

## **Consumo e circulação da mídia impressa no ambiente online: um olhar sobre a Revista Sou+Eu<sup>1</sup>**

André Felipe SCHLINDWEIN<sup>2</sup>

Joana Gall PEREIRA<sup>3</sup>

Fernanda Vieira DE MARIA<sup>4</sup>

Victoria Severo Ferreira<sup>5</sup>

Valquíria Michela John<sup>6</sup>

Universidade do Vale do Itajaí – Itajaí/SC

Universidade Federal do Paraná – Curitiba/PR

### **Resumo**

A pesquisa tem como objeto de análise a revista Sou+eu da editora Abril, cujo projeto editorial difere da maior parte das revistas impressas. Tem como principal construtor do conteúdo o próprio leitor, que participa das edições e é remunerado a partir de suas histórias. Num cenário em que se discute a importância da participação do público na produção dos conteúdos, a revista se mostra como um objeto salutar para discutir questões como consumo midiático, consumo de identidades individuais e a reverberação e circulação do conteúdo para além de sua plataforma original. Neste sentido, a pesquisa se propôs a analisar como o conteúdo impresso se expande para o âmbito do facebook e como é apropriado por seus consumidores.

**Palavras-chave:** revista popular feminina; consumo midiático; múltiplas plataformas; facebook.

### **Introdução**

O que você busca quando compra ou assina uma revista? O que você consome nesse produto midiático? Obviamente as repostas a essas questões serão tão variadas quanto a disponibilidade de títulos que encontramos nas bancas de revistas, isso sem contar aquelas disponíveis na internet e outras formas de circulação.

Dentro do jornalismo, a definição de segmentação/especialização tem nas revistas um de seus melhores exemplos. Há revistas segmentadas por gênero, idade, tema, sub-tema, entre várias possibilidades de divisão do público. Encontramos desde a revista de

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT História da Mídia Impressa integrante do 11º Encontro Nacional de História da Mídia.

<sup>2</sup> Mestrando do PPGCOM/UFPR, graduado em Jornalismo pela Univali/SC, email: [afschlindwein@gmail.com](mailto:afschlindwein@gmail.com)

<sup>3</sup> Mestranda do PPGCOM/UFPR, graduada em Com. Social - Jornalismo pela Univali/SC, email: [joanagal@gmail.com](mailto:joanagal@gmail.com)

<sup>4</sup> Acadêmica do 8º. período do curso de Jornalismo da Univali/SC, email: [fevdemaria@gmail.com](mailto:fevdemaria@gmail.com)

<sup>5</sup> Acadêmica do 7º. período do curso de Jornalismo da Univali/SC, email: [victoria.sev.fer@gmail.com](mailto:victoria.sev.fer@gmail.com)

<sup>6</sup> Orientadora do trabalho. Professora do PPGCOM e da graduação do Decom/UFPR; professora do Curso de Jornalismo da Univali/SC, email: [vmichela@gmail.com](mailto:vmichela@gmail.com)

informação geral, com temas como cultura, política, economia, até a revista que fala exclusivamente sobre pitbulls. Quando falamos de revistas impressas há outra forma de segmentação: a do custo e aqui também há títulos para todos os bolsos.

Nessas duas primeiras décadas do século XXI foi o segmento de revistas destinado a um público até então com pouco acesso a essa mídia que mais cresceu: o dos títulos populares. Essas revistas são, em geral, semanais e destinadas ao público feminino das classes C e D. Dentre os vários títulos que surgiram e que permanecem “firmes e fortes” em sua conquista de público, encontra-se um título emblemático: a revista *Sou+ Eu!*

Lançada em novembro de 2006 pela Editora Abril e voltada para as mulheres da classe C, possui uma tiragem média de 89 mil exemplares/semana ao custo atual de 3,50 o exemplar. A *Sou + Eu!* apresenta uma peculiaridade: é escrita quase que integralmente por suas leitoras. As matérias são enviadas pelo site da revista e as mais interessantes são escolhidas e publicadas, após passar por uma vistoria que checa a veracidade do assunto e o reescreve sob “padrões jornalísticos”. Para além dos leitores que atinge em sua versão impressa, a *Sou+Eu* dispõe ainda de seu site, em que os conteúdos podem ser lidos abertamente, sem a necessidade de ser assinante. Outra forma de ampliar seu alcance é a fanpage da publicação, que já possui mais de dois milhões e 500 mil curtidas<sup>7</sup>.

