
**CINDERELA “POP” : A REPRESENTAÇÃO DE MAISA SILVA
EM VEJA E NO ESTADÃO¹**

“POP” CINDERELLA: MAISA SILVA'S REPRESENTATION IN VEJA AND ESTADÃO

CENICIENTA “POP”: LA REPRESENTACIÓN DE MAISA SILVA EN VEJA Y ESTADÃO

SOFIA MACIEL PONTES¹

JULIANA DORETTO²

Submissão: 19/01/2022

Aprovação: 05/03/2022

Publicação: 13/12/2022

¹ Estudante do sétimo período da graduação em jornalismo da Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Bolsista Fapesp de Iniciação Científica. Membro da Recria (Rede de Pesquisa em Comunicação, Infâncias e Adolescências).

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-2458-0153> E-mail: sofiamp89@gmail.com

² Jornalista. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa. Professora e pesquisadora no Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte (Limiar) da PUC-Campinas. Cofundadora da Recria (Rede de Pesquisa em Comunicação, Infâncias e Adolescências).

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-3078-2165> E-mail: jdoretto@gmail.com

¹ Uma versão preliminar deste trabalho foi apresentada no 11º Encontro de Jovens Pesquisadores em Jornalismo, ocorrido entre 9 e 12 de novembro de 2021. O presente trabalho foi realizado com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), processo nº 20/11769-7 (iniciação científica).

RESUMO

Este artigo tem o objetivo de investigar a representação da atriz Maisa Silva em veículos jornalísticos generalistas que não têm foco exclusivo na vida das celebridades. Parte-se do pressuposto de que a adolescência é uma construção social, e que a imprensa comumente reproduz estereótipos de gênero que marcam essa fase da vida, que mostram as jovens como sujeitos dependentes da aprovação masculina. Por meio da análise de conteúdo, foram coletadas matérias sobre a atriz nos sites da revista Veja e do jornal O Estado de São Paulo, publicadas em 2018 e 2019, e estudados os valores-notícia e as fotos presentes. Como resultados, nota-se que os veículos se pautam pelas principais atividades da jovem em sua carreira, não dando tanto destaque aos acontecimentos cotidianos de sua vida pessoal, mas voltando-se ao impacto da atriz no mercado de trabalho, atividade da esfera adulta.

Palavras-chave: Jornalismo. Adolescência. Maisa Silva. Veja. Estadão.

ABSTRACT

This article aims to investigate the representation of the actress Maisa Silva in general journalistic vehicles, which do not have an exclusive focus on the lives of celebrities. It is assumed that adolescence is a social construction, and that the press commonly reproduces gender stereotypes of this stage of life, which show young women as dependent on male approval. Through content analysis, articles about the actress were collected on the websites of Veja magazine and the newspaper O Estado de São Paulo, published in 2018 and 2019, and the news values and photos present were studied. As a result, it is noted that the vehicles are guided by the main activities of the young woman in her career, not giving so much emphasis to the daily events of her personal life, but rather focusing on the actress' impact on the job market, an adult activity.

Keywords: Journalism. Adolescence. Maisa Silva. Veja. Estadão.

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo investigar la representación de la actriz Maisa Silva en vehículos periodísticos en general, que no tienen un enfoque exclusivo en la vida de las celebridades. Se asume que la adolescencia es una construcción social, y que la prensa comúnmente reproduce estereotipos de género de esta etapa de la vida, que muestran a las jóvenes como sujetos dependientes de la aprobación masculina. A través del análisis de contenido, se recopilieron artículos sobre la actriz en los sitios web de la revista Veja y el

periódico O Estado de São Paulo, publicados en 2018 y 2019, y se estudiaron los valores de las noticias y las fotos presentes. Como resultado, se observa que los vehículos están guiados por las principales actividades de la joven en su carrera, no dando tanto énfasis a los hechos cotidianos de su vida personal, sino centrándose en el impacto de la actriz en el mercado laboral, una actividad adulta.

Palabras-clave: Periodismo. Adolescencia. Maisa Silva. Veja. Estadão.

