (fotos e informações sobre celebridades), “Fique linda” / “Cia da Beleza” (dicas de saúde, maquiagem, cabelo e dietas), “Pensando no futuro” (traz a cada mês a descrição de uma profissão), “Moda in” e “Toques” (dicas de moda, tendências fashion e sugestões de presentes) e “Entrevisteen” (entrevistas com ídolos adolescentes).

Em se tratando de sexualidade, as principais seções são: “Sexo 100 vergonha” (perguntas e respostas sobre sexo), “Tintim por tintim” (perguntas e respostas sobre relacionamentos e comportamento), “Testes” (quiz interativo sobre temas geralmente ligados a questões comportamentais). Depois de uma mudança editorial, as seções “Sexo 100 vergonha”, “Tintim por tintim” e “Belafera” (perguntas e respostas sobre saúde e beleza) foram reunidas numa seção única chamada “Altos Papos”, que privilegia temas ligados à sexualidade.

Dentre as três revistas analisadas, a Todateen pode ser considerada a menos inventiva no que diz respeito à criatividade dos recursos gráficos utilizados. As estratégias utilizadas para imprimir um visual leve e moderno à publicação são sempre as mesmas, bem como a estruturação das matérias e seções fixas. Há um claro padrão no que tange à concepção das capas e páginas internas, que seguem sempre uma mesma lógica de arrumação do texto, posicionamento dos títulos e inserção de fotos e ilustrações. (ANEXO C)

4. Análise do corpus

Esta análise se concentrará naquelas que são consideradas por suas tiragens, tradição e participação no mercado, as três maiores revistas voltadas para adolescentes do sexo feminino no Brasil: *Atrevida*, *Capricho* e *Todateen*. Estas publicações serão analisadas inicialmente pelo período de dois anos - de 2003 a 2005, o que corresponde a 24 edições mensais da revista *Atrevida*, 24 edições mensais da revista *Todateen* e 48 edições quinzenais da revista *Capricho*.

4.1 - Destrinchando as revistas

Durante o período que vai do ano de 2003 até o ano de 2005, ou seja, no espaço de dois anos, foram coletadas e analisadas matérias publicadas nas revistas *Atrevida*, *Capricho* e *Todateen*. Como critério de escolha, em busca de uma melhor visibilidade da questão e do recorte das transformações discursivas, foram utilizadas para a pesquisa matérias e reportagens ligadas diretamente à temática “sexualidade na adolescência”, considerando que esta é uma temática recorrente nas revistas, estando presente em todas as edições, seja sob forma de artigos, notícias ou seções de perguntas e respostas. Apesar do foco principal nas citadas matérias, as revistas não deixaram, em momento algum, de serem analisadas em sua totalidade, englobando os aspectos gerais de cada publicação.

Este corte temporal (2003-2005) foi escolhido diante da necessidade de obter uma visão contemporânea e atual do fenômeno, mas também tendo em vista as dificuldades encontradas no acesso ao material a ser pesquisado. Com exceção da revista *Capricho*, todas as revistas possuem um processo de arquivamento precário das edições anteriores, tanto no que diz respeito à versão impressa, quanto eletrônica. Além de restringir o acesso ao material,

esta forma de arquivamento também não apresenta alternativas de busca por temas e nem possui dados e controle precisos acerca das edições antigas ⁶. Por este motivo, o acesso ao corpus de pesquisa foi quase totalmente possibilitado pelo contato com colecionadores e não através das editoras responsáveis pelas publicações.

Como já foi dito anteriormente, para o estudo deste corpus utilizaremos a análise do discurso como principal referencial metodológico, mais especificamente o conceito de posicionamento discursivo, sistematizado por Eliseo Verón. Se concebermos a definição de notícia enquanto um texto jornalístico com a função de informar fatos novos ao leitor, não poderíamos afirmar que estamos a todo tempo lidando com notícias propriamente ditas neste trabalho. Em contrapartida, também não podemos negar que se trata efetivamente de texto jornalístico, que respeita determinados critérios de noticiabilidade e segue padrões estabelecidos pela linguagem do jornalismo.

Desta forma, optamos por chamar os elementos analisados neste trabalho de “matérias”, tomando como base o conceito expresso no dicionário de comunicação (RABAÇA & BARBOSA, 1978), segundo o qual matéria consiste em tudo o que é publicado ou feito para ser publicado por um jornal ou revista, incluindo texto e ilustrações. O original de qualquer notícia, artigo, crônica ou nota em sua forma impressa recebe o nome genérico de matéria.

Como já exposto anteriormente, foi adotado como conceito de leitores das revistas jovens do sexo feminino na faixa etária dos 10 aos 19 anos. Ainda que tenha sido percebido um aumento do número de jovens do sexo masculino que consomem as revistas, este número ainda pode ser considerado insignificante, principalmente considerando que essa mudança

⁶ Segundo informações obtidas através do setor de Atendimento ao Leitor da revista Capricho, tomamos conhecimento de que o processo de arquivamento da revista se dá de duas formas: através do arquivamento das edições impressas em um único livro de capa dura com todas as edições do ano, que são catalogados inclusive por data; e através do arquivamento eletrônico, feito a partir de 1996. Considera-se também que todas as edições impressas são catalogadas no Departamento de Documentação (DEDOC) da Editora Abril, onde é possível pesquisar por palavra-chave, assunto ou data da edição. Quanto às matérias relacionadas à sexualidade, foi informado que há aproximadamente 142 matérias arquivadas no departamento de documentação.

pouco refletiu na construção do discurso: as revistas continuam sendo voltadas para as meninas e, mesmo quando aparecem nelas, os garotos encontram-se inseridos no universo feminino.

No estudo do posicionamento discursivo construído por um suporte impresso, podemos considerar alguns aspectos que contribuem para o estabelecimento do laço com o leitor e da posição de ambos no discurso, são eles: capa, relação texto/imagem, modo de classificação do material, dispositivos de chamada como títulos e subtítulos, modalidades de construção das imagens, tipos de percursos propostos ao leitor, formas de diagramação, desenho das páginas, entre outras.

Porém, para empreender uma análise completa é necessário estarmos atento a três exigências: certificar-se da regularidade das propriedades mostradas, estas devem ser invariantes e estáveis; pensar as diferenças e semelhanças entre as revistas analisadas⁷; sistematizar e configurar as propriedades exibidas pelo suporte. Considerando que o discurso informativo na imprensa caracteriza-se por esquemas fixos que contém categorias convencionais como títulos, matérias de capa, artigos opinativos, é preciso considerar o tamanho dado às matérias, o tipo de título, a utilização de determinados tamanhos de fonte ou negrito, as fotos e muitas outras propriedades na apresentação das notícias.

Deve-se também analisar quem são os atores sociais, protagonistas e secundários, nas páginas das revistas; quem são os atores sociais ativos e passivos; quais ações e fatos são descritos ou ignorados; quais fontes de informação são citadas e se legitimam; quem é ou não citado. Além disso, é importante destacar recursos comumente utilizados pelas revistas; um deles é o emprego de elementos para produzir identificação com o leitor, como por exemplo, a

⁷ Ainda que não se constitua no objetivo central deste trabalho, buscar as especificidades e peculiaridades de cada publicação, bem como analisar seus respectivos contratos de leitura, apresenta-se como um bom desdobramento a ser seguido posteriormente. Entretanto, no momento, as atenções estão voltadas para o modo como as revistas adolescentes, de modo geral, constroem o tema sexualidade.

inserção de depoimentos de outros jovens da mesma faixa etária, que teoricamente vivem situações parecidas, têm os mesmos anseios e questionamentos.

Na busca por marcas do discurso que dêem pistas de como a posição e a relação revista/leitor é construída no que tange à sexualidade, serão analisadas as seguintes categorias convencionais: títulos, fontes de informação e espaços reservados ao leitor. Entretanto, não se pode esquecer que a análise discursiva não se ocupa apenas de discursos lingüísticos e verbais, mas também de outras dimensões semióticas, como imagens e gestos.

Essas outras dimensões se apresentam nas páginas das revistas sob a forma das fotos e da diagramação como um todo. Estes elementos que constituem o discurso imagético assumem um lugar privilegiado na construção do discurso de qualquer suporte, entretanto, não serão objetos de análise do presente estudo. Uma outra categoria convencional importante, mas que não será tratada de forma profunda neste momento, é a capa das revistas.

Na capa de um suporte de imprensa, o enunciador pode agir de várias formas e essas diversas modalidades de enunciação constituem um fator crucial na construção do posicionamento discursivo. A capa pode mostrar, de uma maneira condensada e ao mesmo tempo precisa, a natureza que rege o suporte e o posicionamento construído por ele.

No caso das capas das revistas adolescentes analisadas, nota-se a existência de uma estrutura pré-concebida na qual os eventos e matérias vão se encaixando. Esta estrutura parece estar lá antes mesmo do evento apresentar-se, como se existisse uma espécie de saber responsável por controlar o impacto do acontecimento. Este saber configura-se como um elemento constitutivo da relação estabelecida entre as revistas e seus leitores.

As capas das revistas são sempre muito coloridas, abusam dos tons de rosa, vermelho e azul. A maior parte das publicações analisadas traz em suas capas a figura de uma adolescente, que pode ser uma celebridade ou uma modelo desconhecida, em fotos do tipo pose. (ANEXO D) Neste modelo predominante, o enunciador procura interpelar a leitora pelo

viés do olhar da garota fotografada, estabelecendo uma relação de cumplicidade. Em nenhuma das capas analisadas o co-enunciador é posicionado como mero espectador, alguém que olha um personagem que não o vê. Pode-se afirmar que nenhum dos exemplares estudados apresenta capas que buscam manter certa distância do co-enunciador.

O segundo modelo de capa mais comum traz uma personalidade famosa do sexo masculino, geralmente um ator ou cantor, acompanhado de modelos femininas desconhecidas numa foto tipo “pose”. (ANEXO E) Este tipo de foto é uma estratégia para representar a leitora adolescente junto ao seu ídolo e assim criar vínculos mais íntimos entre revista e leitor. Vale ressaltar que a celebridade que aparece na capa também surge no interior da publicação numa entrevista ou reportagem especial, em que fala sobre suas preferências, revela segredos e conta detalhes da sua vida.

Em menor escala, mas ainda de forma recorrente, estão as capas que apresentam um casal de modelos adolescentes desconhecidos em momentos que simulam um clima de romance. (ANEXO F) Nesses casos, as fotos do tipo “pose” objetivam o envolvimento do leitor com as situações abordadas ao longo de toda a revista, como paixão, namoro e paquera. A intenção é contagiar aquele que lê ao mesmo tempo em que cria laços de cumplicidade com este.

Independente do tipo de foto apresentada, existem algumas características que são peculiares a grande parte das capas analisadas e que indicam o tipo de enunciador predominante nas revistas adolescentes: a) a hierarquização, por tipografia e cor, das matérias anunciadas pelos títulos, havendo sempre uma ou duas que são extraídas como as mais importantes e que, conseqüentemente, recebem maior destaque; b) a quantificação, como no exemplo, “Descubra os 7 erros da paquera”; c) a opção constante por perguntas, como em “por que eles são tão galinhas?”; d) a utilização de títulos com citações entre aspas

funcionando como testemunhos que remetem ao gênero da reportagem, como em “Eu consegui!”.

A partir da configuração destes elementos é possível afirmar a existência de um enunciador pedagógico (aquele que pré-ordena o universo do discurso tendo o objetivo de guiar e informar o leitor), mas que não tem a intenção de conservar uma distância objetiva deste. E para aproximar-se, de forma não-pedagógica, este enunciador interpela o co-enunciador diretamente e põe a sua fala em cena, instaurando um clima de cumplicidade por meio do qual irá informar, dar conselhos e transmitir valores implícitos.

4.2 - Quem fala sobre sexualidade nas páginas das revistas

O modo como a sexualidade é retratada nas revistas adolescentes torna-se perceptível também através da utilização das vozes no discurso. Marcado no tempo e no espaço, o sujeito que ganha voz é essencialmente histórico. Sua fala é produzida a partir de um determinado lugar e um determinado tempo e, por isso, além de histórico podemos dizer também que este sujeito é ideológico.

Como fonte entendemos quaisquer personagens, instituições ou documentos que prestam informações, testemunham ou participam de eventos de interesse público. (LAGE, 2003). São estas fontes as responsáveis por fornecer fatos, versões e números aos jornalistas. A estes, cabe a tarefa de selecionar e questionar estas fontes, bem como colher dados e depoimentos, situá-los em algum contexto e processá-los segundo técnicas jornalísticas.

Ao escolher uma voz como fonte de informação para determinada matéria parte-se, em geral, do pressuposto de que ela não possui ligações diretas com o enunciado que está transmitindo, ou seja, que ela não tem interesse específico na sua produção. Tratar uma voz enquanto fonte significa postular que ela não mantém relações, que poderíamos chamar de

‘orgânicas’, com seu enunciado e, conseqüentemente, também não possui interesse engajado naquilo que é produzido.

No entanto, não há como negar que a fala de qualquer fonte funciona como uma espécie de recorte das representações de um certo tempo histórico e espaço social. Como conseqüência disso o sujeito que fala posiciona seu discurso em relação ao discurso do outro, ou melhor, dos outros, num processo que envolve além do co-enunciador, outros discursos produzidos historicamente e que emergem no momento da fala (VERÓN, 2004).

Dentro deste processo de interação discursiva, o caráter heterogêneo da linguagem manifesta-se de diferentes formas na superfície do discurso, o que assinala para o fato de que o tratamento dado às fontes varia de veículo para veículo e a citação das mesmas não segue uma estratégia única. Sendo assim, a revista, tal como o jornal, é o regente da sinfonia de vozes que reproduz.

No caso das revistas adolescentes, a busca pela objetividade ou imparcialidade do discurso não é uma prioridade, ainda que haja sempre a procura pelo equilíbrio através, por exemplo, de estratégias conhecidas como aquela de sempre ouvir os dois lados opostos de uma mesma história. Por este motivo, as fontes de informação muitas vezes têm ligação e interesse diretos no enunciado que está sendo produzido e cabe ao repórter garantir o tom equilibrado da matéria.

As fontes de informação mais requisitadas pelos repórteres das revistas adolescentes analisadas são: personalidades famosas (artistas da televisão, cinema e música principalmente); especialistas (em sua maioria ginecologistas, psicólogos e sexólogos); e os próprios adolescentes (grande parte das vezes representados pelas garotas, mas em alguns momentos também pelos garotos).

Os especialistas - ginecologistas, psicólogos, sexólogos, terapeutas e pesquisadores - são consultados sempre que se deseja conferir credibilidade a uma mensagem.

A revista recorre à voz do especialista, enquanto detentor de um conhecimento específico, sempre que deseja evocar certa legitimidade, ou melhor, conferir um tom científico à matéria. Estes especialistas, abalizados e autorizados para falar sobre o assunto e responder às indagações, têm em suas mãos o poder da ciência e da pesquisa em relação a quem os ouve – os leitores. Assim, caberia ao especialista passar seus conhecimentos e, aos leigos, escutar e absorver as informações.

A seguir, estão algumas falas de especialistas que aparecem nas matérias sobre sexualidade analisadas:

A camisinha é um excelente método anticoncepcional, desde que seja utilizada direito em TODAS as relações sexuais. Ela deve ser colocada no início da relação e retirada imediatamente após a ejaculação. Não pode haver ar no interior da camisinha, pois isso aumenta o risco dela rasgar. *Dr Théo Lerner, ginecologista. (TODATEEN, março de 2004)*

O fator novidade é o grande convite para a traição, até mesmo quando o relacionamento vai bem. Ainda que o garoto esteja amando a namorada, ele pode se sentir atraído por outra, pelo simples fato de querer experimentar algo diferente. *Dr. Aílton Amélio da Silva, psicólogo. (ATREVIDA, dezembro de 2003)*

AZT é um dos medicamentos disponíveis para tratamento da aids. Na verdade estas drogas não acabam com o vírus, mas dão ao doente uma maior chance de viver com qualidade ou até mesmo de esperar um tratamento que venha a acabar com essa doença. *Dr. Sérgio dos Passos Ramos, ginecologista. (TODATEEN, janeiro de 2004)*

Estes discursos se mostram baseados num referente técnico, ou seja, o universo que eles evocam é o da ciência, que não deve ser questionada e sim, seguida. Nesta perspectiva, o discurso científico seduz a partir da produção de verdades nas quais estão embasadas as noções do que é certo ou errado, o que é natural ou não, o que deve ou não deve ser feito. Este leque de alternativas está inserido em escolhas racionais que subsidiam os comportamentos individuais. No caso do segundo exemplo citado, a credibilidade do especialista reside não apenas no conhecimento que ele detém, mas também na experiência acumulada ao longo dos anos de profissão.

Com efeito, o texto escrito possui, mesmo quando o denega, um *tom* que dá autoridade ao que é dito. Esse tom permite ao leitor construir uma

representação do corpo do enunciador (e não, evidentemente, do *corpo* do autor efetivo). A leitura faz, então, emergir uma instância subjetiva que desempenha o papel de fiador do que é dito. (MAINGUENEAU, 2002)

Uma outra categoria de fontes de informação que podemos enquadrar enquanto discurso de especialista são as chamadas fontes materiais, entre elas pesquisas, livros e sites. Estes costumam ser consultados com frequência sempre que se faz necessária a apresentação de números e informações oficiais. Estas fontes aparecem claramente demarcadas no discurso e sua utilização funciona como atestado de veracidade da informação, contribuindo para a legitimação do discurso midiático produzido pelas revistas:

O papo de que o fantasma da aids passou é cascata. O HIV continua apavorando. Segundo o relatório da ONUAids, programa das Nações Unidas e da Organização Mundial de Saúde, o Brasil tem 600 mil pessoas infectadas pelo HIV, um terço dos casos da América Latina. O estudo mostra que a transmissão heterossexual continua crescendo. (CAPRICHIO, 12 de dezembro de 2004)

56,7% das garotas têm o hábito de se masturbar e 63,5% praticam a masturbação junto com o namorado. Fonte: Enquete feita no site da revista Capricho com 1163 leitoras de 10 a 22 anos. (CAPRICHIO, 16 de novembro de 2003)

No dicionário Houaiss, virgindade é 'a condição da mulher que nunca teve relações de sexo vaginal'. Mas todas as práticas listadas ao lado são experiências sexuais. E, assim como a penetração vaginal, requerem cuidados. (CAPRICHIO, 19 de setembro de 2004)

O discurso técnico-científico dos especialistas assume o valor de certeza, verdade, impondo-se pela sua própria fala. Este tipo de discurso reveste-se de autoridade e poder diante dos leitores, considerados indivíduos leigos. Dessa forma, a impressão que se tem é que somente sua palavra basta; a sua palavra enquanto especialista, independente de ser um profissional famoso ou de grande destaque no meio.