Usando o espaço do Facebook, a revista expande os modos e as práticas de consumo dos conteúdos que veicula. Neste cenário de “novos modos de ver” e de ler a mídia impressa, inserido na lógica da “cultura participativa”, os conteúdos da revista, ao expandirem-se para outras plataformas, são não apenas compartilhados mas também discutidos, contestados, elogiados e reelaborados em forma de outros conteúdos, outras narrativas e outros suportes, entre as diversas outras possibilidades de apropriação, consumo e circulação desse produto cultural.

A pesquisa aqui realizada está inserida, portanto, no contexto da “[...] convergência midiática e a conseqüente convergência e desdobramentos de seus fluxos de circulação e consumo” (JACKS et al, 2011, p. 3). Para observar e analisar este fenômeno cada vez mais intenso na esfera midiática escolhemos como objeto empírico a revista *Sou+Eu*, um produto significativo por sua abrangência no suporte original em que é veiculado mas também pelas

---

<sup>7</sup> Números obtidos na fanpage da revista: <https://www.facebook.com/revistasoumaiseu?ref=ts&fref=ts>. Acesso em 11/04/2017.

próprias características de seu conteúdo, em sintonia com o cenário apontado por muitos autores como o auge do hedonismo.

Não se trata de um julgamento *a priori* da revista ou de seus leitores e/ou consumidores, muito pelo contrário, se trata de um conteúdo instigante e propício para tensionar e problematizar aspectos relacionados aos limites entre o público e o privado e o uso do Facebook como principal instância da chamada “esfera pública”. Deste modo, além da análise do conteúdo e dos personagens priorizados pela revista, a pesquisa discute como se amplia sua circulação (FAUSTO NETO, 2009) e consumo midiático. Entre os vários espaços possíveis para observar essa circulação, optou-se pelo Facebook, principal site de rede social no Brasil.

A pesquisa tem como questionamento norteador a seguinte pergunta de pesquisa: Quais os conteúdos e personagens priorizados pela revista Sou+eu e como estes são “consumidos” a partir de sua circulação expandida para o Facebook? Para responder ao questionamento estabelecemos como objetivo geral Analisar o consumo e circulação dos conteúdos publicados pela revista Sou+Eu a partir de sua apropriação no âmbito do Facebook. E como objetivos específicos: mapear os conteúdos mais frequentes nas postagens de maior sucesso; elencar os temas e personagens priorizados pela revista na versão impressa e no conteúdo da fanpage; verificar as características das postagens que mais provocam interações<sup>8</sup>;

A pesquisa foi realizada com foco nas edições impressas da revista, estabelecido em dois intervalos relacionados ao primeiro e segundo semestre de 2015. Além disso, foi analisado também o ambiente online em que a revista expande sua circulação, com foco em sua Fanpage. Para tanto, foi adotada a análise de conteúdo, conforme proposto por Bardin (1977), para mapear e categorizar os conteúdos impressos bem como os posts e interações realizados na *fanpage* oficial da revista Sou+Eu.

A coleta se baseia também em procedimentos da netnografia. Esta tem como objetivo “preservar os detalhes ricos da observação em campo etnográfico usando o meio eletrônico para ‘seguir os atores’.” (BRAGA apud AMARAL, 2001, p.5). A etnografia “é um método de investigação oriundo da antropologia que reúne técnicas que munem o pesquisador para o trabalho de observação a partir da inserção em comunidades para

---

<sup>8</sup> Entende-se as interações como a movimentação gerada pelas postagens. No caso do Facebook, as *curtidas*, compartilhamentos e comentários.

pesquisa, onde o pesquisador entra em contato intra-subjetivo com o objeto de estudo.” (AMARAL, 2001, p.5). Tomando a etnografia como base podemos dizer, então, que a netnografia é o estudo das relações formadas pelos processos sociais dentro do espaço virtual. Desta forma, ela é considerada como metodologia ideal para o estudo dos conteúdos compartilhados em redes sociais, sites, blogs e fóruns que têm como foco conteúdos como o objeto aqui escolhido.

Os dados foram comparados, contrastados e correlacionados aos resultados da análise de conteúdo das edições impressas estabelecidas pela técnica do mês composto conforme sugerido por BARDIN (1977), ou seja, como a revista é semanal, nas edições entre abril e junho foram aleatoriamente escolhidas quatro edições que representam um mês composto, o mesmo foi feito no período de agosto a outubro. Nessas mesmas ocasiões foi realizada a coleta de dados na fanpage.