INTRODUÇÃO

A adolescência como conhecemos hoje é algo relativamente recente. No século 18, já havia uma clara diferença entre o período da infância e a vida adulta. Porém, segundo Calligaris (2000), a noção de adolescência só surge, reconhecida como uma fase da vida diferente da infância, na virada do século 19 para o 20, ganhando força após a Segunda Guerra Mundial, com o crescimento da indústria cultural, que tinha os jovens como um público específico e importante.

Nesse sentido, é possível notar que a forma como os jovens são tratados por adultos se constrói também por meio da influência dos mais variados meios de comunicação em massa: filmes, séries, revistas e jornais. Não só isso: a mídia também tem um papel importante na disseminação de certas representações de como o jovem deve se comportar, vestir, falar e pensar — e isso inclui papéis de gênero (MACHADO, 2006).

Assim, este estudo busca realizar análises a respeito da representação da adolescência em veículos jornalísticos de cobertura generalista, utilizando como objeto de pesquisa a cobertura sobre a atriz e apresentadora Maisa Silva. Com mais de 40 milhões de seguidores em seu Instagram, a artista começou sua carreira aos 3 anos de idade na emissora de televisão

SBT e hoje é uma das maiores influenciadoras digitais do país, sendo a adolescente mais seguida do Brasil em 2018 no Instagram².

Para este trabalho, foram escolhidas as versões digitais da revista *Veja* e do jornal *O Estado de São Paulo*, veículos de grande circulação e que procuram abordar diversos temas em suas reportagens, como esportes, política, economia e a vida de celebridades. Vale ressaltar a importância da representação de jovens em canais como esses: a falta de representação de adolescentes em veículos voltados a um público adulto e de notoriedade nacional pode acabar gerando uma “aniquilação simbólica” (GERBNER; GROSS, 1972), situação em que um grupo de minoria é ausente da cobertura midiática. Isso contribui para a falta de empoderamento social desses indivíduos e os deixa mais distantes da consciência pública.

Usado pela primeira vez em 1976 para se referir à representação baixa ou nula na mídia de mulheres, negros e LGBTQs, o termo descreve uma situação em que a ausência de um certo grupo nos meios de comunicação de massa implica que os membros desses setores não têm valor ou não são dignos de representação (GERBNER; GROSS, 1972, p. 44). Esse processo pode reforçar a ideia de que os adolescentes e jovens não são relevantes o suficiente para conseguir espaço no jornalismo.

Além de mapear a presença ou não de cobertura sobre Maisa, outro ponto nos interessa aqui. Mesmo que a contemporaneidade contemple uma nova relação entre adulto e adolescente, em que o primeiro esteja mais aberto a ouvir e entender o segundo (SALLES, 2005), procuramos compreender se a cobertura de Maisa Silva nesses veículos reproduz estereótipos envolvidos na construção social da adolescência, incluindo as questões de gênero, ou se há uma representação mais plural, reverberando pensamentos e visões de mundo de adolescentes e jovens de hoje em dia.

² Disponível em: < <https://emais.estadao.com.br/noticias/gente,mais-silva-e-a-adolescente-mais-seguidanas-redes-sociais-no-brasil,70002505866>>. Acessado em: 5 ago. 2021.

Nesse sentido, para Salles (2005), as concepções de infância e adolescência estão inteiramente ligadas ao contexto social em que aquele indivíduo se insere. Seus costumes e seu modo de agir estarão sempre em evidência: o adolescente deve ser estudado levando-se em conta os diferentes fatores e relações sociais que se combinaram para seu desenvolvimento. “A criança e o adolescente só podem ser compreendidos no contexto da sociedade em que estão inseridos, pois indivíduo e sociedade são entrelaçados” (SALLES, 2005, p. 34).

A REPRESENTAÇÃO SOCIAL DA ADOLESCENTE NO JORNALISMO

Alexandre (2001) recorre a Moscovici para definir representação social como a maneira como a sociedade, de maneira geral, percebe, ao longo do tempo, um determinado grupo ou camada social: “As representações sociais estão associadas às práticas culturais, reunindo tanto o peso da história e da tradição, como a flexibilidade da realidade contemporânea” (ALEXANDRE, 2001, p. 123). E os meios de comunicação em massa têm papel importante na disseminação de certas representações. Isso toma um peso ainda maior nos dias de hoje, em que as indústrias de mídia são parte fundamental da vida do homem. “McLuhan chamou de mundo retribalizado, onde as pessoas passam a ser constantemente massacradas por inúmeras e variadas informações, vindas de todas as partes do mundo” (ALEXANDRE, 2001, p. 113).