Nos trechos acima, a revista apropria-se de informações reconhecidamente confiáveis para revestir seu discurso de legitimidade: para mostrar ao leitor que a aids continua a ser uma doença temível, a afirmação da repórter não é suficiente, é necessário que esta esteja ancorada em dados reais, produzidos por fontes seguras.

A recorrência ao discurso do especialista é uma estratégia claramente pedagógica. Entretanto, não é o desejo das revistas assumir a posição de um enunciador pedagógico, que conserva uma distância objetiva do leitor e o coloca numa posição desigual. Para fugir do tom didático, as revistas investem, sempre que especialistas são consultados, numa linguagem clara e leve, mais próxima possível do modo de falar dos adolescentes, além de estratégias de interpelação da leitora, entre elas o uso de pronomes como ‘nós e ‘você’. Nestes casos, as modalidades do dizer assumem importância especial na camuflagem de uma característica que, como poderemos observar em diversos momentos, não é desejada pelas revistas.

Já no caso dos artistas, o que conta não é a legitimidade alcançada através da detenção do conhecimento, mas a sua imagem - esta sim apresenta grande poder de persuasão. Quando o enunciador é representado por um artista, só a fala não é o bastante; esta deve estar articulada a uma imagem. Faz-se necessária a sua imagem corporal, que assume assim o papel do discurso propriamente dito. Em se tratando de celebridades, o apelo é feito através do universo artístico/imagético.

A imagem que o artista famoso transmite de estilo de vida ideal e plena realização afetiva e profissional cria uma espécie de interação com o público e, concomitantemente, seduz através do desejo que desperta nas pessoas de ser como eles. São artistas que estão em evidência na televisão, no cinema, na música, no esporte, nos jornais, nas revistas e nas propagandas publicitárias. São discursos que se referem diretamente a um mundo de fama, sucesso e realização. Aqui, o universo do discurso é o meio artístico, reconhecido pela sociedade em geral como lugar da fama e do sucesso, no que diz respeito aos aspectos pessoal, afetivo, profissional e econômico.

Foi o que aconteceu com a atriz Nathália Rodrigues, a Carla de *Malhação*. Quando ela tinha 14 anos e foi morar no Japão para trabalhar como modelo, começou um rolo com um modelo brasileiro que também estava no país a trabalho. ‘Tinha acabado de terminar um namoro, apesar de ainda estar apaixonada, porque não acreditava que o meu namorado fosse me esperar no Brasil sem me trair. E troquei um problema pelo outro. Estava carente no Japão, fiquei com esse modelo brasileiro e acabei sendo traída’, revela, hoje

vendo a história com bom humor. (ATREVIDA, novembro de 2004)
(ANEXO G)

Não tenho namorada, mas carrego um preservativo na carteira. Uma hora vou precisar. Uma vez estourei uns três antes de conseguir colocá-los. A menina que estava comigo riu muito e, com razão, porque a situação era engraçada. Confesso que fiquei um pouco nervoso. *Felipe Dylon, cantor.* (CAPRICHOS, 30 de novembro de 2003)

Eu sempre me preocupava se eu ia fazer certo ou errado. Ficava imaginando e perguntava para minha mãe: como é que a boca pode se encaixar? Minha mãe falava: você vai ver na hora que é natural. Eu pensava: minha cabeça vai para um lado, a dele vai para o outro, como fazer? Mas quando dei meu primeiro beijo descobri que não existe certo ou errado. *Thais Fersoza, atriz.* (TODATEEN, novembro de 2003)

A revista convoca as celebridades num movimento de auto-valorização perante a leitora. Neste processo de auto-valorização, podemos afirmar que as personalidades são ouvidas por três principais motivos: saciar a curiosidade dos leitores, já que há um indiscutível interesse pela vida profissional e pessoal das celebridades; oferecer uma espécie de “algo a mais” à matéria, conferindo status à publicação; ou ainda, numa estratégia de aproximação entre celebridades e leitores com o objetivo de mostrar que os temas e situações abordados não dizem respeito apenas ao universo do leitor.

Sabe aqueles amigos que, quando você arranja um paquera novo, ficam morrendo de ciúme? Pois saiba que até as estrelas do rock sofrem com esse problema. Foi assim com Gwen Stefani, do No Doubt. Quando ela conheceu Gavin Rossdale, vocalista do Bush, seus colegas de banda fizeram a maior torcida contra. ‘Eles não queriam de jeito nenhum que eu saísse com Gavin. Era como se eu estivesse traindo o grupo’, lembra Gwen, que acabou casando com Gavin. (ATREVIDA, janeiro de 2005)

O exemplo acima ilustra uma estratégia comum nas revistas adolescentes: a evocação da idéia de intimidade. Aqui, a vida das celebridades é utilizada para tratar de assuntos comuns na adolescência como traição, primeira vez ou sexo seguro. É como se a revista dissesse: “isso também acontece no mundo dos artistas, eles não são tão diferentes assim de vocês, leitores”. Uma forma de aproximar os dois mundos – o dos artistas e o dos leitores – no espaço da revista, humanizando e comparando os famosos às pessoas da vida

“real”. Assim, os leitores tendem a encarar a própria situação a partir da perspectiva de seus ídolos.

Por outro lado, ao mesmo tempo em que aproxima as celebridades dos temas e situações vividas pelas adolescentes, a revista também deixa claro que esta aproximação só é possível através dela. Ou seja, a revista mostra-se amiga da leitora e dos artistas simultaneamente, funcionando como uma ponte entre os dois lados, uma espécie de elo de ligação. Assim, para sentir-se próxima das celebridades, a adolescente precisa em primeiro lugar estar próxima da revista. Dessa forma, ser amiga das celebridades confere, sobretudo, status ao próprio suporte, que não apenas se mostra capaz de entrar na intimidade dos leitores mas também na intimidade dos artistas.

No que diz respeito à participação dos adolescentes, é natural que as revistas lancem mão de depoimentos e opiniões de jovens que, neste caso, falam diretamente a seus semelhantes, o que se configura como uma excelente estratégia para criar vínculos de identificação com as leitoras. O recurso de dar voz a meninas comuns contribui para fazer com que o público leitor sinta-se representado nas páginas das revistas, ajudando a criar um clima de cumplicidade. É uma forma de mostrar que a revista é feita para meninas mas também por meninas, que compartilham expectativas, gostos e valores semelhantes.

Como falam para iguais, as adolescentes têm seu discurso reconhecido. O referente do discurso é o próprio momento da adolescência, fase na qual há grande identificação entre os indivíduos já que estes dividem desejos, expectativas, angústias e dilemas parecidos. Por outro lado, estes mesmos elementos em comum são também responsáveis pela sedução e pela interação dos discursos. Podemos dizer assim que as adolescentes surgem no interior da revista como sujeitos comunicacionais ambíguos, que expressam o que ouviram e refletem o conflito dos saberes dos discursos científico e midiático.

‘Não é namorado, não é compromisso então não tem nada demais dividir o ficante com minha amiga’, garante Juliana, 14 anos. Ela acha supervantajoso trocar figurinhas com as amigas sobre os gatos que fica, pois ela termina descobrindo qualidades positivas de carinhas que nunca prestou atenção. (TODATEEN, março de 2004)

Consegui ficar com um menino depois de dar em cima dele pra caramba. Ele tinha namorada na época. Todas as minhas investidas foram diretas. Eu falava: ‘Quero te dar um beijo’, ‘Você sabe que eu gosto de você?’...tudo pelo ICQ. Uma vez falei pessoalmente e tasquei um beijo nele. (ATREVIDA, janeiro de 2005)

A.C.M., 15 anos, estudante do ensino médio, já tinha tido alguns namorados, mas nunca havia transado com ninguém. Um dia, numa festa, ficou com um garoto, Renato, 15 anos, seu amigo de infância, por quem ela tinha uma certa atração. Mas o problema não foi ter sua primeira relação com um amigo que nem namorado era, mas sim transar sem camisinha, pílula, ou algum tipo de prevenção. (TODATEEN, março de 2004)

O trecho a seguir é um exemplo bastante ilustrativo. Numa matéria que tem como tema o orgasmo, a repórter optou por uma forma diferente de construção do discurso. Aqui, duas adolescentes são colocadas para discutir o assunto enquanto uma educadora sexual acompanha a conversa para, em seguida, imprimir ao tema a visão científica. Este discurso dá a palavra não somente ao especialista e ao repórter mediador, mas também ao público, trazendo depoimentos de suas experiências e opiniões.

Carol – Mas é bom ou ruim? Como você sabe que teve (orgasmo)?

Bia – É bom. Você sabe porque você meio que treme. Antes, sem eu ter orgasmo, ficava faltando alguma coisa, sentia que não tinha terminado. Eu simplesmente esperava mais, mas nada acontecia. Você espera o ápice e, se ele não vem, você sai dali meio chateada.

Laura Muller (educadora sexual) – Quando está para alcançar o orgasmo, o corpo reage bastante. A respiração e os batimentos cardíacos aceleram, a pressão sanguínea aumenta e seu corpo pode suar. Na hora, as mulheres sentem contrações na área vaginal. Depois, tudo volta ao normal. (CAPRICHOS, 13 de julho de 2003)

Vale ressaltar que em nenhum momento a educadora interfere diretamente na conversa entre as meninas; todos os comentários são feitos num período posterior. (ANEXO H). Esta é uma estratégia que tem como objetivo minimizar a distância entre o discurso midiático e o leitor, ou seja, fazer do leitor o sujeito do discurso. A adolescente surge no interior do discurso como um sujeito ativo e atuante, que ganha voz e encontra espaço para

expressar suas opiniões e compartilhar experiências. No exemplo acima, as adolescentes leitoras são o centro das atenções e ‘senhoras do discurso’.

No caso específico dos garotos, estes são chamados a falar sempre que a intenção é ouvir o chamado “outro lado da história”, entender o que se passa na cabeça do outro. Como em grande parte das matérias a sexualidade é retratada como um jogo menina *versus* menino, o segundo surge, em geral, como alguém que revela seus segredos com exclusividade, e também como um enigma a ser desvendado:

Um mês depois que a Júlia se mudou, ela terminou o namoro e eu fiquei muito mal. Curti a fossa durante uns dois meses. Quatro meses depois do término, ela quis voltar. Aceitei, mas voltei com o pé atrás. (CAPRICHÔ, 31 de outubro de 2004)

Para muitos garotos, é meio difícil demonstrar amor por uma menina, mesmo. Apesar de o estereótipo de machão estar diminuindo, ainda restou um pouco a idéia de que ser carinhoso não é coisa de homem. (ATREVIDA, maio de 2004)

Eu descobri a senha do e-mail dela (era uma palavra muito óbvia) e comecei a ler as mensagens que ela mandava e recebia dos amigos, inclusive apagava os e-mails que os meninos da sala dela mandavam. Nesta brincadeira, descobri que ela estava me usando para esquecer o ex. Eu fiquei irado, mas não podia fazer nada, senão ela perceberia tudo... (TODATEEN, março de 2004)

Estes trechos evidenciam a luta das revistas para alcançar certo ineditismo, mostrando como seu saber vai além do universo adolescente feminino e chega também ao mundo dos garotos – local que na maioria das vezes ainda encontra-se em fase de exploração pelas adolescentes. De certa forma, é como se a revista dissesse “fomos atrás dos meninos para descobrir o que eles pensam e contar tudo para vocês em primeira mão” (ANEXO I):

Quem nunca quis ser uma abelhinha só para ouvir o que os garotos ficam conversando nas rodinhas de amigos? E quem nunca sonhou ser uma cigana ou vidente para descobrir tudo o que eles pensam depois que saem com a garota ou começam a namorar? Mas já que virar uma abelhinha, cigana ou até vidente seria algo muito complicado, usamos ferramentas especiais e descobrimos três gatos que toparam abrir o jogo e revelar tudo o que se passa na cabeça dos garotos quando o assunto é menina e sexo! (TODATEEN, janeiro de 2004)

Independente de quem é ouvido nas matérias, o discurso é normalmente intermediado pelos repórteres das revistas. Estes são responsáveis pela produção, projeção e legitimação dos sentidos. Isto significa dizer que o jornalista não apenas posiciona-se entre o fato/assunto e os leitores, ele vai além disso, selecionando e interferindo - através de palavras e imagens - na construção simbólica dos significados dos discursos. O repórter coloca-se como uma espécie de porta-voz, recortando as palavras do outro e citando-as. Este poder de intermediação na produção de sentidos acerca da sexualidade pode ser percebido nos exemplos abaixo:

Valéria Polizzi, que pegou aids do namorado aos 18 anos, é capa da revista *Capricho* em dezembro e lança o livro *Depois Daquela Viagem* – mais de 204 mil exemplares vendidos desde então. Valéria, hoje colunista da *Atrevida*, conta que contraiu o vírus HIV em sua primeira transa com o namorado. ‘Pensava: se não transar comigo, vai ser com outra’. (CAPRICHOS, 30 de novembro de 2003)

De acordo com o ginecologista e sexólogo Théo Lerner, do Instituto Paulista de Sexualidade, os sintomas mais comuns são: dor de cabeça, enjôo, irritabilidade, nervosismo, ansiedade e dor nos seios. Alguns desses sintomas ocorrem por causa da retenção do líquido no organismo. Mas o mais curioso e importante é que cada menina sente a TPM de uma forma muito pessoal. (TODATEEN, junho de 2004)

Você, com certeza, já deve ter lido alguma entrevista de uma modelo falando algo do tipo ‘Quando eu era menor, me achava muito feia e todo mundo me olhava torto no colégio’. Até Gisele Bündchen já disse que era rejeitada pelas amigas porque era considerada magricela e seu apelido era Olívia Palito. (CAPRICHOS, 21 de agosto de 2005)

Enquanto profissional da área de comunicação, o repórter imprime ao discurso marcas específicas do campo, tornando-o estimulante e atrativo. Ao construir o discurso, o repórter o faz seguindo a filosofia, os valores e os interesses defendidos pela publicação. Por exemplo, está entre as características destas revistas aguçar a curiosidade dos leitores para a vida das celebridades, logo, personalidade famosas são muito procuradas pelos jornalistas para ilustrar os assuntos abordados e, primordialmente para legitimar o que é dito.

Há de se notar também que ao apropriar-se do discurso científico, o repórter entrega-se a um movimento cujo objetivo é torná-lo mais palatável, mais facilmente digerível

pelos leitores. Nesta tentativa, é comum que muitos detalhes e informações mais precisas sejam perdidos, o que talvez seria inadmissível no caso de uma fala atribuída ao especialista, mas por outro lado completamente aceitável quando o enunciado é atribuído ao repórter. Este fato pode ser ilustrado pelo exemplo a seguir, no qual o conceito de masturbação é explicado numa matéria, sem que haja citações ou falas de um especialista:

Masturbação é um jeitinho natural e saudável que as pessoas inventaram para sentir prazer sexual mesmo quando estão sozinhas. Por meio do simples toque nas partes mais íntimas do próprio corpo por alguns minutos, é possível sentir tanto prazer quanto o que acontece numa relação sexual a dois com penetração. (TODATEEN, novembro de 2003)

No trecho acima, a revista assimila o discurso da fonte, já que não marca uma parte do enunciado que permita reconhecê-lo, em dois níveis: o da sintaxe – não há qualquer operador que marque uma solução de continuidade entre duas enunciações; o semântico – a revista substitui o vocabulário do especialista pelo seu. Enunciados como este, naturalizados em fatos, dissimulam os empréstimos e manipulações da revista.

Isso acontece porque a fala muitas vezes prolixa do especialista poderia dificultar o entendimento dos leitores e dessa forma cabe ao repórter deixar esta fala mais clara e simples, sem no entanto perder sua essência e nem distorcer informações. Nestes casos, o repórter coloca-se como tradutor e utiliza suas próprias palavras para remeter a uma fonte de sentido.

A partir das matérias analisadas, concluímos que na quase totalidade dos casos não há muitas divergências entre o discurso mediático e o discurso técnico-científico, ainda que estes dois campos vivam em constante tensão. O que existe é um movimento de tornar o último mais dinâmico e claro aos olhos dos leitores, ainda que neste caminho perca-se um pouco da sua profundidade, riqueza de detalhes ou completude da informação.

Para uma análise completa das fontes de informação não se pode dar atenção apenas a quem ganha voz no discurso. Tão importante quanto analisar quem fala no interior

dos discursos é também entender quem não fala, quem não tem voz, quem não aparece representado ou não é consultado. Nesta situação estão os pais dos adolescentes. Ainda que sejam mencionados vez ou outra em matérias ou seções de perguntas e respostas, os pais raramente ganham o direito da fala.

Enquanto espaço dedicado com exclusividade aos adolescentes, a revista encontra-se vetada aos pais. As opiniões, valores e dúvidas deles não são, em geral, levadas em conta. Não se trata de encarar os pais como inimigos; longe disso. A questão primordial é que da forma como o contrato comunicativo é firmado entre revista e leitoras, a presença dos pais seria encarada como uma espécie de invasão do espaço do adolescente e eles seriam prontamente considerados intrusos.