### **Análise e discussão dos resultados**

A *Sou + Eu!* é a única revista do país escrita quase que totalmente em primeira pessoa, baseada em histórias enviadas por mulheres que têm algo que consideram extraordinário para dividir com as demais leitoras. Outra característica que a diferencia de todas as demais revistas é o fato de as matérias divulgadas serem pagas. Na parte superior da página, vemos quanto aquela história rendeu a sua protagonista, como no exemplo abaixo:

Figura 1 – Exemplo de reportagem e o preço pago por ela



A Editora Abril define como missão da revista Sou + Eu! a de “Ser palco para as pessoas comuns contarem suas histórias extraordinárias”. Esta publicação é emblemática também por ser um exemplo do que Bauman (2009) chama de “Vida para consumo”. O autor destaca o que ele chama de sociedade de consumidores e, nesse contexto, em que o mercado dita todas as regras, o consumo das identidades. A Sou+Eu! torna esse processo o

foco central de seu produto. O que encontramos nas páginas da revista é exatamente isso: vidas para serem consumidas, já que a publicação trata de histórias enviadas por suas leitoras. A lógica de mercado está inclusive no fato de essas histórias serem remuneradas.

Quando iniciou, em 2006, a revista publicava exclusivamente as histórias enviadas pelas leitoras, cujos valores estavam (e ainda estão) relacionados ao tipo de texto e em qual editoria este será publicado. Uma receita, por exemplo, pode render 50,00 para a leitora que a enviou. Já a reportagem de capa rende hoje mil reais para a personagem a ser retratada.

Quanto ao motivo da proposta editorial da revista, a editora-chefe da publicação, Flávia Martinelli, diz que “O público da Classe C sente falta de se ver retratado em revistas. SOU mais Eu! supre essa necessidade e está alinhada com a tendência dos reality shows, blogs e vídeos na internet.”<sup>9</sup> A revista aposta então em um público que aparentemente estava excluído do cenário e se como diz Bauman, “Numa sociedade de consumidores, tornar-se uma mercadoria desejável e desejada é a matéria de que são feitos os sonhos e os contos de fadas” (2008, p. 22) então as leitoras/produtoras da *Sou+Eu!* podem finalmente fazer parte desse cenário, serem elas próprias os produtos a serem consumidos e, ao mesmo tempo, consumidoras de outras vidas, de outras identidades em quem se espelhar na busca de seu próprio eu. Ou, como diz Bauman, “Consumir, portanto, significa investir na afiliação social de si próprio, o que, numa sociedade de consumidores, traduz-se em ‘vendabilidade’”. (p. 75).

Figura 2 – Exemplo de anúncio convite às leitoras



<sup>9</sup> Informação disponível em: <http://www.publiabril.com.br/noticias/165>



Nesse caso, a vendabilidade de suas histórias de vida e, embora a publicação aborde temas variados, geralmente a ênfase recai nas histórias de superação e conquistas, sobretudo com relação ao corpo feminino. Praticamente todas as histórias que ganham a capa da revista (e fornecem os mil reais para a protagonista), mostram histórias de dietas, de mudanças radicais no corpo dessa mulher. Nas oito edições analisadas nesta pesquisa, a simples observação da capa já evidencia esse aspecto, como se pode visualizar nas imagens a seguir:

Figura 3 – Capas das edições analisadas

Edição 11/06/2015	Edição 18/06/2015	Edição 25/06/2015	Edição 01/07/2015
			
Edição 03/09/2015	Edição 10/09/2015	Edição 24/09/2015	Edição 1/10/2015
			

Essa constatação reafirma, como diz Bauman (2008), que “O corpo ‘bruto’, despido de adornos, não reformado e não trabalhado, é algo de que se deve ter vergonha” (p. 79). A ênfase da revista nas questões ligadas ao corpo e ao “eu” (temática da própria publicação) pode ser visualizada no quadro a seguir que destaca as temáticas mais abordadas nas reportagens publicadas na edição impressa da revista:

Quadro 1 - Temas reportagens (todas as edições)

<b>Assunto</b>	<b>Total</b>
Saúde	7
Dinheiro/ Negócios	6
Dieta	4
Moda	2
Família	1
Superação	8
Culinária	2
Solidariedade	2
Celebridade	1
Trabalho	3
Religiosidade	1
Maternidade	1
Animais de estimação	2
Bebida	1
Relacionamento	2
Sexo	2
Educação	1
Entretenimento	1
Novela	1
<b>Total</b>	<b>52</b>

Como se vê, ao longo das oito edições analisadas, foram publicadas 52 reportagens, das quais se destacam os temas superação (8), Saúde (7), dinheiro/negócios (6) e dieta (4), sendo que essas quatro aparições da temática dieta foram sempre o destaque da capa nas edições em que estiveram presentes. Duas das reportagens sobre dinheiro/negócios também são destaque de capa. A temática da superação é a mais enfatizada, sendo que muitas vezes ela está associada à temática da dieta.