Vizeu (2006) procura demonstrar como o trabalho do jornalista pode alterar o dia a dia dos telespectadores em nossa sociedade por meio das representações sociais presentes em notícias transmitidas cotidianamente. A importância dessas construções, muitas vezes estereotipadas, está na sua capacidade de influenciar o comportamento e mentalidade do indivíduo em relação a certos grupos. Segundo Ferrés (1998), citado por Vizeu (2006), esses estereótipos são reiterados e redutivos: ao mesmo tempo que buscam parecer naturais, simplificam algo que na realidade tem mais complexidade. E, de acordo com Costa e Doretto

(2020), da mesma maneira que as representações sociais de um objeto são desenhadas também pelos meios de comunicação, a mídia reproduz representações já existentes, e isso inclui os mais jovens. No caso das adolescentes, esse processo envolve ainda questões de gênero.

Nesse sentido, um trabalho que aborda a representação das adolescentes é a pesquisa de Duarte, Moura e Schons (2019) sobre a representação feminina na revista juvenil *Capricho*. Com base em análises de capas publicadas de 2008 a 2012, as autoras demonstram como os estereótipos de gênero de nossa sociedade reduzem o “ser menina” a gostar de moda e mudar seu comportamento a fim de conquistar os garotos. De acordo com Louro (1997 *apud* DUARTE; MOURA; SCHONS, 2019, p. 3), esses estereótipos são padrões sociais, que definem comportamentos, escolhas e atitudes. São conhecidos desde que há comprovação histórica: homens e mulheres têm diferentes funções sociais, modificadas ao longo dos séculos. E a mídia é um dos construtores dessas modelagens: “Se já é difícil desconstruir padrões, como os de beleza e de relacionamento, arraigados na cultura e na sociedade, a tarefa se torna mais árdua quando tais valores são perpetuados pela mídia” (DUARTE; MOURA; SCHONS, 2019, p. 10).

Pela pesquisa, é possível compreender que as “dicas” dadas às leitoras de como se portar “como menina” são resultados de uma cultura patriarcal e machista, disseminada no decorrer de séculos até os dias de hoje, e que coloca o papel do homem como sendo o principal. Ou seja, trata-se de um modelo pautado por padrões vindos do cenário das celebridades e pelo consumo e que continua a se preocupar com o olhar masculino. É a ele que se procura agradar com as dicas de consumo e comportamento dadas às leitoras. As meninas são ensinadas a se embelezarem ou a beijar e agir de modo a não afastar os meninos de quem gostam: “quando o conteúdo é voltado para elas, o que eles pensam e acham é valorizado” (DUARTE; MOURA; SCHONS, 2019, p. 10).

No artigo de Costa (2020), a respeito das revistas adolescentes *Atrevida* e *Todateen*, nota-se como vários elementos visuais das publicações corroboram para uma idealização da adolescência, buscando não só atrair a atenção das leitoras como também fazê-las se sentir mais próximas das diferentes personalidades femininas, sempre um ídolo adolescente, que se encontram na capa da edição: a paleta de cores em tons vibrantes, que combinam com as roupas da celebridade da capa, mostram como a atenção as leitoras deve ser dada às estrelas da capa. Esses elementos reforçam a ideia de que aquilo que é mostrado na revista é relevante para todas as adolescentes e que é assim que elas devem se portar e se vestir. “Temos então uma das representações de ideal de vida adolescente sendo proposto para o consumo desse público” (COSTA, 2020, p. 183).

Assim, o modo como as revistas ditam o “ser mulher” continua o mesmo, analisando a *Capricho* nos anos de 2008 a 2012 ou a *Atrevida* e a *Todateen* no ano de 2017, como vemos nesses dois trabalhos. Ou seja, trata-se um modelo pautado pelo cenário das celebridades e pelo consumo, que continua a se preocupar com um padrão de beleza física, em que não cabem a tristeza ou a solidão, mas sim o sucesso e a idealização do amor romântico: “A vida das adolescentes representadas nesses exemplares gira em torno dos acontecimentos da vida das personalidades famosas, sendo estas apresentadas como modelos de vida que também devem ser seguidos” (COSTA, 2020, p. 186).