Por outro lado, aproximar-se dos pais apresenta um risco para a revista, que constrói todo o seu discurso buscando esquivar-se do tom pedagógico, usualmente atribuído aos pais dos adolescentes. Como teme ser taxada de didática e aspira a proximidade com as leitoras, a revista trata as figuras da mãe e do pai com cuidado redobrado – ainda que o respeito e o entendimento sejam estimulados, todo o discurso é pensado de forma a descolar a imagem da publicação da imagem dos pais.

Em geral, os pais dos adolescentes ganham voz apenas em datas comemorativas como Dia das Mães ou Dia dos Pais, época em que é aberta uma exceção e são feitas reportagens especiais. Fora estas ocasiões, os pais dos adolescentes não são consultados, mesmo quando são assuntos das matérias, e surgem apenas quando mencionados pelos próprios adolescentes ou em conselhos de especialistas. A única exceção entre todas as edições analisadas foi o seguinte depoimento, inserido na seção “Toda Sua”, da revista Capricho:

O jovem tem essa coisa de achar que mãe pega no pé, mãe não entende. E se esquece que aquela mãe já teve 15, 16 anos, e vivenciou cada momento exatamente como ele. Sou mãe de barriga de um rapaz de 13 anos, Lucas, e mãe de coração de uma menina de 18, Rachel, e de um rapaz de 15, Ricardo, e discutimos tudo de forma muito aberta. A Capricho tem me ajudado muito

na relação com a turma aqui em casa, já que todo o mundo evolui e a gente precisa entender o que se passa na cabeça do jovem, suas dúvidas, angústias, porque na verdade a gente se sente muito inseguro nesta época. *Carla Alonso, 42 anos. (CAPRICHOS, 13 de junho de 2004)*

O depoimento acima foi uma exceção, que contribui para desconstruir o imaginário mais comum do adolescente acerca dos pais. O que vemos é uma mãe que se coloca numa posição de igualdade e, através dela, a revista busca mais uma forma de legitimação, mostrando às leitoras que pais considerados modernos e legais também encontram na revista uma fonte de informação. Quando o tema é especificamente a sexualidade não foi encontrada em nenhuma das revistas analisadas qualquer fala atribuída aos pais. Os trechos a seguir exemplificam as situações nas quais os pais normalmente são citados no interior do discurso como um todo, não apenas no que se refere à sexualidade:

Socorro! Hoje chegou uma edição da Capricho pelo correio. Meu pai pegou, jogou no lixo e não quer mais que eu compre. Ele diz que é porcaria! Eu não vou conseguir viver sem Capricho, por favor me ajude! *E-mail anônimo enviado à redação. (CAPRICHOS, julho de 2003)*

Eu amo a revista Atrevida e a acho superdivertida. Ela mantém a gente informada sobre nosso ídolos, além de ser muito educativa. Até meu pai lê a revista. Outro dia, cheguei do colégio e procurei a minha pelo quarto inteiro, achando que tinha perdido. De repente, chega meu pai e diz: “Olha a sua revista aqui. Já acabei de ler. *Carta enviada por Norma Cecília Lopes, Paranaguá, PR. (ATREVIDA: janeiro de 2005)*

Deixando um pouco de lado quem fala ou não sobre sexualidade nas revistas, partimos para analisar como estas falas são inseridas no discurso. Em se tratando do discurso de citação, ou seja, aquele em que os enunciados conservam índices de sua exterioridade, há uma evidência mais clara da interferência do veículo. Sem interromper o fio discursivo, o repórter inscreve em seu discurso as palavras do outro, assinalando-as através de recursos como as aspas ou fonte em itálico, que funcionam como marcas de uma atividade de controle do processo comunicativo.

‘Como o namoro não envolve tanto compromisso quanto o casamento, as chances de uma ‘escapada’ acontecer são maiores’, explica o psicólogo Ailton Amélio da Silva, professor do curso de Relacionamento Amoroso da USP. *(ATREVIDA, dezembro de 2003)*

‘Acho que namoro e amizade andam muito juntos, porque todo namorado é amigo, para ser namorado tem que ser amigo. Acho que daí é que vem essa dúvida, são amigos e será que vale a pena ser namorados? E acaba virando. Porque vocês têm afinidades, gostam das mesmas coisas, acho bacana, acho que tem que tentar virar namoro, sim’, opina Bruno Gagliasso. (TODATEEN, março de 2004)

‘A aids tem controle, mas não sabemos se a doença terá uma cura definitiva’, diz o infectologista Davi Salomão Lewi. (CAPRICHÔ, 30 de novembro de 2003)

Nos trechos acima encontramos o emprego do discurso direto. Através da utilização de aspas, os enunciados deixam aparecer seu discurso de origem. Enquanto operador de delimitação ambivalente, as aspas funcionam como uma espécie de quadro, que tem sua função invertida conforme seja percebido como pertencente ora ao fragmento, ora ao enunciado portador.

Em geral, este tipo de discurso é utilizado para criar autenticidade, revelar distanciamento do que é dito ou mostrar objetividade e seriedade. O discurso direto não apenas exime o enunciador de qualquer responsabilidade, como também simula uma restituição das falas citadas, caracterizando-se por dissociar claramente o discurso citante e o discurso citado. Aqui, as falas das fontes encontram-se protegidas e isoladas, conservando sua integridade e autenticidade.

O discurso direto é reconhecido pelo fato de, supostamente, indicar as próprias palavras do enunciador citado, constituindo-se numa espécie de encenação para criar um efeito de autenticidade. É como se a revista dissesse “aí estão as palavras exatamente como foram ditas”. Entretanto, por mais fiel que seja, o discurso direto continua a ser apenas um fragmento de texto submetido ao enunciador do discurso citante – sendo que este possui múltiplas maneiras de lhe dar enfoque pessoal.

Enquanto no discurso de citações os enunciados conservam índices de exterioridade, no campo da intertextualidade os enunciados são naturalizados em fatos, e assim ocorre uma dissimulação dos empréstimos e manipulações da revista. A citação,

diferenciando-se dos enunciados que traz, respeita-lhes a forma; a intertextualidade, apagando a enunciação dos mesmos, assimila seus conteúdos:

Transar sem camisinha e tirar o pênis rapidamente só na hora em que o garoto for ejacular (método conhecido com coito interrompido), pode engravidar sim. Mesmo que o garoto penetre apenas por alguns segundos, esse tempo já é suficiente para engravidar a menina. Isso porque não é só quando o menino ejacula que os espermatozoides (responsáveis pela fecundação do óvulo e conseqüente gravidez) são liberados... (TODATEEN, março de 2004)

Para o psicólogo Ari Rehfeld, da PUC de São Paulo, a adolescência é o momento em que a gente começa a entender como funcionam as relações. E faz parte desse aprendizado se meter em confusões do coração. (CAPRICHOS, 12 de junho de 2005)

A citação de fontes baseia-se na articulação do discurso que será transmitido com aquele que serve a esta transmissão, ou seja, o discurso de citação e o contexto da transmissão funcionam numa interação dinâmica. No caso do discurso relatado há uma enunciação sobre outra enunciação, ou seja, dois acontecimentos enunciativos são postos em relação, sendo que a enunciação citada constitui-se em objeto da enunciação citante. Para indicar que não é o responsável pelo enunciado, o enunciador indica que está se apoiando em outro discurso.

As matérias são escritas sob uma estrutura que favorece a conservação da integridade e autenticidade do discurso de citação. Nela operam marcas lingüísticas como aspas, dois pontos, itálico, travessões e expressões como “conforme informa, segundo afirma...”. São estes elementos que permitem ao enunciador comentar sua própria fala ao longo do discurso.

Beijar pode transmitir doenças sim. *Segundo* o Dr. Theo Léner (ginecologista), a doença mais comum, também conhecida como doença do beijo, é a herpes. Mas outras viroses também podem ser passadas através de beijinhos, como a gripe. (TODATEEN, março de 2004)

Meninos circuncidados correm menos risco de pegar aids e outras doenças sexualmente transmissíveis, *segundo* estudo da Agência Nacional de Pesquisas sobre Aids na França. Mais atenção: isso não deve substituir outras estratégias de prevenção. Camisinha sempre! (CAPRICHOS, 21 de agosto de 2005)

Estas marcas são necessárias na manutenção da diferença do enunciado de citação, permitindo a identificação entre enunciador/enunciado e impedindo que a citação desapareça no esquema da intertextualidade. Dessa maneira os enunciados mantêm sua autonomia sem que a estrutura comunicativa perca sua continuidade. O jornalista age nesses casos como um locutor que reproduz o enunciado de outro, articulando numa enunciação única, universos distintos.

4.3 - A sexualidade nos títulos

O modo como a sexualidade é retratada nas páginas das revistas adolescentes encontra-se inscrito nos títulos destas publicações. Seja na capa ou no interior das revistas, os títulos classificam, chamam a atenção e convocam as leitoras, além de funcionarem como um primeiro filtro de leitura. Segundo Mouillaud (MOUILLAUD, 1997), os títulos podem ser analisados em local próprio como uma inscrição, ou seja, como um enunciado da língua e como uma marca, podendo ser considerados a marca maior da articulação da publicação.

O título é uma espécie de região-chave que funciona como articulado e articulador de publicações como jornais e revistas. No caso dos jornais, ao descrever os títulos linearmente tal como eles aparecem em sua superfície, surgem algumas oposições. A primeira delas é a oposição aberto/fechado, que surge entre as páginas externas e internas do jornal. As páginas internas são limitadas por um título-assunto que cobre a página toda e por isso são chamadas de abertas; já as páginas fechadas possuem um título de direito no topo definindo a classe das informações que aparecerão nas páginas.

Essa oposição aberto/fechado conjuga-se com a oposição externo/interno. As páginas externas são o que podemos chamar de páginas sensíveis, constituem a membrana do jornal, a sua interface com o mundo exterior. Enquanto que as páginas internas representam

uma espécie de coração do jornal, nas quais as matérias só chegam depois de filtradas e classificadas pelos títulos-assunto.

A mesma oposição se repete no interior de cada uma das seções do jornal que são limitadas por um título-assunto. Estes podem ser definidos como enunciados permanentes do jornal e constituem uma região invariável deste. Em oposição a estes, há os enunciados das páginas internas que são imprevisíveis e únicos porque dependem da informação do dia. Seguindo a trilha de relevância do jornal, os títulos ocupam uma posição de destaque, e a presença de recursos que funcionem como chamariz para os leitores é constante.

Já no caso das revistas, a análise dos títulos procede de forma diferente, ainda que guarde algumas semelhanças. Os títulos nas revistas funcionam como uma espécie de propaganda, buscando chamar a atenção do leitor, qualificar a informação e colocar questões que motivem a leitura. Devido ao processo de figuração, os títulos da imprensa constituem um verdadeiro texto dentro do texto. Agem simultaneamente fazendo ver e esconder o texto para o qual o olhar do leitor é dirigido.

Além disso, os títulos representam uma plasticidade da linguagem, reproduzindo manifestações constantes do trabalho plástico da linguagem contemporânea e sempre recorrendo à plasticidade verbal e gráfica. Entre os recursos de imagem, os títulos fazem uso principalmente do material fotográfico, do cromatismo, da disposição gráfica, dos grafemas, da mancha da página e do design topográfico da paginação.

Nas revistas, os títulos têm a função principal de convocar os leitores à leitura, o que é feito através de uma série de estratégias dos modos de dizer que incluem as formas de sedução, interação e identificação. Para chamar a atenção para determinados enunciados, os títulos são muitas vezes destacados pela cor e tipo de letra, além de uma série de sinais gráficos de pontuação, principalmente pontos de interrogação e exclamação, o que só reforça a importância de estratégias como o grafismo e o cromatismo quando se deseja marcar

determinados significados. Muitas vezes, o destaque é dado também pelo contraste de cores e de letras maiúsculas e minúsculas dentro do próprio título.

O funcionamento do ato enunciativo nos títulos pode se dar de várias formas. Há o discurso verdade, quando o enunciador não modaliza o que diz e limita-se a produzir informações sobre um registro impessoal. Neste caso, o enunciador não matiza suas propostas, muito menos interpela seu destinatário. Nesta categoria enquadram-se proposições afirmativas como os exemplos abaixo:

Os 7 erros na paquera (TODATEEN, novembro de 2003)

Pra conquistar (ATREVIDA, outubro de 2004)

Elas usam sutiã (CAPRICHOS, 28 de novembro de 2004)

Em muitos destes títulos, o verbo é suprimido, resultando na fragmentação do enunciado. Em enunciados como “Pra conquistar”, o leitor é levado a penetrar nos interstícios da enunciação com o objetivo de completar o seu sentido. Ainda na mesma categoria, encontramos uma série de questões formuladas na terceira pessoa e sem a demarcação do destinatário, como nos casos abaixo:

Ficar com amigo dá certo? (TODATEEN, março de 2004)

Namoro ou amizade? (CAPRICHOS, 12 de junho de 2005)

É possível ser feliz com o ex? (ATREVIDA, outubro de 2004)

Ainda que o enunciado dirija-se claramente às adolescentes não há marcas no discurso que possam comprovar esta afirmação. Não há a busca por intimidade ou laços de cumplicidade nesses casos. Este tipo de enunciador, chamado aqui de objetivo, apresenta uma disposição natural para a qualificação, transmitindo assim a exatidão das suas propostas, principalmente através da freqüente recorrência aos números, como pode ser percebido pelos seguintes exemplos:

As 15 maiores dúvidas sobre os garotos (ATREVIDA, maio de 2004)

7 dicas zen para superar um pé na bunda (CAPRICHÔ, 19 de setembro de 2004)

50 táticas das garotas que nunca ficam sozinhas (TODATEEN, novembro de 2003)

A utilização de números nos títulos, assim como nos exemplos anteriores, é uma atitude pedagógica. Ainda que não assuma a postura professoral, a revista tenta mostrar através do uso dos números que detém o saber com exatidão, ou seja, possui o conhecimento e o controle total da informação. A opção pelo recurso numérico é também uma indicação da busca do enunciador por legitimação perante os leitores.

A conciliação de asserções, questões utilizando a terceira pessoa, conselhos e quantificações exatas num discurso onde enunciador e co-enunciador não são indicados de maneira explícita caracterizam uma espécie de posicionamento discursivo no qual podemos dizer que “um enunciador objetivo e impessoal fala a verdade”.

Apresentando diferenças sutis, está uma outra categoria que aqui será chamada pelo nome de “enunciador pedagógico”. O enunciador pedagógico executa operações que também são comuns ao enunciador objetivo como, por exemplo, a qualificação e o conselho, com o objetivo de guiar e orientar o leitor:

Como lidar com um sedutor (CAPRICHÔ, 30 de novembro de 2003)

Duas amigas, um amor (TODATEEN, junho de 2004)

Como oficializar um namoro (CAPRICHÔ, 14 de novembro de 2004)

Nos fragmentos acima, pode-se notar que não há nenhum vestígio explícito do enunciador, ou seja, não se encontram unidades como “eu”, “me” ou “nosso”. Entretanto, é fato que todo enunciado implica um enunciador em relação ao qual é definido o “você”. Nestes casos, o “eu” não é o enunciador, mas apenas seu vestígio. Do mesmo modo, o “você” também não é o co-enunciador e sim, seu vestígio. Ainda que estes vestígios não apareçam de forma explícita, é possível perceber certas marcas deixadas.

Já nos casos a seguir, o enunciador coloca-se de forma mais explícita, deixando marcas mais facilmente reconhecíveis:

Mostramos o mapa da mina (ou melhor, dos meninos!) para você descolar um namorado até 12 de junho (ATREVIDA, maio de 2004)

Dicas infalíveis para ganhar o gato de uma vez por todas. Siga o *nosso* roteiro... (TODATEEN, janeiro de 2005)

Nestes exemplos, o “nós” (evidenciado nos trechos *mostramos* e *nosso*) pode ser interpretado como um sujeito coletivo e não uma soma de indivíduos, como seria esperado. O “nós” não representa efetivamente uma coleção de “eus”, ele é na verdade um “eu” expandido. Ou seja, representa a revista enquanto produtora de sentido.

Enquanto o enunciador vai deixando suas marcas, por outro lado, o destinatário passa a ser designado de maneira completamente explícita:

As oito maiores bobagens que *você* já ouviu sobre a primeira vez (ATREVIDA, dezembro de 2003)

Dia dos Namorados para *você* curtir a dois ou sozinha (TODATEEN, junho de 2004)

Nos trechos acima, “você”, tem como referente o co-enunciador, aquele que lê o enunciado, no instante mesmo em que o faz. Não há como interpretar marcas como estas sem levar em consideração o movimento enunciativo do texto em que figuram, bem como a cena enunciativa implicada em cada texto. Visando inscrever o leitor no discurso, a revista utiliza o “você” para se referir ao conjunto de co-enunciadores. Aqui, o “você”, designa a leitora adolescente da revista.

Neste gênero, a enunciação é construída entre um “nós” e um “você” que se apresentam explicitamente. O elo é estabelecido entre dois lados distintos: um que informa, aconselha ou adverte, ou seja, aquele que diz; e outro que, por não saber, comporta-se como um destinatário receptivo e, de certa forma, passivo. Há um distanciamento entre estes dois lados distintos do ato enunciativo.

Ambas as modalidades – enunciador objetivo e enunciador pedagógico – remetem a tipos de posicionamento que implicam numa determinada distância entre enunciador e co-enunciador. Ainda que apareçam com certa frequência, é fato que nenhuma das duas modalidades apresentadas prevalece nos títulos das revistas adolescentes. No caso destas, a relação estabelecida não busca certo distanciamento, muito pelo contrário, a procura é pelo firmamento de elos de cumplicidade.