Entretanto, no cenário da convergência cultural e midiática, não se pode limitar o olhar para um produto tão emblemático somente a análise de seu conteúdo. Por isso, nossa proposta foi de correlacionar a análise dos temas e personagens enfatizados pela publicação à forma como são apropriados pelo público, à forma como o público que consome a revista no âmbito online se relaciona e expande a narrativa. Deste modo, analisamos como foram as interações com o conteúdo publicado na fanpage da revista, que tem um número significativo de seguidores. Observou-se durante a coleta de dados que a revista altera sua

foto de capa semanalmente, sempre associada à capa da edição da revista impressa que chega às bancas.

A revista realiza atualização constante de sua fanpage com pelo menos uma postagem diária, sendo que o mais usual são duas ou três postagens. Esses conteúdos estão sempre associados à edição que está nas bancas naquela semana, utilizando as imagens que estão na edição impressa e dando destaque para os links que levam ao site da revista. Muitas vezes, porém, o destaque da fanpage não é o mesmo, por exemplo, do que está em destaque na capa. Um dos posts de maior interação, como se verá a seguir, está justamente em um espaço de menos destaque na revista impressa, o espaço das receitas, mas recebeu evidência na fanpage e foi amplamente bem recebido pelas seguidoras, que deram mais atenção a este assunto do que àqueles que foram mais valorizados pela revista impressa e que também estão presentes nas postagens, mas que não desencadearam tanta resposta como a referida receita, que será destacada adiante. A seguir destacam-se as postagens e interações separadas pelos dois períodos analisados (junho-julho; setembro-outubro):

Quadro 2 - Postagens e interações no Facebook - junho e julho

Post	Título	Tema	Curtidas	Coment.	Compart.	Total
01/06 post 1	O poder da máscara negra: "Custa só R\$ 1,50 e tratou minhas manchas e acne"	Beleza	8561	359	1598	10518
01/06 post 2	Colete de pele: "Ensino você a fazer em casa gastando R\$ 50!"	Moda	2311	56	337	2704
02/06 post 1	"Faço doce fitness 8 vezes por mês e faturei R\$ 2 mil"	Negócios	635	0	36	671
02/06 post 2	"Eu e minha filha casamos juntas!"	Família	4089	40	32	4161
02/06 post 3	Da cadeira de rodas para o pódio: "Cheguei a ficar sem andar, mas a corrida me salvou"	Superação	1261	4	25	1290
02/06 post 4	Lealdade felina: "Meu gatinho não me deixou cometer suicídio!"	Animais de estimação	5952	75	282	6309
03/06 post 2	Cheesecake de Nutella com bolacha Oreó!	Receita	3675	10	468	4153
03/06 post 3	"Fiz o parto da minha filha na garagem lá de casa!"	Família	4088	24	60	4172
03/06 post 4	"Prevejo toda tragédia que acontece na nossa família"	Curiosidade	1255	25	37	1317
04/06 post 1	"Emagreci 23 kg com meu chá de gelatina!"	Dieta	15276	293	3540	19109
04/06 post 2	"Faço bonecas de pano negras e indígenas para combater o racismo!"	Artesanato	2022	9	63	2094
04/06 post 3	Quando o CPF na nota fiscal vale mais a pena?	Utilidade pública	1312	13	269	1594
05/06 post 1	"Mudei minhas roupas e me dei bem com os homens!"	Moda	3125	13	37	3175
05/06 post 2	Mais bonita: "Uso artigos de cozinha pra cuidar do cabelo!"	Beleza	6916	145	1569	8630
08/06 post 1	"Perder a memória me fez voltar 11 anos no tempo!"	Superação	918	3	3	924
08/06	"Vendo bolos de mentira por até R\$ 1.000	Negócios	3565	71	245	3881