METODOLOGIA

Neste artigo, seguimos a metodologia da análise de conteúdo que é uma técnica de pesquisa que visa “obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens” (BARDIN, 2011, p. 47). Neste trabalho, utilizaremos a análise de conteúdo do tipo categorial, que busca estudar um texto (no caso, jornalístico) de acordo com a frequência

(presença ou ausência) de unidades de sentido. As categorias são uma espécie de gavetas de organização, em que se pode classificar uma série de elementos que constituem a mensagem.

Aqui, como unidades de sentido, buscaremos identificar os valores-notícias das matérias e as fotos dos textos. Segundo Silva (2005), valor-notícia é um conjunto de critérios que influenciam a seleção de fatos noticiados na imprensa, e o destaque dado a eles: “[...] esse grupo de critérios cerca a noticiabilidade do acontecimento considerando origem do fato, fato em si, acontecimento isolado, características intrínsecas, características essenciais, atributos inerentes ou aspectos substantivos do acontecimento” (SILVA, 2005, p. 98).

Em texto mais recente, Silva (2018) enxerga os valores-notícia como uma consequência de fatores externos que interagem constantemente com a figura do jornalista, como relações sociais e traços culturais, e ressalta que não é algo reduzido a um conceito único e finito. Valores-notícia levados em conta hoje em dia podem não ser considerados tão relevantes daqui a alguns anos, por exemplo.

Reunindo ideias de diversos autores estudados por ela, Silva (2005) cria uma tabela com uma categorização própria dos valores-notícia. Entre eles, destacamos: *impacto*, que engloba números de pessoas envolvidas ou afetadas e situações em que há grande quantia de dinheiro; *proeminência*, quando a situação envolve alguma celebridade ou indivíduo que é noticiado simplesmente pelo fato de ser quem é; *conflito*, como guerras, disputa entre rivais da indústria da música ou uma greve; *polêmica*, como uma traição ou algo que desafie os tabus atuais; *entretenimento e curiosidade*, em que se encaixam situações alegres ou interessantes, como uma abertura de Olimpíadas ou um fato peculiar; *proximidade*, que se refere a tudo que envolve a região a que pertence o veículo de comunicação; *conhecimento e cultura*, que estão mais presentes em canais educativos e religiosos e que tratam de pesquisas, descobertas e eventos culturais; *raridade e surpresa*, que se diferenciam entre si na medida em que o primeiro é selecionado com base no número de ocorrências, enquanto o segundo é algo inesperado pela população; e *tragédia e drama*, que têm relação com

problemas sociais, atinge o emocional das pessoas e geram reação em massa. Nesse sentido, as fotografias presentes nos textos reforçam os processos de decisão dos jornalistas na construção das notícias, como diz a autora: “estes [valores notícia] agem aqui apenas como uma parte do processo, pois nessas escolhas sequenciadas entrarão outros critérios de noticiabilidade, como formato do produto, *qualidade da imagem*, linha editorial, custo, público-alvo etc.” (SILVA, 2005, p. 98, grifos nossos).

RESULTADOS E ANÁLISES

Os veículos Veja e O Estado de São Paulo foram escolhidos para a pesquisa, pois, além de serem amplamente conhecidos no país, apresentam altos números de acesso em suas versões digitais. Desde o final de 2020, a audiência do Estadão na sua página on-line se mantém acima dos 30 milhões de usuários³, e a revista Veja contava com 35 milhões de acessos no ano de 2018⁴. Sobre o recorte temporal, os anos de 2018 e 2019 representam um período em que Maisa, então com 16 e 17 anos, caminhava para a vida adulta.

A pesquisa a respeito de matérias sobre Maisa Silva em Veja foi feita por meio do campo de busca no site da revista. Durante o ano de 2018 foram encontradas dez matérias a respeito da apresentadora e atriz, número que cai para metade em 2019, com cinco textos. Os acontecimentos noticiados pela revista em 2018 decorrem de destaques da carreira da atriz, como a estreia de seu novo filme, em “Maisa Silva vai interpretar Cinderela ‘pop’ nos cinemas” (4/5/2018)⁵, ou participações em programas que não são do SBT, sua emissora-casa, como em “Maisa Silva filosofa na Globo e conquista Pedro Bial” (4/9/2018)⁶. A

³ Disponível em: economia.estadao.com.br/noticias/geral,estadao-bate-recorde-de-audiencia-na-internet-em-marco,70003674307. Acessado em: 10 de janeiro de 2022.