A cumplicidade e todas as suas matizes são a chave do funcionamento do contrato nos títulos dessas publicações e contribuem para reforçar a posição de cúmplice construída pelas próprias revistas. Para o estabelecimento de laços de cumplicidade entre a revista e seus leitores, entra em jogo uma série de figuras. A primeira delas é a “interpelação do co-enunciador”. Por meio do uso sistêmico da fórmula no imperativo, constroem-se títulos que visam diretamente o co-enunciador, convocando-o e referindo-se diretamente a ele:

Vença a timidez e chegue junto (TODATEEN, junho de 2004)

Vire o jogo com o gato! (ATREVIDA, maio de 2004)

Camisinha: tem que usar sempre (CAPRICHOS, 30 de novembro de 2005)

Domestique seu gatinho (TODATEEN, junho de 2005)

Tire suas dúvidas sobre a primeira vez (ATREVIDA, dezembro de 2003)

Nestes exemplos, o co-enunciador é interpelado não apenas no intuito de assumir sua posição enquanto tal e envolver-se com o enunciado, mas também é convocado a reagir, a responder com uma ação. Assim, a leitora não apenas toma conhecimento de que é preciso usar camisinha sempre, como também sabe que ela própria deve agir dessa forma.

Este mesmo enunciador pode também tomar a palavra e assim ganhar voz, o que acontece quando a revista dá voz ao destinatário, fazendo com que este fale, como nos títulos a seguir:

Eu consegui! (TODATEEN, novembro de 2003)

Quero namorar! (ATREVIDA, maio de 2004)

Meu gato sumiu! (TODATEEN, julho de 2003)

Ele me traiu! (ATREVIDA, dezembro de 2003)

Para ser compreendida e assim obter sucesso, esta categoria de título deve provocar certo efeito de identificação com o leitor, ou seja, este deve poder atribuir a si próprio a enunciação das expressões. É justamente o que acontece nos exemplos acima, nos quais os títulos provocam uma identificação da leitora com o enunciador em cena. O “eu” assume o ato de fala, podendo referir-se simultaneamente a um indivíduo único e ao conjunto formado pelas leitoras adolescentes. O “eu” singular serve de lugar de inscrição de qualquer leitora, que desse modo é chamada a assumir ela própria o enunciado.

Ainda no campo da cumplicidade, temos uma outra operação – o diálogo. Este tipo de título coloca enunciador e co-enunciador para interagir numa espécie de conversa. Neste caso, ambos ganham palavra, interpelam-se e põem-se a falar no interior do discurso:

Ele tem namorado!

Calma, você pode resolver essa situação. (TODATEEN, junho de 2004)

Não é você, sou eu...

Como é difícil dar um fora” (CAPRICHO, 21 de agosto de 2005)

Por que eles são galinhas? Por que mudam depois de uma ficada?

Tire suas dúvidas sobre os garotos!!! (ATREVIDA, maio de 2004)

Nestes exemplos percebemos claramente que há um enunciado que deve ser atribuído às leitoras e um outro que corresponde à revista. Cúmplices, os dois lados surgem interagindo nos títulos: enquanto um apresenta um problema, o outro dá a dica de como resolver; enquanto um pergunta, o outro responde.

Por um lado, o enunciador interpela diretamente o co-enunciador e, por outro, põe a sua palavra em cena. A uma exclamação do destinatário - “Ele tem namorado!” – o enunciador responde em tom tranquilizador – “Calma, você pode resolver essa situação”; os questionamentos – “Por que eles são galinhas?” – são respondidos com o anúncio enfático de

que todas as dúvidas podem ser respondidas pela revista – “Tire suas dúvidas sobre os garotos!!!”.

Fugindo sempre do tom pedagógico, este diálogo se dá como uma conversa informal, ainda que haja claramente um lado que sabe as respostas e está disposto a ensinar. Instaure-se assim um jogo de linguagem que constrói a cumplicidade entre revista e leitora. No âmbito dessa cumplicidade, a revista dá conselhos e transmite valores implícitos.

Entretanto, a situação pode tornar-se mais complexa com a inserção de um terceiro sujeito, além do enunciador e do destinatário. Seria uma espécie de terceiro enunciador que, inserido no discurso do suporte, fala ao co-enunciador. Esta terceira “fala” pode ser atribuída hora a um garoto, hora a uma amiga, ou não ser facilmente atribuída a um sujeito específico:

Cansei de ficar!
Quando eles querem compromisso (CAPRICHOS, 14 de dezembro de 2003)

Ei, ele não presta! (TODATEEN, novembro de 2003)

Ela só quer, só pensa em namorar (CAPRICHOS, 13 de julho de 2003)

Uma outra estratégia inserida no contrato de cumplicidade consiste em produzir uma enunciação que pode ser atribuída simultaneamente ao enunciador e ao co-enunciador, como se revistas e leitoras compartilhassem a mesma opinião ou situação. Para isso, a revista costuma lançar mão do “nós” como um índice englobante de ambos os lados:

Nosso ouvido é penico?
Como andam o xaveco dos meninos (CAPRICHOS, 28 de dezembro de 2003)

Podemos confiar nele? (CAPRICHOS, 12 de junho de 2005)

Um outro recurso bastante utilizado, especialmente pela revista Capricho, para criar laços de cumplicidade com os leitores é apresentar títulos que trazem uma citação atribuída a uma pessoa específica mas que, no entanto, poderia também ser atribuída às leitoras por elas próprias, produzindo assim um efeito de identificação. Esta citação de vozes

põe face a face universos de discursos distintos, que precisam ser articulados no interior de uma enunciação única – aquela do enunciador que reproduz o enunciado de outro.

Já fui traída pela minha melhor amiga – Daniela Suzuki (CAPRICHÔ, 12 de junho de 2005)

Ter um filho era um jeito de ficarmos juntos - Rose, mãe aos 18 anos (CAPRICHÔ, 13 de junho de 2004)

Em ambos os casos, encontramos dois nomes próprios aos quais a enunciação é atribuída: Daniele Suzuki, atriz global que na época fazia sucesso na novela adolescente *Malhação*, e Rose, uma jovem comum que terá sua história conhecida por todos no interior da revista. Independente de serem famosas ou não, a atribuição do enunciado a duas pessoas “de verdade” dá ao discurso o efeito de real, ou seja, não se trata de um personagem da ficção, mas de alguém que realmente existe. Em outras situações, ainda que não produzam um efeito de identificação com as leitoras, estes títulos trazem citações curiosas, que despertam a atenção:

Lavo, passo e sou feliz (CAPRICHÔ, 26 de dezembro de 2004)

Este título, no mínimo curioso, refere-se à história de uma adolescente que, aos 15 anos, resolveu casar-se com seu primeiro namorado, ainda que não houvesse nenhum tipo de imposição ou motivação específica como gravidez precoce ou briga com os pais. A citação, transformada em título da matéria, reflete com precisão a história da adolescente que afirma que apesar de sua vida ter mudado radicalmente, tornando-se de uma hora para outra uma dona de casa, está satisfeita e feliz.

Um recurso que aparece com bastante frequência nos títulos das revistas adolescentes consiste em enunciações que representam um questionamento atribuído à revista e direcionado à leitora, como nos exemplos abaixo:

O ciúme transtorna você? (CAPRICHÔ, 13 de junho de 2004)

Qual é a dele? (ATREVIDA, dezembro de 2003)

Ele enxerga você? (TODATEEN, janeiro de 2004)

E se seu namorado não suportar suas amigas? (CAPRICHÔ, 28 de novembro de 2004)

Pintou paixão, e agora? (TODATEEN, junho de 2004)

Onde você põe a camisinha? (CAPRICHÔ, 14 de novembro de 2005)

Nos exemplos acima, a revista busca uma relação de cumplicidade com suas leitoras através de enunciados nos quais as posições do enunciador e do co-enunciador estão claramente marcadas. Os títulos ensaiam uma espécie de diálogo íntimo, na maioria das vezes com o emprego do discurso direto, no qual a revista convoca suas leitoras a pensar no modo como agiriam diante das situações ou questionamentos colocados. Estas respostas, é claro, serão encontradas nas respectivas matérias no interior da publicação.

Outros títulos analisados limitam-se a levantar uma questão ou colocar uma situação que será abordada ao longo da matéria no interior da revista de forma que a leitora possa identificar-se, sentir que poderia ser ela a estar vivendo determinada situação e pensar como agiria nesses casos:

Na balada com um menino mais velho (CAPRICHÔ, 28 de novembro de 2004)

Ele (o namorado) X ela (a turma) (CAPRICHÔ, 28 de novembro de 2005)

Elas namoravam o mesmo cara. E se uniram contra ele (CAPRICHÔ, 31 de outubro de 2004)

Outra categoria de títulos presente nas publicações são aqueles que apostam na curiosidade dos leitores através de asserções ou questões que despertam a atenção por seu caráter inusitado e que também exigem do leitor algum tipo de complementação do sentido. Esta categoria de título funciona como uma espécie de chave, em que cada decifração é uma prova do pertencimento a um mesmo universo cultural partilhado. Esta manobra enunciativa consiste em atribuir determinado saber ao destinatário, construindo-o como alguém informado e capaz de entender as alusões feitas.

Maria-gasolina, Maria-picape e...Maria-mouse? (CAPRICHÔ, 19 de setembro de 2004)

Testados e aprovados (ou não) (TODATEEN, março de 2004)

BV assumida (CAPRICHÔ, 13 de julho de 2003)

Garota interrompida (TODATEEN, março de 2004)

Calma, você ainda vai ter um (CAPRICHÔ, 13 de julho de 2003)

Eles preferem as roxas (CAPRICHÔ, 28 de dezembro de 2003)

Alguns destes títulos seriam ininteligíveis para qualquer um que não compartilhe a linguagem adolescente e suas gírias. Maria-gasolina, Maria-picape e Maria-mouse são os apelidos dados às meninas que têm fixação, respectivamente, por garotos com automóvel, djs e namoros virtuais. Na gíria adolescente, BV é a sigla para “boca virgem”, como são chamados aqueles que ainda não deram o primeiro beijo.

Outros destes títulos jogam com as palavras e sentidos para atizar a curiosidade do público, que só poderá ser saciada com a leitura da matéria. “Testados e aprovados (ou não)” refere-se ao costume das adolescentes de comentar ou até dividir seus “ficantes”. “Garota interrompida” é o título de uma matéria que aborda a gravidez na adolescência, enquanto “Calma, você ainda vai ter um” refere-se ao orgasmo. “Eles preferem as roxas” trata-se de uma reportagem que tem como mensagem principal: “Meninas, não adianta seguir manuais para saber o que os garotos preferem, seja só você mesma”.

4.4 – Os adolescentes falam e a revista responde: espaços dedicados aos leitores

É importante entender como funciona a lógica de participação dos leitores através de espaços dedicados a eles nas revistas, seja em matérias e reportagens, ou mais especificamente neste caso, em seções de cartas e de perguntas e respostas. Estas seções

configuram-se como um espaço onde as leitoras das revistas adolescentes costumam manifestar-se por meio de elogios, agradecimentos, críticas, reclamações, sugestões, solicitações, questionamentos e pedidos de ajuda.

Em primeiro lugar, considerando que estes enunciados são produzidos genuinamente pelos próprios leitores, somos levados a acreditar que os depoimentos, dúvidas e citações dos jovens apresentados nas revistas reproduzem fielmente o pensamento e o comportamento do público leitor. Esta estratégia funciona como um poderoso recurso de identificação já que ao dar voz a jovens, que claramente se enquadram no perfil de leitor das publicações, a revista aproxima-se do seu público. É uma forma não apenas de “falar a mesma língua” mas também de fazer com que o leitor sinta-se representado nas páginas das publicações.

No caso das revistas adolescentes, os principais espaços dedicados à participação dos leitores são: seções de perguntas e respostas, e seção de cartas. As seções de perguntas e respostas, principal interesse nesse caso, estão presentes nas três revistas analisadas e configuram-se como um espaço de troca de informação e interação entre leitor e revista. As perguntas, cujos temas em sua maioria giram em torno da sexualidade, comportamento e beleza, são enviadas às redações através de cartas e e-mails. Em geral, os leitores têm sua identidade protegida e são identificados apenas pelas iniciais do nome e/ou idade e cidade de origem.

As seções de cartas - nosso interesse secundário - podem ser concebidas como um espaço onde, pelo menos teoricamente, os leitores da publicação têm toda a liberdade para emitir opiniões, elogiar, sugerir, perguntar, reclamar ou simplesmente contar uma história. As mensagens chegam à redação através de cartas e e-mails e, sempre que necessário, são publicadas acompanhadas por uma resposta das revistas. Na *Capricho*, estas mensagens não

estão reunidas numa seção fixa, elas aparecem dispersas pelo interior da revista. Já na *Atrevida* e na *Todateen* há seções específicas voltadas para a participação dos leitores.

Os critérios de seleção das mensagens que são ou não publicadas parecem passar por três pontos principais que incluem: a preferência, até mesmo óbvia, por elogios às publicações; sugestões ou solicitações, sempre que estas representam um apelo generalizado do público; a publicação de pelo menos uma crítica a cada edição, numa estratégia clara de assegurar que aquele é um espaço democrático.

Num esforço de observação podemos identificar o que seria uma espécie de mensagem padrão dos leitores que costuma ser publicada nas revistas e da qual podemos extrair o perfil de uma adolescente que se declara fã da publicação, mostra-se satisfeita quanto ao conteúdo e abordagem escolhidos e aproveita a oportunidade para tecer elogios às revistas.

Meu nome é Tainara Ribeiro Rigotti, tenho 15 anos, moro em Engenho Beltrão, no interior do Paraná. Estou escrevendo para compartilhar minha alegrias pois nesse mês completa um ano que sou amiga inseparável da *Todateen*. A *Todateen* é super, é tudo de bom, esclarece todas as minhas dúvidas, me ajuda muito com suas matérias. (TODATEEN, março de 2004)

Tenho 17 anos, mas compro a *Capricho* desde que tinha 11 anos. Vocês são tudo de bom, me ajudaram com dicas d+ por toda minha adolescência, foi minha AMIGONA, tirou muitas dúvidas... *Samantha da Paixão Silva, Dias D'Ávila, BA*. (CAPRICHOS, 13 de junho de 2004)

Como já seria esperado, as mensagens publicadas são, quase em sua totalidade, de autoria de meninas. Mensagens de garotos raramente chegam às redações e quando isso acontece costumam ser publicadas com destaque.

Menino também tem vez

Bom, pra começar, sou homem. Será que deixei claro? Minha irmã é fã da revista, compra sempre que tem dinheiro. (...) Vocês devem estar se perguntando: 'Por que esse carinha está escrevendo para nós?' Saibam que, de vez em quando, ela serve para rapazes também. Valeu! *Octávio Stivanin, por e-mail*.

Octávio, apesar de ser uma revista voltada para 'as minas', não temos o lema 'menino não entra'. Por isso, os garotos são sempre bem-vindos também. Valeu! (ATREVIDA, maio de 2004)

Direitos iguais

Acho a galera da *Atrevida* superlegal, mas vou fazer minha crítica. Sou leitor da revista com muito orgulho e não escondo isso. A *Atrevida* está cada vez

melhor, mas falta espaço para nós, meninos! A seção *Palavra de Menino*⁸ é muito pouco! Exijo meus direitos e quero mais matérias direcionadas a nós!
Felipe Ribeiro Lopes, por e-mail.

O recado está dado, Felipão! Ficamos felizes em saber que você é um leitor fiel da revista. Muitos beijos da redação! (ATREVIDA, dezembro de 2004)

Freqüentemente a seção de cartas funciona também como um espaço para discussões sobre matérias ou entrevistas da edição anterior que, porventura, tenham causado polêmica; ou ainda para debates acerca da participação e opiniões de outros leitores como pode ser observado no exemplo a seguir:

Na minha opinião, a leitora Carina Camelli deveria ser proibida de comprar a Atrê! Achei ridículo o e-mail que ela mandou criticando a revista. Se ela acha que os assuntos são fúteis, o que ela pensa que deveria ter numa revista feita para adolescentes? Além disso, a Atrê dá várias dicas sobre tudo, como carreira e profissões, por exemplo. A verdade é que, por mais que a gente se esforce, sempre vai ter alguém para criticar! Para mim, vocês são demais e estão de parabéns!Beijos! *Rafaela, Curitiba, PR.* (ATREVIDA, novembro de 2003)

Tanto nas seções voltadas para cartas e mensagens quanto naquelas voltadas para perguntas e respostas, os enunciados atribuídos aos leitores apresentam, em geral, verbos na primeira pessoa do singular. Isso denota o caráter específico e único da participação de cada leitor, ou seja, este enunciado integra uma espécie de ‘bate-papo’ entre a revista e um leitor específico, ainda que este leitor individual possa representar o conjunto de leitores da publicação.

Em ambas as seções, fica clara a interferência da revista nas “falas” dos leitores que são publicadas, interferência esta que vai além do processo de triagem que determina o que será ou não publicado, chegando ao modo como estas “falas” são reproduzidas. Ainda que seja perceptível o esforço por parte das publicações em reduzir ao máximo este tipo de interferência, conservando as marcas da produção do enunciado no que diz respeito não apenas ao conteúdo mas também ao modo como este é exposto, estes enunciados estão

⁸ *Palavra de Menino* é uma seção fixa da revista *Atrevida* que apresenta a cada edição depoimentos de garotos colhidos pelas ruas, escolas, shoppings etc., sobre um tema relacionado à meninas, namoros, sexo e preferências masculinas. A intenção da seção é mostrar para as leitoras, através das opiniões dos entrevistados, o que se passa na cabeça da maioria dos meninos.

sempre sujeitos a eventuais cortes e alterações. Este processo de edição inclui medidas de adequação do enunciado ao espaço físico reservado para a seção, aplicação de normas gramaticais e ortográficas, e atenção a noções facilitadoras do entendimento, como clareza e concisão.