post 2	cada!"					
08/06 post 3	Que au-mor! "Meu cão virou o irmão do meu bebezinho"	Animais de estimação	3311	15	82	3408
08/06 post 4	Decoração encantada: "Personalizo móveis com páginas dos livros de colorir"	Decoração	1255	6	78	1339
09/06 post 1	"Vivo de costurar para os espíritos"	Negócios	384	3	11	398
10/06 post 2	Traição financeira no casamento!	Relacionam ento	1111	3	70	1184
11/06 post 1	9 sinais pra identificar a depressão	Saúde	4095	67	1034	5196
12/06 post 1	Dia dos namorados: aprenda a fazer um cake love para o seu amor	Receita	1471	1	40	1512
12/06 post 3	"O novo gel erótico deixou nosso clímax mais intenso!"	Sexo	1985	23	35	2043
15/06 post 2	Milagre dos céus: "Sobrevivi à queda de 300 metros do meu avião..."	Superação	1734	2	3	1739
16/06 post 1	Aventuras na cozinha: bolo de cenoura com bolinhas de brigadeiro	Receita	1043	4	106	1153
16/06 post 2	Solidariedade: "Ajudo moradores de rua com um app de paquera"	Solidariedad e	303	0	1	304
18/06 post 1	Corrigir as sobrancelhas muda o rosto!	Beleza	1933	4	73	2010
18/06 post 2	"Ensino você a passar suas roupas sem usar o ferro!"	Tarefas domésticas	6418	155	2311	8884
19/06 post 1	"Meu cupido se tornou meu grande amor!"	Relacionam ento	1016	0	4	1020
19/06 post 2	Superação: "Troquei a rotina de abusos pelo empreendedorismo"	Superação	392	4	2	398
19/06 post 3	Dieta: "Sequei 36 kg com o chá que quebra a gordura!"	Dieta	8116	85	686	8887
19/06 post 4	"Emagreci um cachorrinho obeso e salvei sua vida!"	Animais de estimação	6214	89	236	6539
22/06 post 1	"Lutei pra adotar um bebê abandonado num saco!"	Maternidade	2186	32	19	2237
22/06 post 2	Aprenda com ela: "Meu site ajuda a vencer a anorexia e a bulimia"	Superação	2106	3	42	2151
22/06 post 3	Enxoval limpinho e cheiroso no inverno	Tarefas domésticas	162	0	0	162
22/06 post 4	Festa junina na sua casa: paçoca cremosa	Receita	1946	4	116	2066
23/06 post 1	"Fiz o meu Juquinha andar com fisioterapia caseira"	Animais de estimação	1463	7	28	1498
23/06 post 2	"Casei com um ex-travesti que me faz muito feliz!"	Relacionam ento	2058	52	23	2133
24/06 post 1	"Conheço amigos do Face cara a cara e compartilho suas histórias na net!"	Amizade	768	1	0	769
24/06 post 3	Cabelo cacheado em 10 minutos!	Beleza	412	3	19	434
25/06 post 1	As noivas piram: "Lucro até R\$ 2.500 com meus buquês de doces!"	Negócios	2291	15	260	2566
25/06 post 3	Surpresa: "Pensei que teria um bebê e vieram dois!"	Maternidade	92	1	1	94
25/06 post 4	Patchwork de parede: "Em 90 minutos, renovei a sala com R\$35!"	Decoração	5188	133	1226	6547
26/06 post 1	Faça bonito nas redes sociais!	Decoração	904	3	18	925
26/06 post 2	Cutícula: fazer ou não?	Dieta	2545	11	216	2772
26/06 post 3	Arrumadinho de feijão-verde	Receita	2512	6	139	2657

29/06 post 1	"Meu site ensina como o câncer pode curar sua vida"	Beleza	1310	0	31	1341
30/06 post 2	Os 6 poderes da água de limão!	Dieta	6638	95	1378	8111
30/06 post 3	Brigadeirão na panela de pressão	Receita	9376	106	2487	11969
01/07 post 1	Cabeceira de espelho: "Eles são adesivos, colei em uma hora"	Decoração	3170	48	285	3503
01/07 post 2	"Dupliquei o salário com um curso técnico em logística!"	Negócios	2309	10	110	2429
01/07 post 3	"Meu site testa produtos de sex shop e te conta tuuudo!"	Sexo	1007	3	3	1013
02/07 post 1	"Sou caçadora de golpistas no Facebook!"	Negócios	317	1	5	323
06/07 post 2	Amor canino: "Abri mão de ter um bebê e adotei um pet"	Animais de estimação	2839	56	16	2911
07/07 post	"Reencontrei meu grande amor depois de 40 anos!"	Relacionam ento	2654	71	82	2807
08/07 post 1	Bolo de batata-doce	Receita	1205	4	118	1327
	"Um gesto de amor do meu filho salvou minha vida!"	Superação	2053	0	20	2073