⁴ Disponível em: veja.abril.com.br/brasil/site-de-veja-atinge-35-milhoes-de-usuarios-unicos-em-setembro/. Acessado em: 10 de janeiro de 2022.

⁵ Disponível em: veja.abril.com.br/cultura/maisa-silva-vai-interpretar-cinderela-pop-nos-cinemas/. Acessado em: 10 de janeiro de 2022.

⁶ Disponível em: veja.abril.com.br/cultura/maisa-silva-filosofa-na-globo-e-conquista-pedro-bial/. Acessado em: 10 de janeiro de 2022.

respeito da vida amorosa da atriz, a revista só cobriu o início de seu relacionamento uma vez, em “Maisa Silva assume namoro com Nicholas Arashiro”, sem ênfase para repercussões durante o namoro. Já no ano de 2019, as matérias se diferenciaram mais, focando tanto na carreira da atriz, em “Maisa Silva terá programa de entrevistas semanal no SBT” (6/2/2019)⁷, quanto em posicionamentos mais críticos, como em “‘Dinheiro não é para sempre’, diz Maisa Silva a fã que a chamou de rica” (5/1/2019)⁸.

Após esse primeiro levantamento, procuramos analisar a presença de valores-notícia em cada matéria selecionada (seguindo a classificação de Silva), atentando-se ao fato de que em uma reportagem poderia ocorrer a presença de um ou mais valor-notícia. Vejamos o

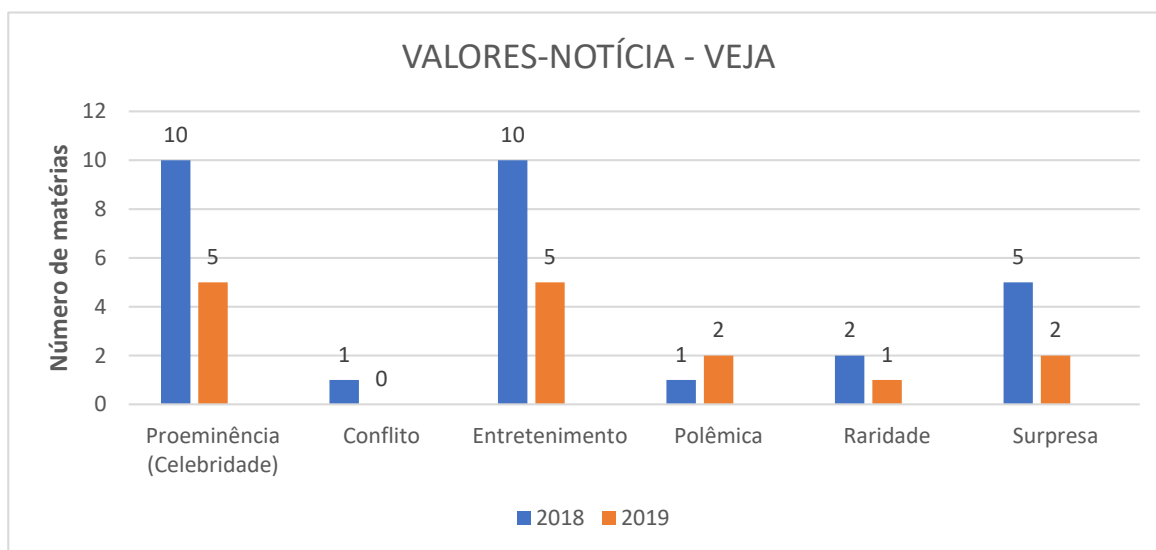


gráfico 1:

Gráfico 1: Valores-notícia em Veja. Autoria e fonte nossas.

⁷ Disponível em: veja.abril.com.br/cultura/maisa-silva-tera-programa-de-entrevistas-semanal-no-sbt/. Acessado em: 10 de janeiro de 2022.

⁸ Disponível em: veja.abril.com.br/tecnologia/fim-da-contagem-de-curtidas-no-instagram-gera-polemica-nas-redes/. Acessado em: 10 de janeiro de 2022.