No caso das seções de perguntas e respostas, as questões mais frequentes quando o assunto é sexualidade giram em torno dos relacionamentos amorosos (namoros, paqueras e conquistas), a primeira relação sexual, métodos contraceptivos e gravidez na adolescência. Na *Atrevida*, as dúvidas acerca da sexualidade estão presentes nas seções “Namoros e Rolos” e “Sexo Seguro”. Na *Capricho*, elas aparecem na seção chamada “Assunto de amiga”. Já na *Todateen* as seções de perguntas e respostas recebem o nome de “Sexo 100 vergonha” e “Tintim por tintim”. Fica evidente em todas as seções, até mesmo no próprio nome de algumas delas, a pretensão das revistas de responder a tudo, de possuir as respostas para todos os questionamentos das adolescentes, ou seja, de servir realmente como um meio de informação e orientação.

Nas três revistas analisadas, as questões selecionadas para as seções de perguntas e respostas parecem seguir certa tendência à generalização no que diz respeito ao teor do conteúdo, prevalecendo aquelas de caráter mais universal, que poderiam perfeitamente representar os anseios e dúvidas de grande parte das leitoras, como a paixão por um professor ou melhor amigo, por exemplo:

Sou apaixonadíssima pelo meu melhor amigo. Ele diz que gosta de mim, mas só como amiga e pediu para esquecê-lo. Já tentei, mas não consigo!
M.G.M.M., 14 anos, São Paulo, SP. (ATREVIDA, outubro de 2004)

Quais são as chances de uma garota engravidar usando camisinha?
Rosângela, 16 anos. (TODATEEN, agosto de 2004)

Tenho um professor de Educação Física muito atraente, com um bumbum glorioso. Toda vez que o vejo, fico tremendo, meu coração dispara e minhas pernas ficam bambas. Só que sou muito nova para ele e sofro muito por causa disso. Isso é normal?
T.B., 14 anos, Curitiba, PR. (ATREVIDA, dezembro de 2003)

Questões de conteúdo mais específico aparecem em número reduzido, quando estas apresentam um caráter curioso, que chama a atenção dos leitores:

Minhas amigas dizem que, quando elas se masturbam, transpiram muito. Por isso, gostaria de saber se a masturbação emagrece e se perdemos calorias com ela. *A.M.C.M., Porto Alegre, RS.* (ATREVIDA, maio de 2005)

Por que quando uma menina virgem fica com um garoto experiente fica tudo dolorido? *Kátia, 16 anos.* (TODATEEN, março de 2005)

Eu gosto muito de salas de bate-papo, mas meu namorado não. Um dia eu fiquei conversando com um garoto e ele disse que queria me conhecer. Quando eu respondi que sim, descobri que era meu namorado. Ele ficou muito zangado comigo e está pensando em terminar. O que devo fazer? *M., por e-mail.* (CAPRICHOS, 31 de outubro de 2004)

Seguindo a tendência do perfil de leitor das publicações, as perguntas são feitas em sua maioria por adolescentes do sexo feminino. Perguntas feitas por garotos são raras e quando acontecem ganham destaque especial na seção, funcionando como uma maneira de oferecer às leitoras alguns dos principais questionamentos, dúvidas e anseios dos garotos. Ao explorar perguntas feitas pelos garotos, a revista promove uma auto-valorização perante o público feminino. Através do discurso dos rapazes as revistas mostram às leitoras que são capazes não apenas de responder aos questionamentos ou entrar na intimidade das meninas, mas também fazem isso com o universo masculino. (ANEXO J)

A minha primeira vez não deu certo! Meu pênis não ficou ereto! Será que tenho algum problema? Agora estou com receio de falhar de novo. *K.S.M.S., 15 anos.* (ATREVIDA, janeiro de 2005)

Eu trato vocês muito bem. Converso, ouço, empresto meu ombro amigo. Mas não entendo por que as mulheres caem matando em cima dos caras que as tratam mal. O que eu faço? Viro um monge e me mudo para o Tibet? *G. A. S., MG.* (ATREVIDA, outubro de 2004)

Uma questão colocada, quase que subitamente, ao analisar estas seções é: o que leva estas adolescentes a expor num veículo mediático de grande alcance como são as revistas questionamentos que elas não têm coragem de fazer nem mesmo aos pais ou amigos? Para responder esta pergunta o ponto central parece ser a possibilidade do anonimato. O anonimato

permite a qualquer leitora escrever suas dúvidas e dificuldades mais pessoais sem necessariamente se expor. É uma forma de desabafar e procurar ajuda sem se revelar.

Outro ponto importante é a dificuldade que estes adolescentes podem ter para discutir determinados assuntos com a família ou os amigos. A falta de diálogo nos meios de convívio social pode fazer com que o adolescente procure outras alternativas para se expressar e, nesta busca, a revista surgiria como uma boa opção. Contribui muito para isso a posição de “amiga mais velha” construída pela revista para ela própria, condição esta que faz com que os leitores sintam-se à vontade e seguros para expor seus anseios e dúvidas mais íntimas.

Ao camuflar sua postura pedagógica através do estabelecimento de laços de intimidade, a revista conquista a confiança do público leitor. Este sentimento de confiança implica fatores como a proteção da identidade do leitor; a certeza de que as mensagens serão lidas e, na medida do possível, respondidas; e a segurança por parte dos adolescentes de que os assuntos serão tratados com seriedade.

Deixando um pouco de lado quem pergunta e por que o faz, podemos afirmar que as respostas aos questionamentos são elaboradas de duas formas: a) a própria revista responde, tomando como base a consultoria de profissionais especializados, porém assumindo a voz destes como sua; b) uma terceira pessoa responde a pergunta, o que neste caso pode ser feito por meio de um especialista ou uma celebridade. Em qualquer um dos dois casos, o tom didático que dá a tônica em boa parte do discurso das revistas acerca da sexualidade fica ainda mais claro nas seções de perguntas e respostas.

Ainda que tenham características comuns a todas as revistas, as seções que abordam a sexualidade também apresentam diferenças entre uma publicação e outra. Na *Capricho*, as perguntas enviadas pelos leitores geram não apenas uma resposta da revista mas também são desdobradas em dicas, opiniões de outras leitoras e assuntos relacionados.

(ANEXO L) Parte-se do questionamento de um leitor individual para estabelecer um espaço de discussão que abrange todo o conjunto de leitores.

Eu me acho bonita, mas os outros não. Eu me enfeito toda para ir às festas, mas nenhum menino me dá bola. Alguns olham até para minha irmã mais nova, mas nunca para mim. Não menstruei ainda, não tenho muito corpo e morro de inveja das garotas que já terminaram de crescer. Eu tento pensar que tudo isso daqui a algum tempo vai virar passado. Mas a vida é muito difícil...*M., 13 anos, por-email. (CAPRICHOS, 12 de dezembro de 2004)*

A partir do questionamento acima, enviado por uma leitora à redação da Capricho, é pensada uma série de desdobramentos do caso que incluem, além da resposta direta à questão, um conjunto de dicas de como sentir-se “mais incrível, mulher e bonita” e uma espécie de recado da redação chamando a atenção para o fato de que “um dia você vai ter saudade de tudo isso”. As respostas e dicas que compõem a seção são, quase em sua totalidade, elaboradas pela própria revista e não há marcas visíveis de que especialistas tenham sido consultados para a tarefa.

Já a Todateen caracteriza-se por deixar as respostas a cargo de especialistas e celebridades. Respostas formuladas pela própria revista são raras. Em geral, a consultoria de especialistas fica a cargo de ginecologistas, sexólogos e psicólogos – os três profissionais mais acionados – além de terapeutas, professores, pesquisadores e educadores sexuais. Ao citar explicitamente o especialista enquanto fonte de informação, a revista mostra que conserva certa distância daquilo que é dito, preservando sua identidade, ao mesmo tempo em que legitima seu discurso.

No caso das celebridades, não parece haver um critério claro de escolha, não sendo possível identificar o que leva determinada pergunta a ser direcionada para esta ou aquela celebridade. Ou seja, não está evidente o porquê de um ator global responder às dúvidas de uma leitora acerca da sua primeira vez. O que fica claro é o status conferido à publicação cada vez que uma celebridade aparece e ganha voz em suas páginas.

Outra característica comum na Todateen é partir de um questionamento enviado por uma leitura à redação para desenvolver uma matéria ou reportagem. Ou seja, muitas vezes a carta ou e-mail enviados para a revista acabam por inspirar o surgimento de uma nova pauta; esta inspiração deixa suas marcas explícitas na própria matéria, na qual a revista atribui à leitora a motivação para abordar determinado tema. (ANEXO M) Esta estratégia, que contribui para o fortalecimento dos laços de cumplicidade, pode ser ilustrada nos trechos abaixo:

Elizabeth, 17 anos, e Carlos, 18, namoraram por 1 ano. Ele ficou meio indeciso e resolveu terminar o namoro. Um mês depois, não resistiu, agarrou a Beth, deu o maior beijão nela e pediu para voltar. Apaixonados, os dois reataram o relacionamento, mas ela está com o maior pé atrás. ‘E agora, como vai ser?’ pergunta nossa angustiada leitora, que morre de medo do que pode rolar nessa segunda chance. (TODATEEN, janeiro de 2004)

Nesse mês, uma de nossas leitoras enviou uma cartinha pedindo ajuda para enfrentar uma situação super difícil, mas que acontece com muitas garotas. Por isso, resolvemos responder aqui na revista. Aí vai o problema da nossa amiga: ‘Estou apaixonada por um garoto, mas ele tem namorada...’. (TODATEEN, junho de 2004)

No caso da Atrevida, as perguntas dos leitores são respondidas pela própria revista, que claramente assume o papel do especialista, apropriando-se do seu discurso. Neste movimento de apropriação, a estrutura compacta e fechada do discurso de citação é desfeita pelo apagamento de suas fronteiras, e assim o discurso do especialista tem suas marcas apagadas e assimiladas pela revista.

Quando a escolha recai sob um especialista, a preferência é por dar credibilidade à informação, deixando claro que aquela é a opinião de alguém apto a falar sobre o assunto e que, neste caso, assume a responsabilidade pelo que é dito. Neste caso, a fala do especialista conserva o seu status, diferentemente do que acontece com a modalidade de empréstimo, citada anteriormente, que rege a intertextualidade.

Esta, porém, não é uma transferência completa de responsabilidade porque a voz do especialista representa também a voz da revista, já que ambos compartilham opiniões

semelhantes. As respostas, ainda que dadas por outras pessoas, não fogem da linha editorial adotada pela revista, muito menos dos valores e convicções defendidos por ela. Até mesmo porque podemos afirmar que cada revista é ‘senhora’ dos efeitos que confere às vozes que reproduz em seu discurso.

Tenho 12 anos e transei com meu namorado cinco vezes. Nunca usei camisinha e minha menstruação está atrasada um mês e 18 dias. Já fiz o teste de farmácia e deu positivo. Ele tem 15 anos e me apóia. Como conto pra minha mãe? *Juliana, 12 anos.*

Você e ele devem procurar sua mãe e conversar. Um dia você vai ter de falar e quanto antes fizer isso, melhor será. E, com esta idade, mais do que nunca, você precisará do apoio de sua família. Outra maneira é pedir para sua mãe marcar uma consulta com o médico ginecologista dela e pedir a ele uma ajuda para explicar a situação. *Dr. Sérgio dos Passos Ramos – ginecologista.* (TODATEEN, novembro de 2003)

Uma escolha de caráter mais duvidoso, presente principalmente na revista *Todateen*, é abrir espaço para que celebridades do mundo da TV, música, cinema e esporte respondam estas perguntas. (ANEXO N) Isso porque passamos a discutir quais habilidades, conhecimentos ou condições estas pessoas têm para responder estes questionamentos. O que confere legitimidade a estas pessoas, famosas por suas performances como ator, cantor ou modelo, para discorrer sobre assuntos específicos e dos quais aparentemente eles não têm domínio? Isso significa que qualquer um poderia manifestar-se? Quais seriam os critérios utilizados nestes casos?

A opção por celebridades apresenta-se como uma forma de incentivar a participação dos leitores, já que quem não gostaria de ter sua dúvida esclarecida por um cantor de sucesso ou uma modelo famosa? Além disso, a opção contribui para a legitimação da revista, conferindo status a esta: fazendo das fontes que cita suas referências, a revista reproduz seu status.

Quando os questionamentos estão ligados ao campo de atuação das celebridades, esta estratégia passa a ter sentido já que é natural, por exemplo, pedir dicas a uma modelo de como seguir a profissão. Esta estratégia é válida ainda quando as leitoras enviam perguntas de

caráter mais subjetivo, que se referem às opiniões masculinas por exemplo, como esta a seguir:

Eu e minhas amigas gostaríamos de saber se os meninos também ficam nervosos, como as meninas, no momento da primeira transa. Qual é a expectativa que um garoto costuma ter na sua primeira vez? *Jaqueline, 16 anos.*

É aquele nervosismo de não saber como vai ser, se vai dar certo, se ela vai gostar, pelo menos comigo aconteceu isso. O menino sempre se preocupa em fazer bem feito, e eu acho que se ele for desencanado com esses grilos, faz melhor ainda. Eu só ficava pensando que tinha que dar tudo certo, que tinha que ser muito legal. E deu certo, foi muito bacana, eu pirei na minha primeira vez, de tão bom! Perdi a virgindade com 14 pra 15 anos. *Bruno, músico do KLB. (TODATEEN, abril de 2005)*

Entretanto, quando os questionamentos giram em torno de temas mais específicos os problemas aparecem. A estratégia é esvaziada e deixa de fazer sentido. Por um lado, porque as respostas acabam perdendo credibilidade e, por outro, porque se tornam extremamente superficiais e genéricas. Como na maioria das vezes as celebridades não têm segurança do que irão falar acabam apostando em respostas simples, baseadas no que diz o senso comum e com o menor risco de comprometimento possível.

Já estou namorando há um ano e meu namorado não está mais querendo transar comigo com camisinha. A obrigação de se prevenir tem que ser só da mulher? Ou os garotos também devem se responsabilizar pela prevenção? Como faço para conversar sobre isso com meu namorado? *Maria Antônia, 15 anos.*

Lógico que não. O prazer do sexo só existe se vier junto com a responsabilidade, e isso deve ser por parte de ambos os parceiros. Você está na adolescência e essa é uma fase para curtir a vida descobrindo muitas coisas boas. Não dá para correr o risco de destruir tudo isso com o fantasma das doenças venéreas ou mesmo a ocorrência de uma gravidez indesejada. *Marco Túlio, guitarrista do Jota Quest. (TODATEEN, setembro de 2004)*

Ainda que as respostas dadas por celebridades sejam, em geral, bastante superficiais, fazem parte de uma importante estratégia de construção da legitimidade do discurso: a evocação dos chamados olímpianos (termo utilizado por Fausto Neto para designar mitos e celebridades produzidos pela cultura de massa que habitam os mundos da televisão, do esporte, entre outros). Dando voz aos olímpianos, a revista não apenas reveste-se de credibilidade, como também se aproxima de suas leitoras.

5. A sexualidade nas revistas adolescentes

Para grande parte dos indivíduos, o conceito de sexualidade está relacionado imediatamente e quase unicamente ao ato sexual e à reprodução. No entanto, para falar de sexualidade é preciso ir muito além disso. Conforme afirmou Foucault (1985), a sexualidade pode ser entendida como a maneira que cada pessoa tem de expressar seus afetos, descobrir-se e também descobrir o outro.

Como sexualidade, podemos entender a busca por identidade sexual, as alterações físicas e psicológicas pelas quais passamos ao longo da vida, relacionamentos e afetos, sentimentos como desejo e paixão, a intimidade, o erotismo, a gravidez e a maternidade/paternidade, os transtornos sexuais, doenças sexualmente transmissíveis, entre outras coisas.

Esta visão da sexualidade remetida diretamente ao ato sexual com finalidade reprodutiva foi uma norma de comportamento vigente até o final do século XIX. Um dos primeiros a levantar-se contra este conceito foi Sigmund Freud, cientista, escritor e fundador da Psicanálise, que defendeu o uso extensivo do termo “sexualidade” para além do ato sexual propriamente dito.

Primeiramente, a sexualidade é desembaraçada de sua relação estreita demais com os órgãos genitais, sendo colocada como uma função corporal mais englobante e visando o prazer, que entra apenas secundariamente a serviço da reprodução; em segundo lugar, coloca-se entre as moções sexuais todas aquelas que são simplesmente ternas ou amistosas, às quais o nosso uso linguístico aplica o termo plurívoco de ‘amor’. (FREUD apud CANTONNÉ, 2001)

O conceito contemporâneo de sexualidade pode ser caracterizado como uma experiência individual orientada por diversos desejos, valores e condutas, o que faz dela um processo completamente natural, único e pessoal. Segundo esta concepção, o modo como cada um se descobre e se assume enquanto ser sexual é absolutamente próprio à sua natureza,

não podendo ser alterado por quaisquer fatores externos sem que haja um grande sentimento de angústia e dor.

Em toda parte e desde a aurora da humanidade, o sujeito se vê confrontado a uma dupla dimensão: de uma parte, o cosmos, ou seja, o mundo natural no qual está mergulhado, e de outra, seu corpo e precisamente o caráter sexual deste último. É a partir desta dupla polaridade que ele se reflete como ser no mundo e elabora os símbolos com os quais constrói sua existência social. É também a partir desta dupla polaridade que ele fabrica seus mitos. (CANTONNÉ, 2001)

5.1 – Que sexualidade é retratada nas revistas

Sabemos que os leitores são fiéis a um produto a partir do momento que sabem, de antemão, o que irão encontrar nele. Com a sexualidade nas revistas adolescentes acontece exatamente isso: há uma expectativa por parte do leitor do que está nas páginas das revistas e estas, por sua vez, não fogem ao esperado. Não há como negar que as revistas adolescentes apresentam uma grande coerência discursiva, o que representa um ponto forte na configuração de suas estratégias.

Nestas revistas, a sexualidade é uma temática comum, presente em todas as edições por meio de matérias e reportagens, seções fixas de perguntas e respostas e também, com menos frequência, de testes. A relação estabelecida entre as partes – leitor e produto - prevê que os temas relacionados à sexualidade serão tratados de forma leve, descomplicada e superficial, ainda que sempre com responsabilidade.