No período de junho a julho, dentro do intervalo analisado que compreende as quatro edições deste período (destacadas na figura 4), foram realizadas 57 postagens na fanpage da Sou Mais eu. Os três posts de maior interação (soma de curtidas, comentários e compartilhamentos) foram:

Figura 4 - 1º. Post de maior interação



Este post teve 19.109 interações, sendo 15.276 curtidas, 293 comentários e 3.540 compartilhamentos. Além de ter sido o de maior alcance na soma das três possibilidades de interação ofertadas pelo Facebook, foi também o post com o maior número de compartilhamentos, evidenciando a importância do conteúdo para as seguidoras da fanpage que propiciam sua propagabilidade (JENKINS, GREEN E FORD, 2014) para além da própria fanpage, evidenciando seu significado ao levá-lo às suas próprias timelines.

O segundo post de maior interação foi o referente a uma receita de brigadeiro, que obteve 11.969 interações, sendo 9.376 curtidas, 106 comentários e 2.487 compartilhamentos. Foi também a segunda postagem do período com o maior número de compartilhamentos. O post pode ser visualizado na imagem abaixo:

Figura 5 – 2º. Post de maior interação junho-julho



O terceiro post com maior interação nesse período foi o evidenciado na figura a seguir, que rendeu 10.518 interações, sendo 8.561 curtidas, 359 comentários e 1.598 compartilhamentos. Este post foi o que obteve o maior número de comentários desse período, evidenciando o interesse das seguidoras da fanpage pela dicas de beleza.

Figura 6 – 3º. Post de maior interação junho-julho



Como visto, o post de maior interação no período de junho e julho foi o dia 04/06 referente à reportagem intitulada “Emagreci 23 kg com meu chá de gelatina!” Este post rendeu 15.276 curtidas, 3.540 compartilhamentos e 293 comentários, evidenciando o interesse das leitoras da fanpage pela temática das dietas e superação. Apesar do interesse pela dieta, curiosamente o segundo post de maior interação era uma receita de brigadeiro, evidenciando o caráter complexo dessa relação com o corpo, especialmente o corpo magro

constantemente ditado como padrão de beleza, inclusive pela própria revista ao evidenciar emagrecimentos como histórias de superação. O terceiro post de maior interação nesse período foi uma dica de beleza, sobre como fazer máscara facial.

Além desses, destacam-se ainda os posts: "Ensino você a passar suas roupas sem usar o ferro!" e Mais bonita: "Uso artigos de cozinha pra cuidar do cabelo!" que ficaram entre os posts com maior número de compartilhamento, 2.311 e 1.569 respectivamente. Também ficaram entre os posts com maior número de comentários (155 e 145 respectivamente). Estes posts evidenciam o interesse das leitoras da fanpage por textos com dicas para seu cotidiano, especialmente dicas de beleza.

Destaca-se a seguir as postagens e respectivas interações referentes ao período de setembro e outubro:

Quadro 3 – Posts e interações setembro

Post	Título	Editoria	Curtidas	Comentários	Compartilhamentos	Total
Sou mais eu! 02-09 post 1	Porta-maquagem magnético: "Fica lindo e deixa tudo à mão!"	Decoração	668	3	54	725
Sou mais eu! 01-09 post 1	Saiba como se prevenir de erros médicos!	Saúde	345	0	30	375
Sou mais eu! 01-09 post 2	Plástica hollywoodiana: Alisou e rejuvenesceu o meu cabelo!	Beleza	918	16	60	994
Sou mais eu! 01-09 post 3	"Tatuo mulheres com corpos marcados pela violência"	Solidariedade	3021	31	131	3183
Sou mais eu! 02-09 post 2	Aprenda a receita: "Ganho até R\$ 4 mil com balas de coco recheadas"	Negócios	1972	27	534	2533
Sou mais eu! 02-09 post 3	Ela atuou em uma série da Globo: "Meus 15 minutos de fama quase me destruíram"	Superação	1146	20	24	1190
Sou mais eu! 03-09 post 1	Que delícia: batatas que parecem fritas, mas são assadas!	Receita	2946	41	877	3864
Sou mais eu! 03-09 post 2	"Fui de catador a líder ambiental e ganhei o mundo"	Superação	642	4	26	672
Sou mais eu! 03-09 post 3	Seja uma dona de casa de primeira!	Dicas	1969	5	0	1974
Sou mais eu! 04-09 post 1	"Os espíritos me disseram como vai meu falecido cão"	Pet	375	26	25	426
Sou mais eu! 04-09 post 2	Nhoque de chocolate com calda de coco	Receita	596	3	56	655
Sou mais eu! 09-09 post 2	"Faço comida na casa dos outros e ganho R\$ 6 mil"	Negócios	1083	33	138	1254
Sou mais eu! 09-09	Superação: "Salvei mamãe e 7 irmãos da violência doméstica"	Superação	850	13	24	887
Sou mais eu! 10-09 POST 1	Piercing medusa: "Ele faz minha boca chamar atenção como nunca!"	Beleza	722	41	11	774
Sou mais eu! 10-09 post 2	"Casei na UTI um dia antes de uma cirurgia de risco!"	Família	3720	48	77	3845
Sou mais eu! 11-09 post 2	"Na infância, fui voz e ouvido dos meus pais surdos"	Solidariedade	593	1	11	605
Sou mais eu! 11-09 post 3	"Cabelão bonito e saudável sem ir ao salão? Sei tudooo!"	Beleza	1860	22	127	2009
Sou mais eu! 11-09	O amor transforma: "Ele chegou preto e pelado. Era sarna negra"	Pet	1400	10	26	1436