O fato de Maisa ser considerada como uma celebridade esteve muito presente na cobertura, sendo esse dado justificativa para a publicação de todas as matérias (valor-notícia Proeminência). Foi observado ainda que as matérias encontradas procuraram cobrir temas que englobam diversos aspectos da vida laboral da atriz, anunciando suas participações em filmes e programas de entrevista, dando foco para valores-notícia como entretenimento (também em todas as reportagens) e surpresa (sete textos). O primeiro por se tratar de atividades de trabalho de celebridade da indústria cultural, e Surpresa surgindo quando algo inesperado ocorria na vida da jovem, como nos casos “Ana Maria deseja boas-vindas para Maisa na Globo, mas atriz corrige” (31/8/18)⁹, em que o fato só se torna relevante porque sua ida para a emissora foi considerado algo inesperado pelo público (o que de fato não aconteceu), e “Maisa Silva assume namoro com Nicholas Arashiro” (14/2/2018)¹⁰, já que se trata do primeiro namoro da atriz (um dos poucos textos que falam de sua vida pessoal).

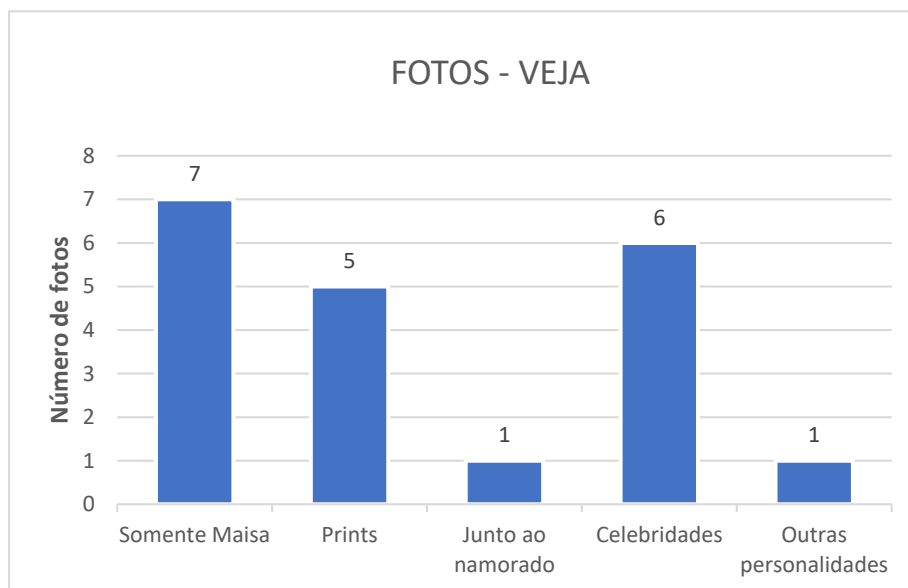
A categoria Polêmica se encaixa em matérias em que haja controvérsia, como no ato de Silvio Santos proibir Maisa de aparecer em uma emissora concorrente (30/8/18)¹¹. O mesmo texto também traz o valor-notícia de Conflito, por dar a entender que a relação entre Maisa e o dono do SBT esteja desarmônica com o ocorrido. Ressalta-se o fato de que nenhum dos textos publicados trouxe entrevistas com Maisa; apenas a reverberação de suas falas em redes sociais ou programas da mídia.

Em seguida, analisamos as imagens presentes em cada matéria (Gráfico 2), buscando sua classificação. As categorias usadas nesse processo foram organizadas de acordo com o observado nas fotos: se a atriz apareceu sozinha, ou com o namorado; se há presença de outra figura pública (que denominamos como Celebidades) junto a Maisa; e se a notícia só traz

⁹ Disponível em: veja.abril.com.br/cultura/ana-maria-deseja-boas-vindas-para-maisa-na-globo-mas-atriz-corrige/. Acessado em: 10 de janeiro de 2022.

¹⁰ Disponível em: veja.abril.com.br/cultura/maisa-silva-assume-namoro-com-nicholas-arashiro/. Acessado em: 10 de janeiro de 2022.