A posição construída no discurso pelas próprias revistas é perceptível também no tipo de linguagem empregada. A linguagem é extremamente leve e coloquial, com a utilização inclusive de gírias, sempre referindo-se diretamente à leitora. A linguagem utilizada agrega ainda modismos da língua, como bordões e expressões que estão fazendo sucesso no

momento e caíram no gosto popular⁹. Assim, as revistas vão se apropriando de diversas referências do universo adolescente - seja através das gírias utilizadas, ídolos admirados ou programas assistidos - para aproximar-se do seu público-alvo.

Em geral, as matérias sobre sexualidade vêm acompanhadas por fotos conceituais trazendo modelos desconhecidos do grande público e/ou celebridades em poses e situações que ilustram o assunto abordado na matéria. Além de encenar o tema em questão, os personagens fotografados sempre interagem entre eles e também com o leitor (olhando diretamente para ele) numa busca clara por cumplicidade.

Em relação ao conteúdo das matérias, a ousadia e a inovação não são ingredientes freqüentes. Grande parte das reportagens gira em torno da idéia de “como fisgar o garoto amado” ou “o que fazer para conquistar o menino dos sonhos”. Esta inclusive é uma das principais características apresentadas pelas revistas: a construção das matérias sob a perspectiva de uma espécie de jogo que coloca de um lado as garotas e do outro os garotos, que nestes casos surgem como objetos de desejo. Neste cenário, a revista surgiria como a única capaz de fazer a ponte entre os dois lados, tendo trânsito livre tanto no universo feminino quanto no masculino.

Há assim uma certa fórmula que determina o que será tratado nas revistas e de que forma será tratado, ou seja, o que será dito e as modalidades de dizê-lo. Por isso, muitas vezes os temas e assuntos tornam-se repetitivos e a abordagem destes também. A sexualidade é tratada de forma um tanto quanto conservadora e superficial, o que faz com que muitos pontos importantes e potencialmente interessantes deixem de ser explorados e as matérias acabem caindo no ciclo vicioso da mesmice. Mesmo temas como métodos contraceptivos, doenças sexualmente transmissíveis e primeira relação sexual - abordados com freqüência pelas

⁹ Um exemplo claro é a expressão “beijar muuuito”, que pode ser notada em grande parte das edições analisadas. Nos anos de 2003 e 2004, principalmente, esta expressão podia ser ouvida facilmente pelas ruas do país graças ao sucesso do bordão repetido exaustivamente pela personagem Thalia, vivida pela atriz Cláudia Rodrigues no humorístico semanal da Rede Globo Zorra Total.

revistas - são ainda assim pouco explorados tanto no que diz respeito ao conteúdo quanto ao modo de tratá-lo.

Em algumas matérias analisadas as informações, conselhos e opiniões são idênticos a ponto de não parecer necessário lê-las até o final para saber do que se trata. No caso das doenças sexualmente transmissíveis, por exemplo, a atenção é dada unicamente à Aids, ignorando quase que completamente todas as outras dezenas de doenças já descobertas pela Ciência.

Ao falar sobre métodos contraceptivos, a abordagem é igualmente redutora já que se restringe a simplesmente recomendar o uso da camisinha sem explicações mais profundas ou orientações sobre outros métodos existentes. O fato é que estes temas – e também a forma de abordá-los - fazem parte daquilo que as revistas acreditam ser o principal foco de interesse das leitoras quando o assunto é sexualidade.

Dessa forma, as publicações se propõem a responder às principais dúvidas das adolescentes sobre a sexualidade, ainda que estas respostas sejam, em geral, bastante simplificadoras. Fica claro que este não é um discurso que tem a intenção de discutir, questionar ou estimular o debate. É um discurso puramente pedagógico, ainda que não queira mostrar-se enquanto tal. Não há espaço para abordagens mais profundas nem ousadas e grande parte das leitoras parece concordar que a revista não seja o espaço adequado para discussões e assuntos mais inflamados.

5.2 – Por uma sexualidade não-pedagógica

É perceptível a preocupação das revistas em orientar as adolescentes fugindo, porém, do aspecto didático. Então, uma outra questão é colocada: como a revista constrói uma relação pedagógica sem assumir uma postura explicitamente professoral? Podemos responder

afirmando que as revistas adolescentes constroem seu discurso acerca da sexualidade assumindo a posição de uma espécie de “amiga mais velha” da leitora.

Por um lado, esta estratégia discursiva confere maior credibilidade à informação já que ao demonstrar possuir mais experiência de vida e conhecimento, tanto do ponto de vista cultural quanto afetivo, a revista garante que pode ser ouvida com confiança. Ou seja, ao assumir o papel de uma amiga mais velha, a revista mostra-se companheira e confiável como qualquer amiga “real” porém, com maior legitimidade para transmitir conselhos e informações. Fato este que não seria possível se o discurso fosse construído num certo tom de “coleguismo”, como num bate-papo entre amigas da mesma idade.

Por outro lado, ainda que se mostre mais sábia e experiente, a revista não assume uma posição superior àquela ocupada pelas leitoras, ou seja, ela não se assume explicitamente enquanto discurso pedagógico – o que significaria definir enunciador e co-enunciador como desiguais. Ainda que a revista assuma a posição daquela que mostra, explica e aconselha, enquanto a leitora simplesmente olha e tira proveito, isso é feito de forma a criar certa simetria entre ambos. Assim, a revista mostra uma maneira de enxergar a sexualidade e convida a leitora a compreender e adotar este mesmo ponto de vista.

O discurso da publicação enquanto “aquela que sabe mais e está disposta a ensinar” sempre é concebido de forma a fortalecer a relação de cumplicidade e companheirismo entre ambas. Por meio de diversas estratégias enunciativas, entre elas os jogos de linguagem, revista e leitora encontram-se no nível da cumplicidade criada pela partilha de certos valores e opiniões. Este tipo de relação não seria possível caso as publicações assumissem uma posição explicitamente didática.

É dessa maneira que o discurso da revista acerca da sexualidade legitima-se frente aos leitores. Ao mesmo tempo em que constrói seu discurso de forma pedagógica, tendo claramente o objetivo de servir de fonte de orientação acerca da sexualidade para as

adolescentes, a revista investe em estratégias de aproximação para criar laços de cumplicidade e intimidade com as leitoras. A intenção é sim ensinar, mas não de uma forma didática. E para fugir do estigma do didatismo, as revistas adolescentes usam e abusam de manobras enunciativas para diminuir a distância em relação aos seus leitores e promover a cumplicidade.

A tônica do discurso é o compartilhamento de experiências, conhecimentos e opiniões. Ser amiga mais velha neste caso significa abrir mão de qualquer tipo de pedestal ou posição de superioridade: é ter credibilidade na mensagem que transmite sem, no entanto, perder a relação de cumplicidade que une ambas as partes. É justamente esta postura adotada pelas revistas a responsável por tornar possível o diálogo com as adolescentes sobre temas muitas vezes indigestos como a sexualidade.

No espaço da revista, elas sentem-se livres e à vontade para se expressar, buscar informações e tirar dúvidas. O sucesso desta estratégia fica claro em depoimentos como este, enviado por uma leitora à redação da revista *Atrevida* e publicado na seção “Escreve pra mim”:

Tenho vários amigos, mas nenhum com quem eu possa conversar e pedir opiniões. É nessa hora que a *Atrevida* cai do céu. Fico superfeliz quando a revista chega. E o pessoal até já sabe que não adianta nem conversar comigo: me tranco no quarto e saboreio até a última letra da revista. (*Atrevida*, dezembro de 2003)¹⁰

5.3 – A sexualidade que a leitora deseja

Mas então por que esta abordagem acerca da sexualidade, aqui considerada conservadora e superficial, consegue agradar tanto às leitoras? É claro que não se pode atribuir o sucesso da revista única e exclusivamente ao modo como esta retrata a sexualidade,

¹⁰ Vale a pena ressaltar que em nenhum momento as revistas parecem buscar o isolamento social do adolescente, muito menos manifestam o desejo de assumir o lugar ocupado pela família e amigos. Este fato pode ser comprovado na própria resposta da publicação à mensagem deixada pela leitora: “A gente fica superfeliz com o elogio. Mas damos uma dica: que tal conversar mais com as pessoas e saber o que elas pensam? Você pode ter ótimas surpresas na vida!”.

já que muitas outras coisas estão em jogo neste processo, mas sem dúvidas não há como negar o quanto este aspecto contribui para o sucesso do contrato firmado entre revista e leitor.

A resposta estaria na adequação da abordagem destas publicações ao seu perfil de leitor. O fato é que a revista adequa seu discurso ao perfil, expectativas e preferências dos seus leitores. Não se trata aqui daquela velha dicotomia: as revistas são assim porque os leitores querem que elas sejam assim ou os leitores estão satisfeitos porque as revistas os acostumaram dessa forma. A questão aqui é de um verdadeiro pacto quanto ao que deve ser dito, como deve ser dito e, principalmente, ao que não deve ser dito.

Isso porque ao analisar as revistas ou simplesmente lê-las não há como considerar apenas o que está dito e esquecer do que está implícito, ou seja, daquilo que não é dito mas também está significando. O que não é dito pode apresentar-se sob várias formas: o que não é dito mas, de certa forma, sustenta o que é dito; o que está suposto para que seja possível entender o que é dito; aquilo a que o que é dito se opõe.

No campo do que não é dito nas revistas adolescentes quando o assunto é sexualidade há uma série de temas que incluem transtornos sexuais, violência sexual e transexualismo, entre outros. Nenhuma das edições analisadas apresentou reportagens sobre estes temas. A homossexualidade, por exemplo, é tratada de forma tímida: dentre todas as matérias analisadas somente em três a temática foi abordada. (ANEXO O)

O discurso da revista quando o assunto é sexualidade reproduz toda uma ideologia conservadora que ela própria ajudou a construir e continua ajudando a reforçar. Uma forma de pensar a sexualidade ainda imersa em muitas limitações e preconceitos, mas que passa lentamente por transformações, ainda que custe a dar longos passos. É um modo ainda frágil e medroso de conceber a sexualidade, onde continuam a existir muitas polêmicas e assuntos proibidos.

A sexualidade acaba apresentando-se como um terreno perigoso, onde é preciso ter cuidado para que o próximo passo não cause constrangimento ou choque. Neste contexto, as publicações acabam optando pelo caminho mais leve e fácil de abordar a sexualidade - beijos, namoros, conquistas, a descoberta do sexo e suas implicações. Esta fórmula, além de ter aceitação e sucesso garantidos, apresenta poucos conflitos e suscita menos discussões.

Esta forma de conceber a sexualidade é bem aceita por suas leitoras porque está de acordo com os interesses e expectativas destas e do contexto no qual ambos estão inseridos. De modo geral, elas encontram-se expressamente satisfeitas com o que é retratado e como é retratado. Parece não haver espaço para passos ousados ou questionamentos mais profundos e, se por algum motivo, as leitoras desejarem algo que fuja a estes padrões sabem que não poderão encontrar na revista, já que esta não se propõe a isso. Elas terão assim que procurar outras fontes para satisfazer sua curiosidade.

Portanto, esta não é uma questão apenas de como sexualidade é concebida pela revista ou pela adolescente, mas sim como esta é pensada por toda a sociedade contemporânea, já que de certa forma, o discurso das revistas nada mais é do que a reprodução da ideologia da sociedade brasileira acerca da sexualidade. O que podemos afirmar é que as revistas voltadas para adolescentes pouco têm contribuído para a adoção de uma postura diferente, para a reformulação de antigos conceitos, para a quebra de tabus e para a construção de um modo diferente de enxergar a sexualidade.

6. Conclusão

No longo e delicado processo através do qual o jovem descobre a própria sexualidade, muitos agentes e fatores externos exercem grande importância. Um deles, de importância especial para as adolescentes do sexo feminino, é muitas vezes subestimado e esquecido. Este agente, como assim podemos chamá-lo, são as revistas adolescentes, companheiras de leitura de grande parte das jovens durante o processo de descobrimento e construção de sua sexualidade.

Portanto, é imprescindível compreender como se dá esta relação entre as revistas adolescentes e seu público, bem como de que forma as publicações constroem os pilares que sustentam a sexualidade adolescente. Coloca-se então uma questão crucial: como as revistas buscam se legitimar como meio de orientação sobre a sexualidade para as adolescentes?

Ao buscar entender o modo como os temas relacionados à sexualidade são tratados nas páginas dessas publicações, é possível compreender não só a importância que estes veículos exercem na descoberta da sexualidade por parte das adolescentes, como também de que maneira estas jovens são apresentadas e iniciadas nos caminhos da sexualidade.

Para entender esta delicada relação, foi aplicada a abordagem metodológica da análise do discurso, pelo viés da metodologia construída pelo teórico Eliseo Verón. De acordo com este referencial metodológico, foram analisadas as três maiores revistas adolescentes brasileiras – *Atrevida*, *Capricho* e *Todateen*. A partir do estudo detalhado das matérias e seções relacionadas à sexualidade, bem como elementos como títulos de matérias, fontes de informação consultadas e espaços dedicados aos leitores, foi possível chegar a um panorama de como a sexualidade é construída nas páginas dessas revistas.

Da mesma forma, foram destrinchadas as diversas estratégias aplicadas por este tipo de publicação para estabelecer uma relação com seus leitores adolescentes e para compreender de que modo, através de que mecanismos, em que nível de funcionamento, o discurso acerca da sexualidade é construído. Também se buscou definir o lugar do discurso atribuído a ambos – leitor e produto – bem como o tipo de elo que une as duas extremidades. Tendo em vista o panorama traçado sobre a sexualidade nas páginas das revistas adolescentes, chegamos a alguns pontos importantes.

O primeiro deles é o tipo de discurso acerca da sexualidade que é construído e sustentando por essas revistas. Um discurso que ao mesmo tempo tenta mostrar-se moderno e descolado, assim como o público para o qual se dirige, mas também guarda marcas de conservadorismo. A falta de ousadia é perceptível tanto nos temas escolhidos para serem apresentados, quanto na forma como estes temas são abordados e na superficialidade que dá tônica às discussões levantadas.

Um segundo ponto importante é o tipo de relação estabelecida entre as revistas e suas jovens leitoras. Relação que guarda marcas de intimidade e confiança, podendo ser definida como uma espécie de amizade, na qual a revista ocupa a posição de uma amiga mais velha sempre pronta a contar novidades, ouvir e aconselhar. Enquanto isso, a leitora surge como alguém ávida por novos conhecimentos, repleta de dúvidas, anseios e curiosidades. Dessa forma, é estabelecido um forte elo baseado em elementos como a liberdade e a confiança da adolescente para falar e perguntar, e a certeza de que será tratada com respeito e seriedade pela revista, sem no entanto, perder a leveza peculiar da juventude.

A partir destes dois pontos chegamos a uma questão central: como as revistas adolescentes, que de acordo com o percurso analítico proposto apresentam um discurso fundamentalmente pedagógico, podem não se mostrar enquanto tal? Como estas publicações de caráter assumidamente pedagógico podem fugir deste estigma? Quais recursos as revistas

utilizam para não se mostrar pedagógica perante seus leitores ainda que sejam claramente dessa forma?

A estratégia mais recorrente, sem sombra de dúvidas, é o empréstimo de manobras comumente adotadas por suportes para estabelecer laços de cumplicidade entre enunciador e co-enunciador. Ou seja, ao mesmo tempo em que constrói seu discurso de forma pedagógica, tendo o objetivo claro de servir de fonte de orientação acerca da sexualidade, a revista também investe em estratégias de aproximação para criar laços de cumplicidade e intimidade com as leitoras.

É dessa forma que as revistas se legitimam diante das adolescentes e simultaneamente se afastam do rótulo de ‘publicações didáticas’: usando e abusando de manobras enunciativas para diminuir a distância em relação aos seus leitores. Apesar de terem a intenção explícita de ensinar, orientar e servir de fonte de informação para as adolescentes, as revistas repudiam o tom pedagógico e lançam mão de uma variada gama de estratégias enunciativas para fugir dele.

Por fim, através deste breve panorama foi possível entender de que forma o discurso acerca da sexualidade nas revistas adolescentes reflete o discurso construído pela própria sociedade brasileira ao longo dos anos. Em que medida este discurso sustentado pelas revistas reproduz os pensamentos da sociedade contemporânea e, ao mesmo tempo, de que forma rompe com este, quebrando tabus e reformulando antigos conceitos.

Ao recapitular pontos importantes da análise, percebemos que num segundo momento, num estudo posterior, as atenções poderão se voltar para a questão contratual das revistas. Ou seja, através da metodologia de análise dos contratos de leitura, também proposta por Eliseo Verón, buscar as distinções e especificidades de cada uma das revistas adolescentes estudadas. Dimensão fundamental para o funcionamento de qualquer meio de comunicação de massa, o contrato enunciativo e sua análise permitirá resgatar as especificidades de cada

revista, ressaltando as dimensões que constituem a maneira particular que cada uma tem de construir a relação com seus leitores.

Fazendo uma análise comparativa entre as três revistas e concentrando-se nas diferenças entre os discursos, o contrato de leitura colocará em evidência o elo fundamental que une cada publicação e seus leitores. Esta análise deverá ser orientada por critérios comparativos e estar centrada nas diferenças entre os discursos, já que cada um apresenta traços específicos que vão se transformando lentamente ao longo dos anos. É justamente esta lógica de funcionamento discursiva que a análise do contrato poderá detectar com eficiência num estudo futuro.