Sou mais eu! 14-09 post 1	5 aplicativos para controlar seus gastos!	Tecnologia	184	1	11	196
Sou mais eu! 14-09 post 2	Dieta: "Despachei 20 kg com o truque do suco de gelatina!"	Dieta	6786	150	1368	8304
Sou mais eu! 15-09 post 2	"Minha reza acha tudo que o povo perde!"	Solidariedade	107	4	0	111
Sou mais eu! 15-09	"Combino máscaras e trato cada área do meu rosto"	Moda	176	2	1	179
Sou mais eu! 16-09 post 2	Solidariedade: "Deixei de ser freira para ajudar a comunidade"	Solidariedade	597	5	3	605
Sou mais eu! 17-09 post 1	"Faço o que quero mesmo sem ter braços e pernas!"	Superação	1393	15	30	1438
Sou mais eu! 17-09 post 2	Negócio: "Ganho R\$ 3 mil por mês com meu disque-sacolê!"	Negócios	74	2	0	76
Sou mais eu! 17-09 post 3	"Fiz um cartaz e choveu emprego, gente!"	Superação	932	26	66	1024
Sou mais eu! 18-09 post 1	Rancho: uma receita para a felicidade	Receita	679	1	31	711
Sou mais eu! 18-09 post 2	"Sou a Supernanny dos cães e dos gatos!"	Pet	624	7	16	647
Sou mais eu! 21-09 post 1	Feijoada de abóbora e batata-doce	Receita	1066	5	125	1196
Sou mais eu! 21-09 post 2	"A cirurgia imaginária me fez secar 17 kg"	Dieta	1920	89	137	2146
Sou mais eu! 22-09 post 1	Acabou de comer e logo sente aquele apetite insaciável? Saiba por quê!	Bem estar	1014	50	261	1325
Sou mais eu! 22-09 post 2	"Vendo pipoca gourmet e lucro R\$ 3 mil!"	Negócios	983	44	161	1188
Sou mais eu! 23-09 post 1	"Ensino mulheres da periferia a correr pra superar a perda da minha família"	Solidariedade	202	0	1	203

Quadro 4 – Posts e interações outubro

Post	Título	Editoria	Curtidas	Comentários	Compartilhamentos	Total
Sou Mais Eu 08-10 post 3	"Perdi 28 kg em 4 meses: é a água destilada!"	Dieta	1742	71	348	2161
Sou Mais Eu 08-10 post 1	Operação mãos limpas!	Saúde	546	5	34	585
Sou Mais Eu 08-10 post 2	Ensine os pequenos a lidar com o dinheiro	Dicas	528	2	43	573
Sou Mais Eu 09-10 post 1	Demolindo padrões de beleza	Superação	3092	72	76	3240
Sou Mais Eu 09-10 post 2	Faça um quimono em casa com R\$ 30	Moda	337	5	34	376
Sou Mais Eu 13-10 post 1	Dicas infalíveis para não esquecer nomes	Dicas	236	8	22	266
Sou Mais Eu 13-10 post 3	"Cuidei da minha sogra com Alzheimer por 15 anos"	Superação	1991	35	47	2073
Sou mais eu! 13-10 post 2	Rocambolê de prestígio	Receita	867	10	98	975
Sou Mais Eu! 13-10 post 4	"Aprenda comigo a ganhar dinheiro com o seu blog!"	Internet	385	9	42	436
Sou Mais Eu! 14-10 post 1	"Adora fofoca de famosos? Vem rir deles com a gente!"	Internet	316	2	2	320
Sou Mais Eu! 14-10 post 3	Aprenda você também: "Sei fazer a pasta secreta dos bolos do Cake Boss!"	Receita	313	2	27	342
Sou Mais Eu! 14-10 post 4	Aprenda a fazer um bolo incrível com o tema do Harry Potter	Receita	278	6	3	287
Sou Mais Eu! 15-10 post 1	Humm...pizza coberta de frango	Receita	351	1	25	377