REFERÊNCIAS

- ABRIL. Desenvolvido pela Editora Abril S.A. Site oficial da Editora Abril, empresa responsável pela publicação da revista Capricho. Disponível em: < <http://www.abril.com.br> >. Acesso em: 8 mar. 2006.
- ALTO ASTRAL. Desenvolvido pela Editora Alto Astral, empresa responsável pela publicação da revista Todateen. Disponível em: <<http://www.editoraaltoastral.com.br>>. Acesso em: 10 mar. 2006.
- ATREVIDA. Desenvolvido pela Símbolo Comunicação, 2006. Site oficial da revista Atrevida. Disponível em <<http://www.atrevida.com.br>>. Acesso em: 12 fev. 2006.
- BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. Campinas: Ed. da Unicamp, 2004.
- BITTENCOURT, Andréa; GRABASKI, Elaine Priscila; AMBRÓSIO, Estela Gatzke; DEA, Franciely Simone. **Capricho: Dois momentos, dois discursos**. Paraná: Ed. Vozes, 2004.
- CAPRICHOS. Desenvolvido pela Abril S.A. 2006. Site oficial da revista Capricho. Disponível em: < <http://www.capricho.com.br> >. Acesso em: 13 fev. 2006.
- CATONNÉ, Jean-Philippe. **A sexualidade, ontem e hoje**. São Paulo: Ed. Cortez, 2001.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Le discours d'information médiatique**. Paris: Nathan/INA, 1997.p. 57-80.
- FAUSTO NETO, Antônio. **Mortes em derrapagem: os casos Corona e Cazuza no discurso da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora, 1991.
- FERREIRA, Giovandro Marcus. O contrato de comunicação dos jornais de Vitória – ES (1988 a 1993), **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v.22, n. 1, jan./jun.1999.
- FERREIRA, Giovandro Marcus. Uma proposta metodológica para o estudo da imprensa a partir das mutações na problemática da análise do discurso. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, v.8, n. 1, abr. 2006. Disponível em: <<http://www.eptic.com.br>>. Acesso em: 28 abr. 2006.
- FERREIRA, Giovandro Marcus. **O posicionamento discursivo de A Gazeta e A Tribuna (Vitória-ES / Brasil): uma explicação para entender a evolução de suas tiragens**. In: V Congresso Latino-Americano de Ciências da Comunicação (ALAIIC), 2000, Santiago. Disponível em: <<http://www.eca.usp.br/alaiic/gt6.htm>>. Acesso em: 5 jan. 2006.
- FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade: a vontade de saber**. Rio de Janeiro: Ed. Graal, 1985.

HALL, Stuart. The Work of Representation. In: **Representation: cultural representation and signifying practices**. London: Sage, 1997. p. 15-63.

LAGE, Nilson. **A Reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

LUBISCO, Nídia M. L., VIEIRA, Sônia Chagas. **Manual de Estilo Acadêmico: Monografia, Dissertações e Teses**. Salvador: UFBA, 2003.

MAINGUENEAU, Dominique. **Termos-chave da análise do discurso**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: Pontes - Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1989.

ORLANDI, Eni Puccinelli (org). **A leitura e os leitores**. Campinas: Pontes - Editora da Universidade Estadual de Campinas, 2003.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso**. Campinas: Pontes - Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1996.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Discurso e leitura**. Campinas: Pontes - Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1996.

RABAÇA, C. A. & BARBOSA, G., **Dicionário de Comunicação**. Rio de Janeiro: Editora Codecri, 1978.

RIBEIRO, Tatiana Weiss; TOROSSIAN, Sandra Djambolakdjian. **Drogas e adolescência: uma análise da ideologia presente na mídia escrita destinada ao grande público**. Porto Alegre, 1998. Disponível em < <http://www.scielo.br/scielo> >. Acesso em: 8 maio 2006.

SERRA, Giane Moliari Amaral . **Saúde e nutrição na adolescência: o discurso sobre dietas na Revista Capricho**. 2001. Dissertação de Mestrado - Escola Nacional de Saúde Pública, Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro.

SÍMBOLO. Desenvolvido pela Símbolo Comunicação. Site oficial da Editora Símbolo, empresa responsável pela publicação da revista Atrevida. Disponível em: <<http://www.simbolo.com.br>>. Acesso em: 6 mar. 2006.

TODATEEN. Desenvolvido pela Editora Alto Astral. Site oficial da revista Todateen. Disponível em: < <http://www.todateen.com.br> >. Acesso em: 15 fev.2006.

VERÓN, Eliseo. **A análise do contrato de leitura: um novo método para os estudos do posicionamento de suportes impressos**. Tradução de Giovandro Marcus Ferreira e Augusto Drumond Moraes. Vitória: Ed.Contexto, 1999.

VERÓN, Eliseo. **A produção de sentido**. São Paulo: Cultrix, 1980.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2004.

Vire o jogo com o gato

Ele aprontou e deixou você verde de raiva? Calma... Se ainda quer conquistar o gato, é melhor dar seu recado com charme e bom humor. Sem armar barraco, sem pegar no pé e sem choramingar!

Rita Trevisan

“Ele deu em cima da minha melhor amiga.”

O garoto pode até ter feito de propósito, para deixar você com ciúme. Mas é fundamental mostrar que não gostou da “brilhante” idéia dele. Diga simplesmente: “Percebi que você anda muito interessado na minha amiga. E também acredito na sua capacidade de conseguir o que quer. Mas também acredito na minha capacidade de dizer não a tudo aquilo que não quero para a minha vida. E estou prestes a fazer uma escolha. Mas ainda estou em dúvida”. Dê um beijinho de tchau e deixe a idéia no ar. O recado, ele que aproveite como quiser. A você, cabe rezar para que ele se toque!

“Fui para a balada e dei de cara com ele beijando outra garota.”

O jeito é engolir o choro ou a vontade de chamar a menina de sirigaita e deixar o sermão light para a próxima vez que encontrá-lo. Diga que o viu no tal lugar em que ele estava com a lambisgóia e, com um comentário, deixe clara sua opinião sobre a atitude dele. Tudo com muito humor, claro. “Esperava encontrar você lá. Só imaginei que você fosse se divertir mais. Minha idéia de diversão é muito mais interessante. Mas infelizmente você só vai conhecê-la quando estiver merecendo. Quem sabe daqui a um tempinho...”

Você gosta de um garoto, mas sofre uma decepção. Algo como vê-lo numa festa com outra. Você esbraveja, desabafa e chora. Com o passar dos dias, descobre que, mesmo depois da pisada, gostaria de arrumar um jeito de dizer a ele que ficou chateada, mas que, com uma boa mudança de comportamento dele, você poderia dar mais uma chance. O problema é chegar no garoto e dizer tudo isso. Quer dizer, era... Experimente nossas táticas atrevidas!

TÓIM!



VIDA REAL

Onde você põe a camisinha?

Passamos a última semana fazendo essa pergunta a meninas de 14 a 20 anos. E sabe qual foi a resposta mais comum? Em lugar nenhum

Brasil

Brasil está superbem no uso de camisinhas, segundo pesquisa do Ministério da Saúde. Tipo: muito bem mesmo: 44% dos jovens pesquisados pelo Ministério da Saúde declararam usar camisinha sempre. Legal, né?

Mas isso também não quer dizer, coruja a gente achava, que as meninas carregam camisinha na bolsa para qualquer emergência. A enquete que a revista fez com 332 internautas jovens mostra que menos de 3 entre cada 10 meninas carregam camisinha pra balada. Duvida? A gente também duvidava e foi conferir. Numa blitz em plena noite de sexta-feira em São Paulo, a reportagem da CAPRICHÔ não conseguiu achar UMA garota com camisinha. E olha que foram 40 meninas que abriram a bolsa.

Por que não carregar preservativo? “Não venho pra noite com essa intenção”, “Não transo com qualquer um” e “Ja uso outro tipo de método” foram as respostas que ouvimos na noite. No site, os motivos foram parecidos. 38% não carregam camisinha porque não transam, 33% porque acham que isso é obrigação de menino e 6% porque usam outro tipo de proteção.

1º de dezembro: Dia Internacional da Luta contra a Aids

102

www.capricho.com.br • 14/11/2004

Tira dúvidas

A resposta que você queria está aqui!

Para responder às várias cartinhas e e-mails que recebemos diariamente aqui na redação com perguntas diversas sobre beijos, resolvemos fazer uma matéria especial tirando todas as dúvidas relacionadas a essa intimidade tão gostosa e inesquecível que é o **BEIJO!**

Beijar engravida?
Não. Beijo não engravida ninguém.

Tem como o garoto saber que eu sou BV (Boca Virgem)?
Alguns garotos notam sim que a menina não tem experiência em beijar, principalmente quando ela fica trêmula, sem graça, com medo. Mas isso é supernormal. E, no fundo, eles adoram poder ensiná-la. Mas não há como o garoto ter certeza de que você é BV ou não.

Como faço para beijar o garoto que estou a fim?
Quando o garoto se aproximar, veja primeiro se ele toma a iniciativa de beijá-la. Se o garoto já for lhe beijando, basta acompanhar e ir imitando as atitudes dele. Agora, se o garoto ficar paradinho, a primeira coisa a fazer é abrir a boca (mas não muito), colocar a língua suavemente dentro da boca dele e fazer movimentos lentos com os lábios. Aos poucos você vai perceber que as bocas vão se encaixando. Aí é só fechar os olhos e curtir essa intimidade supergostosa!

O que eu faço quando o garoto encostar o rosto bem pertinho do meu?
Na hora em que você perceber que vai rolar o beijo, a melhor coisa a fazer é fechar os olhos. Fica bem mais gostoso e envolvente. Sem falar que alguns gatinhos odeiam beijar garotas que ficam de olho aberto!

FOTO: MOISÉS PAZIANOTTO





traiu!

Dormindo com a inimiga

Além de se sentir rejeitada, depois de uma traição a garota começa a se achar feia, burra ou chata perante a outra menina. Afinal, ela deve ser muito mais interessante do que você para ter conseguido chamar a atenção do seu namorado, certo? Erradíssimo!

Ser traída não significa que você seja pior do que ninguém. O gato pode procurar mil coisas em outra garota, mas não necessariamente as mesmas que encontra no namoro de vocês. Muitas vezes, por pura curiosidade. “O fator novidade é o grande convite para a traição, até mesmo quando o relacionamento vai bem. Ainda que o garoto esteja amando a namorada, ele pode se sentir atraído

por outra, pelo simples fato de querer experimentar algo diferente”, explica Ailton. Portanto, ponha uma coisa na cabeça: a culpa de tudo isso não é exclusivamente sua.

Foi o que aconteceu com a atriz Nathalia Rodrigues, a Carla de *Malhação*. Quando ela tinha 14 anos e foi morar no Japão para trabalhar como modelo, começou um rolo com um modelo brasileiro que também estava no país a trabalho. “Tinha acabado de terminar um namoro, apesar de ainda estar apaixonada, porque não acreditava que o meu namorado fosse me esperar no Brasil sem me trair. E troquei um problema por outro. Estava carente no Japão, fiquei com esse modelo brasileiro e acabei sendo traída”, revela, hoje vendo a história com bom humor.

outra. Mas se ele estiver arrependido de verdade, nada impede que você lhe dê uma segunda chance.

• Se você resolver perdoar seu namorado, faça-o de coração. Não vale dizer que está tudo bem e depois deixar essa história pairando no ar o tempo todo, sobretudo se você já era ciumenta antes da traição. Aliás, ficar desconfiando até da sua sombra é perigoso, porque o gato pode se sentir sufocado e, aí sim, terá todo o direito procurar outra namorada. “O importante é passar por cima do que aconteceu, sem cobranças ou demonstrações de insegurança”, aconselha Ailton.

• A não ser que esteja realmente a fim, não fique com outro garoto só para dar o troco para o gato. A sensação de vingança pode até lhe dar um prazer momentâneo, mas no fim vai machucá-la ainda mais.

• Se você decidir terminar o namoro, vale a mesma dica: passe uma borracha por cima de tudo o que aconteceu. Esse garoto pode até ser uma página virada na sua vida, mas outros virão! Por isso, evite pegar pesado demais, transformando esse episódio triste num verdadeiro trauma. As pessoas são diferentes umas das outras e nada garante que seu próximo namorado também será infiel.



Nathalia Rodrigues já foi traída, mas garante: “A fila anda!”

“Eu dividia o apartamento com uma modelo mexicana, ela não falava direito português, nem eu espanhol, e a comunicação era esquisita. Um belo dia, cheguei em casa e flagrei o tal modelo com a mexicana. Aí comecei a gritar: ‘Você tá louco?’ Eu me volvei contra ele, não contra ela. Tomei satisfação e ele mandou na lata que não queria nada comigo”, diz. Mesmo tendo ficado muito mal com o flagrante da traição e com o fora, a atriz não ficou se comparando com a colega mexicana — nem se mudou do apartamento por isso.

Nathalia recomenda a qualquer menina nessa situação que passe a se amar mais, em vez de se achar a última das últimas. “Nunca me comparei com nenhuma mulher. A receita para quem é traído é levantar a cabeça. Não vai ser a última vez que vai acontecer com você, infelizmente, e você tem de estar preparada. Se aquele cara não te valorizou, um dia você vai encontrar um homem de verdade que te dê o devido valor, como uma mulher de verdade. A fila anda”, garante a atriz. ♥

Anexo H – Exemplo de matéria da revista Capricho - a leitora como sujeito do discurso

O bate-papo sobre orgasmo de Bia e Carol

Carol Bia, eu nunca tive orgasmo. Por que será?

Bia Talvez você não esteja pronta, ou sei lá, muito excitada. Essa tensão de ficar esperando acontecer, de ter que acontecer, prejudica muito na hora. Acho que se você não se entregar 100% ao sexo, ao momento, não vai conseguir.

Carol Como é um orgasmo, o que você sente?

Bia Como se explica isso? Não sei, você não sente o seu corpo, não dá para explicar direito. É uma sensação bem estranha...

Carol Mas é bom ou ruim? Como você sabe que teve?

Bia É bom. Você sabe porque você meio que treme. Antes, sem eu ter orgasmo, ficava faltando alguma coisa, sentia que não tinha terminado. Eu simplesmente esperava mais, mas nada acontecia. Você espera o ápice e, se ele não vem, você sai dali meio chateada.

Carol Como foi o seu primeiro?

Bia Não foi na primeira vez que transei, com certeza. Só rolou depois de um tempo. Eu estava muito nervosa nas primeiras vezes. Só depois que eu estava namorando tinha uns dois meses e já conhecia melhor meu namorado é que rolou. Foi na casa dele, no quarto dele. Os pais e as irmãs dele estavam viajando, eu sabia que não ia chegar ninguém e estava tranqüila. Aí aconteceu. Foi logo nas preliminares. Fiquei muito feliz! ▶

Orgasmo é descoberta e aprendizado. Ele chega mais fácil quando se conhece melhor o corpo. Por isso, meninas no começo da vida sexual não costumam ter orgasmo.

Cada um, cada um, mas o orgasmo costuma ser um momento de um intenso prazer seguido de uma sensação gostosa de alívio e de relaxamento.

Quando está para alcançar o orgasmo, o corpo reage bastante. A respiração e os batimentos cardíacos se aceleram, a pressão sanguínea aumenta e seu corpo pode suar. Na hora, as mulheres sentem contrações na área vaginal. Depois, tudo volta ao normal.

O estado emocional também conta bastante: às vezes, você está mais cansada, estressada, mal-humorada. E nem se deu conta disso. Se tiver um orgasmo, ele vai ser diferente daquele "superorgasmo" que você teve outro dia, com certeza. Mas essa é a graça do sexo: a cada vez, uma surpresa. O parceiro também influencia. Mas o mais importante é estar relaxada, não se cobrar, conhecer seu corpo, seus pontos de prazer...

Parabéns pra você!
Por que uma matéria sobre orgasmo agora? Bom, para comemorar uma coisa boa que um dia – não precisa ser hoje nem nos próximos cinco anos – vai acontecer na sua vida. Sim, o orgasmo tem data comemorativa, o dia 31 de julho, conhecido como o Dia Mundial dele. É modinha lançada pelos ingleses há poucos anos, quando eles descobriram que 80% das inglesas fingiam chegar ao orgasmo durante o sexo. Para você não precisar disso quando for mais velha, o melhor é mesmo se informar – orgasmo não é coisa de outro mundo. Quando a gente menos espera, ele surge. Igual ao primeiro beijo.

13/7/2003 www.capricho.com.br

DESCOBRIMOS!
CONFIDENCIAL

O que se passa na cabeça dos gatos quando o assunto é garotas e sexo!

Quem nunca quis ser uma abelhinha só para ouvir o que os garotos ficam conversando nas rodinhas de amigos? E quem nunca sonhou ser uma cigana ou vidente para descobrir tudo o que eles pensam depois que saem com a garota ou começam a namorar? Mas já que virar uma abelhinha, cigana ou até vidente seria algo muito complicado, usamos *ferramentas especiais* e descobrimos três gatos que toparam abrir o jogo e revelar tudo o que se passa na cabeça dos garotos quando o assunto é menina e sexo!

(t) Na hora do sexo, importa se a garota tem celulite ou estrias?
Ricardo: “Acho que não. Ali, na hora você não fica vendo defeito. Quer só curtir o momento”.
Cristovam: “Vai depender do clima que tá rolando. Se tiver rolando um clima 100% você nem nota essas coisas”.
Luiz: “Depende do tempo de relacionamento que você tem com a pessoa. Se você namora há um tempo, nem liga pra essas coisas. Mas se conhece faz só uma semana e já rola

Os gatos entrevistados foram:
L Luiz Aurélio Ferrarini Filho, 19 anos
C Cristovam Beuzário Peres, 19 anos
R Ricardo Fernando Ortiz, 20 anos

Anexo J – Pergunta enviada por um garoto à revista Atrevida



Se uma garota usa anticoncepcional, se está no dia fértil e transa sem camisinha, ela pode engravidar? (por e-mail)

Se ela toma direito, sem esquecer nenhum dia, dificilmente vai engravidar. Quando usada de maneira certa, dizem os médicos, a pílula tem uma eficácia de 99,9%. Entretanto, existe um porém: a pílula não impede a transmissão de doenças sexualmente transmissíveis, como a Aids. Para as DSTs, somente o uso da camisinha é capaz de dar a proteção que todos, meninos e meninas, precisam e merecem. Portanto, não basta apenas tomar anticoncepcional corretamente. Camisinha é fundamental.

gostaria de saber se é possível uma menina virgem pegar DST, durante a transa, com um cara que também é virgem. E quem só faz sexo com o mesmo parceiro, também corre o risco?