Sou Mais Eu! post 1	Bolo especial de laranja	Receita	1093	5	226	1324
------------------------	--------------------------	---------	------	---	-----	------

Neste período foram realizadas 47 postagens na fanpage, todas elas relacionadas às temáticas abordadas nas edições impressas da revista que chegou às bancas naquela semana. Os três posts de maior interação foram todos postados no mês de setembro, sendo que houve diferença significativa entre o primeiro e o outros dois. A exemplo do que ocorreu no intervalo de junho a julho, o post de maior interação também estava relacionado à dieta. Trata-se do post intitulado “Dieta: “Despachei 20 kg com o truque do suco de gelatina!”, o qual rendeu 8.304 interações, sendo 6.786 curtidas, 150 comentários e 1.368 compartilhamentos. Este foi também o post com o maior número de compartilhamentos do período, ficando bem à frente de todos os demais, como demonstram os quadros 3 e 4.

O segundo post de maior interação foi, a exemplo do período anterior, sobre um receita. Era intitulado “Que delícia: batatas que parecem fritas, mas são assadas!”. Este post rendeu 3.864 interações, sendo 2.946 curtidas, 41 comentários e 877 compartilhamentos. Foi também o segundo em número de compartilhamentos, reforçando os aspectos anteriores quanto ao que reverbera entre o público seguidor da fanpage da revista Sou Mais eu, qual seja, histórias de superação, especialmente de dietas, e receitas.

O terceiro post de maior interação no período de setembro-outubro foi uma história de amor com evento inusitado. Intitulada “Casei na UTI um dia antes de uma cirurgia de risco!”, a postagem obteve 3.845 interações, sendo 3.720 curtidas, 48 comentários e 77 compartilhamentos. Destacam-se, ainda, as postagens Aprenda a receita: “Ganho até R\$ 4 mil com balas de coco recheadas”, com 534 compartilhamentos e “Perdi 28 kg em 4 meses: é a água destilada!” com 348 compartilhamentos, evidenciando mais uma vez a importância dos textos sobre dieta/superação bem como os de prestação de serviço que demonstram as possibilidades de negócios de sucesso. Todas sempre baseadas nas histórias de sucesso das personagens que tornam possível a realização semanal da revista Sou Mais Eu, ou seja, suas próprias leitoras/personagens.

### **Considerações finais**

Seja para qual história for, a revista aposta em exemplos bem-sucedidos para atrair seu público-alvo. E para tanto é necessário ser um “bom produto”, ser uma história interessante para ser consumida por outras leitoras que possivelmente também têm o desejo

de “venderem” suas histórias. Essas histórias são bem recebidas pelos seguidores da fanpage uma vez que são justamente as que mais reverberam, as que mais geram interação por parte do público que segue a fanpage, como ficou evidenciado na análise das postagens nos dois períodos.

Isso, de certo modo, reafirma a visão por vezes tida como pessimista de Bauman, mas que nos instiga à reflexão quanto ao nosso modo de vida atual. Na perspectiva do autor a revista pode ser “liquidamente” definida, sendo assim um exemplo concreto de que “Os membros da sociedade de consumidores são eles próprios mercadorias de consumo, e é a qualidade de ser uma mercadoria de consumo que os torna membros autênticos dessa sociedade” (BAUMAN, 2008, p. 76).

## REFERÊNCIAS

AMARAL, Adriana. NATAL, Geórgia. VIANA, Luciana. **Netnografia como aporte metodológico na pesquisa em comunicação digital**. Disponível em:

<http://www.djangel.com.br/wpcontent/uploads/2009/01/AMARALNATALEVIANASessoes-do-Imaginário.pdf> . Acesso em 22/03/2015.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

FAUSTO NETO, Antonio. Olhares sobre a recepção através das bordas da circulação. Anais... XVIII Encontro Compós. Belo Horizonte, Junho de 2009.

JACKS, Nilda *et all*. Circulação e consumo de telenovela: Passione num cenário multiplataforma. In: comunicação, mídia e consume. São Paulo, ano 9, vol. 9, n. 26, p. 191-210. Nov. 2012.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão**. São Paulo: Aleph, 2014