L.M.B., 16 anos, Rio de Janeiro, RJ

Na teoria, se os dois nunca tiveram nenhum tipo de contato sexual com ninguém, a possibilidade de pegar uma doença sexualmente transmissível é mínima. Porém se um dos dois teve algum contato genital, ainda que não tenha havido penetração, com uma pessoa com uma DST, pode haver, sim, a possi-

bilidade de contaminação. Por isso é bom não vacilar. Não importa se o garoto é virgem (ou diz que é) ou não. Para se prevenir e ter sexo seguro, só com camisinha. O mesmo vale para sua segunda questão. Você pode até ter sexo com apenas um parceiro. Mas e se ele transar com mais de uma sem você saber? Vamos imaginar que ele transe apenas com você. E a vida sexual anterior dele? Não conta? E se o garoto já está com algum problema e não sabe? Pode acontecer, sim. Em muitos casos, inclusive de Aids, os sintomas podem demorar até anos para aparecer. Por isso não brinque com sua vida. Só transe com camisinha.

Que barra!

A minha primeira vez não deu certo! Meu pênis não ficou ereto! Será que tenho algum tipo de problema? Agora estou com receio de falhar de novo. K.S.M.S., 15 anos

Você pode ficar tranquilo, pois o que aconteceu com você não é raro. Ao contrário. Zilhões de homens, com mais ou menos idade que a sua, já passaram por isso. O problema é que esse assunto não é comentado entre os garotos, como se fosse uma grande vergonha falhar na hora H. Ora, os homens também são seres afetados pelas emoções, e não supermáquinas, que só dependem de ligar um botão para começarem a funcionar. O nervosismo provocado pela ansiedade foi o grande responsável para o que aconteceu com você. Não pense que é só ficar excitado ao ver um corpo nu de mulher para que o pênis responda imediatamente ao tesão. Ele pode até ficar ereto num primeiro momento, mas a ansiedade faz com que ele “baixe” a crista. O que é normal. Os garotos também estão sujeitos às interferências das emoções. Portanto, não há nada de errado com você. E a sua idéia de consultar um psicólogo é excelente. Ele o ajudará a perceber melhor o que se passa com suas emoções.

eu saio com um menino que é galinha. Ele vive insistindo para transarmos. Mas sou virgem e tenho medo que ele saia contando pra todo mundo se fizer o que ele quer. O que devo fazer?

N.P., 14 anos, Recife, PE

Nada. Se você está cheia de desconfianças e medos, por que vai dar esse passo se não tem certeza do que realmente quer? Você pode ter motivos — atração pelo galinha, curiosidade —, mas nenhum que seja realmente válido para começar já a sua vida sexual. Ora, você nem está apaixonada pelo garoto para justificar a transa! Então, por que não espera até encontrar um menino que realmente a mereça? Até lá, prepare-se para quando chegar sua vez. Informe-se sobre o que é sexo seguro, consulte um ginecologista, conheça todas as maneiras de se proteger de uma gravidez precoce ou de uma doença sexualmente transmissível. Quando se sentir segura, aí, sim, poderá aproveitar seu momento, sem receios.



ILUSTRAÇÃO: PATRICIA LIMA

SOS Sexo

Para você tirar todas as suas dúvidas sobre gravidez, métodos contraceptivos e outros assuntos ligados à sexualidade, entre no site Manual do Adolescente (<http://www.adolescente.psc.br/adolescente/index.htm>). As perguntas, respondidas por especialistas, vão ajudá-la a se prevenir melhor contra uma gravidez e doenças sexualmente transmissíveis.

ASSUNTO DE AMIGA

por Giovana Gonzales

Traída pelo desejo

Você tem culpa de ficar a fim do mesmo cara que sua amiga?

“

Fiquei com o carinho de quem minha amiga gosta e agora ela não olha mais na minha cara. O problema é que também estou gostando dele. E agora?

A., 16 anos, por e-mail

Agora você recita aquele poema da Cecília Meirelles, *Ou Isto ou Aquilo*. Ou fica com o garoto ou fica com a amiga. Se

”

fosse o contrário, você também ia

estar bem irada, não ia não? Agora, você tem que esperar a revolta dela passar. Se você está a fim do cara, pode até continuar com ele. Terminar tudo? Pode ser, mas também não é garantia de nada. Resumindo... Faça o que o seu coração mandar. E ela também. A vida, às vezes, nos prega peças. E nos apaixonamos pelos mesmos garotos que nossas amigas. Fazer o quê? Quando nos jogamos e vamos atrás de nossos impulsos, também devemos aceitar as reações adversas. Eu, no lugar dela, ia estar bem emburrada. Claro que uma boa discussão de relacionamento pode ajudar a deixar as coisas mais claras!

alguém avisa...

... que ele não é um casaquinho

Aquela máxima de “É meu porque eu vi primeiro” é bobagem. Isso só se aplica a liquidações. Você viu aquele casaquinho tudo de bom antes e é seu direito experimentá-lo para decidir se vai comprá-lo ou não. Mas isso não se aplica a garotos. Muitas meninas adoram colar etiquetas imaginárias de “é meu” nos meninos. Todo mundo já teve uma amiga assim: o primeiro garoto novo que aparece ela já grita “Estou súper a fim dele!”. Ou “Ele está dando mole para mim!”. Depois de um mês, ela está dando em cima dos 20 garotos que surgiram. Socorro! Quando estamos falando de garotos... é de quem pegar primeiro!



Como não sair de malvada

- 1 Jogue limpo e diga para ela. Afinal, ninguém é de ninguém. Competir faz parte. Sem contar que existem outros garotos dando sopa por aí.
- 2 Não é legal ficar por ficar com o cara que sua amiga ama de paixão. Ou com o ex de quem ela ainda gosta. Isso é roubada.
- 3 Ficou com o mesmo garoto? Conte você mesma para ela. Todo mundo faz fofoca e ela vai ficar sabendo mais cedo ou mais tarde. Melhor que seja por você.
- 4 Seduzir pode ser uma boa brincadeira. Mas não brinque disso com o namorado da amiga.

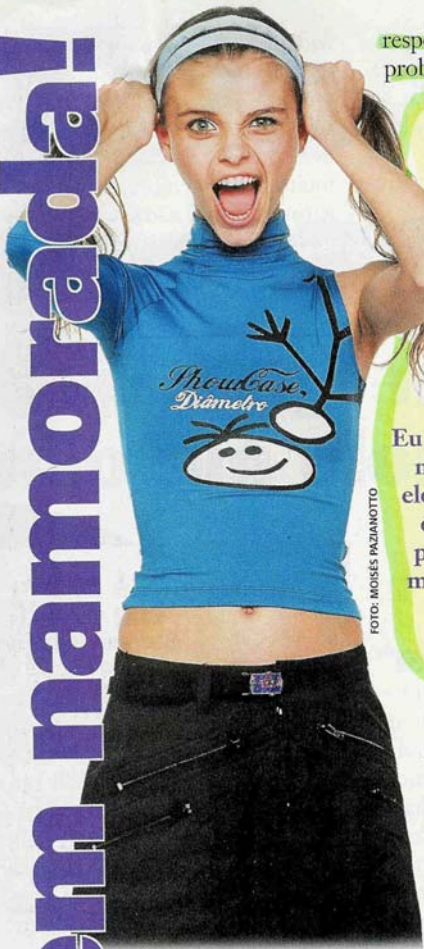
CAPIBOGUES

Onde quer que você vá, vá com todo o coração. Confiar, filósofo chinês

Ele tem namorada!

Nesse mês, uma de nossas leitoras enviou uma cartinha pedindo ajuda para enfrentar uma situação super-difícil, mas que acontece com muitas garotas. Por isso, resolvemos

74 todageen ♥ junho/2004



responder aqui na revista. Aí vai o problema da nossa amiga:

“Estou apaixonada por um garoto, mas ele tem namorada. Mesmo assim a gente ficou, então, quando a gente estava ficando, ele disse pra mim que não gostava mais de sua namorada e que achava que estava gostando de mim. Eu achei que a gente ia só ficar mas, depois de um tempo, ele começou a ficar estranho comigo. Aí, eu perguntei porque, mas ele ainda não me respondeu. Me ajudem, não sei mais o que faço. Por favor, me ajudem!!!”
Angélica, 15 anos

Apasionar-se por um gato que já tem compromisso com outra garota não é fácil. Como descobrir se o garoto por quem a Angélica se apaixonou realmente não gosta mais de sua namorada e sim dela? E como desistir de um garoto que jura gostar de você e promete um dia terminar com a atual namorada? Calma, pois sempre existe um jeito. Respire fundo e siga as 5 dicas abaixo:

1ª: Antes de ficar realmente interessada no garoto, a ponto de rezar para que ele termine com a namorada, verifique quais são as qualidades e os defeitos dele. É claro que não existem meninos perfeitos, mas há defeitinhos que podem fazer com que um futuro relacionamento entre vocês não dê certo. Então, antes de qualquer tentativa de romance, veja se os valores dele são parecidos com os seus, confira se as atitudes que ele toma diante das situações com os pais, amigos, escola ou trabalho, por exemplo, deixariam você feliz. Imagine-se no lugar da namorada dele...

2ª: Mostre suas qualidades. Faça de tudo para o gato perceber o quanto você é interessante. Também não tenha medo de mostrar que está a fim dele. Só assim ele pode tomar coragem e mudar de “dona do seu coração”, não é mesmo?

3ª: Ele é quem tem que tomar a iniciativa de terminar com a namorada. Se ele está gostando de você de verdade, não vai pensar duas vezes assim que perceber que o sentimento é recíproco. Agora, se ele começar a enrolar e ir adiando o término do namoro, dê um cheque-mate e diga para ele tomar uma decisão logo. Isso mesmo, não deixe essa situação se prolongar por muito tempo, pois isso só vai fazer com que você sofra. Além disso, essa “enrolação” pode ser um sintoma de que o gatinho não tem tanta certeza de que gosta de você, né?

4ª: Se o garoto, assim como no caso da Angélica, ficar com você e depois ficar estranho, pode ser que ele esteja indeciso. Provavelmente ainda não tem maturidade para decidir o que quer. Deve gostar de você mas, ao mesmo tempo, sentir alguma coisa pela namorada atual. Talvez tenha medo de perder vocês duas e por isso prefere não se posicionar. Nesse caso, chame-o para conversar. Pergunte por que ele está estranho e se tem algo errado. Ouça seu gatinho com muita atenção e paciência, mas não passe por cima dos seus sentimentos.

5ª: Aproveitando a conversa sincera com ele, diga que não acha legal o que ele está fazendo com a namorada e que, para terem um relacionamento legal ele teria que mudar de atitude e ser mais sincero com você. Boa sorte!



Maira Escovar

Hot Zone

Se uma menina faz um aborto, corre o risco de não poder engravidar de novo?

F.S.S., 14 anos

Olha, é muito difícil dizer quais conseqüências uma menina que fez um aborto pode ter que enfrentar. Tudo depende do corpo da menina, da maneira como o aborto foi feito, dos remédios que ela tomou e de muitos outros fatores. Mas, dependendo da complicação, pode haver um comprometimento no sistema reprodutivo da menina, sim. Em um caso desses o melhor a fazer é procurar um ginecologista. Só ele pode avaliar o caso de maneira adequada e indicar as soluções. De qualquer maneira, um aborto traz conseqüências psicológicas muito fortes para a menina. Conviver com isso não é fácil. Por isso, proteja-se sempre.

Gato + velho

"Sou apaixonada há muito tempo por meu vizinho, que é 11 anos mais velho que eu. Ele sabe, mas nem fala comigo. O que faço para conquistá-lo?"

Karina, 14 anos

Ká, tudo depende da maturidade do gato e da sua, mas um rapaz de 25 anos costuma achar uma menina de 14 anos muito infantil para ele. Seus interesses podem ser diferentes e talvez o relacionamento não desse certo. Além disso, ele sabe dos seus sentimentos e não demonstra interesse. Será que vale a pena ficar alimentando essa fantasia?



Me mordo de ciúme

"Namoro o Jorge há 4 meses e amo muito ele. Mas vou mudar de colégio e ele vai continuar lá, com todas as garotas da sala dele. Eu sou ciumenta e a gente vai acabar brigando por isso. Como faço para me controlar?"

Carol, 12 anos

Carol, assim como ele, você também vai ficar rodeada por garotos da nova escola. Procure dar importância para seu namoro, curtindo os bons momentos e não se preocupando com as outras garotas. Se ele está com você é porque a ama. Que tal confiar mais em você?



Amigo dele

"Fiquei com um garoto e o amigo dele quis ficar comigo. Mas eu nem dei bola. Só que agora eu não gosto mais do garoto e queria ficar com o amigo. O que devo fazer? É muito chato se eu ficar com o amigo dele agora?"

Amanda, 14 anos

Você é livre e pode ficar com quem tem vontade, mesmo que o gatinho seja amigo do ex. Agora você tem que demonstrar que está interessada nele. Se der, explique que só agora se deu conta desse interesse. Como você o rejeitou uma vez, ele pode querer esnobar agora. Se isso acontecer, aí é melhor partir para uma nova paixão.



Coisas estranhas

"Algumas coisas estranhas tem acontecido comigo: meu seio esquerdo está maior que o outro, e os dois estão doendo. Além disso, minha barriga está crescendo. Eu tomo pilula anticoncepcional, mas já transei sem camisinha com meu namorado. Estou preocupada porque minha menstruação está atrasada e tem vindo um corrimento escuro. Esses sintomas são de gravidez? O que faço?"

Taís, 15 anos

Não parecem sintomas de gravidez, Tá, mas de qualquer modo algo está errado com seu organismo. Nesse caso procure um ginecologista e faça uma consulta. Ele é o principal aliado da mulher.



FOTO: JOÃO MIGUEL LINDEN/INVESTIGACÃO NEDS GLOBE

Momento certo

"O que a menina deve pesar para decidir transar?"

Júlia, 14 anos

"Eu adoro sexo, acho bom pra caramba porque aproxima as pessoas, faz com que elas se amem, mas é o tal negócio: cada um no seu tempo. Se a pessoa não tiver segura de que quer fazer, não vai rolar. Acho que é isso: tem que pensar, ponderar, ver se é a hora, se está a fim, se é com essa pessoa. E se não der certo, também não precisa ficar pensando que sua vida acabou, porque você vai ter outras relações melhores e vai indo assim até encontrar a pessoa certa."

Paulo Vilhena é ator

VIDA REAL

Ex-gay?

Deputado evangélico gera polêmica com projeto de reeducação sexual

Eu acho ridículo. Antes de se preocupar com a opção sexual dos outros, ele deveria cuidar de questões mais sérias, como acabar com a fome.” Esse foi o tom da indignação da maioria das pessoas que se manifestaram no nosso site sobre o projeto de lei do deputado Édino Fonseca (*veja quadro ao lado*), que prevê atendimento psicológico gratuito para os homossexuais que gostariam de voltar a ser heteros.

Segundo Édino, filiado ao Partido Social Cristão e pastor da Assembléia de Deus, é cada vez maior o número de gays e lésbicas infelizes em busca de ajuda nos templos religiosos. “Entendo que a homossexualidade não é uma **doença**”, diz. “Mas se não é doença só pode ser um hábito. E, como todo hábito, a pessoa pode deixar de tê-lo.” Édino promete que não usará verba além da já destinada à saúde no estado do Rio. “Hoje, os psicólogos estão lá, mas não podem tratar pacientes com dúvidas sobre sua sexualidade. Sempre achei isso um descaso do governo com a sociedade.”

Ângelo Monesi, diretor do Instituto Paulista de Sexualidade, afirma não ter conhecimento de casos de homossexuais que queiram virar heteros. “O paciente não chega ao consultório em busca de ajuda terapêutica para deixar de ser homossexual”, diz o psicólogo e terapeuta sexual. “O que ele procura é ajuda para enfrentar o preconceito da sociedade.”

Cláudio Nascimento, presidente do Grupo Arco-Íris de Conscientização Homossexual, lembra que “o projeto persegue o direito à liberdade e à intimidade. Se for aceito, o preconceito aumentará ainda mais.” Para mobilizar a opinião pública em torno do bado, o Arco-Íris organizou um ato público em frente à Assembléia Legislativa do Rio, no último dia 7.

O projeto deve ir à votação em plenário, quando os deputados voltarem do recesso de fim de ano, depois do Carnaval (uma folga bem maior do que as suas férias...).

O Conselho Federal de Psicologia diz que a **homossexualidade** não é doença, e, portanto, não é passível de tratamento.

Mais o que fazer

- Das **40** pessoas que mandaram ver no site www.capricho.com.br sobre o projeto de conversão dos gays:
- **31** são contra a idéia
- **9** aprovam a iniciativa do deputado

“Se há muitos gays infelizes, acredito que seja por preconceito – ou seja, quem precisa de orientação psicológica somos nós, heteros!”
Cris Ceia de Oliveira

“O deputado acha que ser heterossexual é certo e que as pessoas que não são assim estão erradas. Puro preconceito.”
Lais Sampaio

“O projeto é preconceituoso. O legal da humanidade é a diversidade.”
Silvia Lima Silva

“Acho legal ajudar quem quer se reorientar sexualmente. O deputado quer ajudar quem quer mudar.”
Lorena Coelho

• **Soraia Gama** soraia.gama@abril.com.br
• www.capricho.com.br
Deixe sua opinião no canal Sobe ou Desce

“Muitos gays infelizes procuram ajuda nos templos.” Édino Fonseca

108

www.capricho.com.br • 12/12/2004