¹¹ Disponível em: veja.abril.com.br/cultura/em-chamada-silvio-santos-proibe-maisa-silva-de-entrar-na-globo/. Acessado em: 10 de janeiro de 2022.



prints de suas publicações nas redes sociais, como imagens de *tweets* da atriz e de comentários de internautas.

Gráfico 2: Fotografias publicadas em Veja. Autoria e fonte nossas.

Assim, foi possível analisar como Veja dá menos destaque ao uso de *prints* de *posts* de suas redes sociais, que só aparecem cinco vezes. Essas mídias sociais da própria atriz, no entanto, são a fonte da maioria das fotos de Maisa (Figura 1). Ela aparece sozinha em sete imagens: com um vestido utilizado como figurino no filme em “Maisa Silva vai interpretar Cinderela ‘pop’ nos cinemas” (4/5/18), ou em um autorretrato tirado nos estúdios Globo, como em “Filme de Maisa estreia em terceiro nas bilheteria” (15/10/18)¹². Em algumas matérias, são utilizadas imagens oficiais das emissoras Globo Produções e SBT, como em “Quatro momentos em que Silvio Santos cometeu deslizes imperdoáveis na TV” (8/11/19), matéria em que Maisa não está na foto, e sim o apresentador Silvio Santos, em uma das

¹² Disponível em: veja.abril.com.br/coluna/radar/filme-de-maisa-estreia-em-terceiro-nas-bilheterias/. Acessado em: 10 de janeiro de 2022.



edições de seu programa (que classificamos no gráfico como “Outras personalidades públicas”). Não há fotos de autoria da própria revista Veja.

Figura 1: Fotografia da reportagem de Veja de 15/10/2018. Fonte: Reprodução/Veja.

Em seguida, passamos a apresentar os dados obtidos no site de O Estado de S. Paulo. A busca por matérias sobre Maisa nesse veículo foi de difícil execução. Mesmo utilizando os campos de pesquisa personalizada disponíveis na página, as matérias não condiziam com as palavras-chave escritas. Por exemplo, ao inserir o termo Maisa Silva, um texto sobre caixa dois eleitoral aparecia. Por esse motivo, foi utilizada a ferramenta de pesquisa do Google, com as palavras-chave “Maisa” e “Maisa Silva”. “Estadão”, “Maisa Silva” e “Estado de São Paulo”, e logo em seguida clicando no ícone de “Notícias”, aparece em ordem de mais recente para mais antiga. A pesquisa resultou em um número mais extenso, comparado ao obtido com a busca em Veja, tendo sido somadas 46 matérias nos anos de 2018 e 2019.

Semelhante ao observado na revista, o jornal não dá ênfase em notícias a respeito do namoro da atriz e apresentadora, mas prefere noticiar sua carreira e seu impacto na mídia como adolescente celebridade, como podemos ver nas matérias “Maisa Silva é a adolescente mais seguida nas redes sociais no Brasil” (17/9/18) e “Maisa pretende criar iniciativa para ajudar crianças vítimas de abuso” (19/7/19)¹³.

No decorrer do ano de 2018, a maioria dos textos são a respeito da vida da atriz como celebridade, sempre com enfoque em uma interação com outros famosos, como em “Sabrina Sato mostra encontro com Maisa Silva no Instagram” (17/7/18)¹⁴, e em novos projetos da carreira, como em “Conheça o perfil gastronômico de Maisa Silva no Instagram” (6/11/18)¹⁵. No ano de 2019, o foco continua o mesmo, com ênfase na carreira da atriz e em novos projetos que chamam a atenção dos veículos, como entrevistar celebridades hollywoodianas em “Silva comemora entrevista com atores de ‘Stranger Things’” (23/1/19)¹⁶ e ter o próprio programa de TV em “Maisa Silva será apresentadora de programa semanal no SBT” (6/2/19)¹⁷. Nota-se ainda a construção de uma imagem positiva de Maisa, em matéria em que a atriz procura desconstruir a imagem imposta pela sociedade em relação à forma física das mulheres jovens, em “O corpo ‘daora’ é o corpo em que você é feliz”, reflete Maisa Silva” (19/11/2018)¹⁸, e com atos altruístas não noticiados pela revista Veja, como “Maisa ajuda

¹³ Disponível em: [mais.estado.com.br/noticias/gente.maisa-pretende-criar-iniciativa-para-ajudar-criancas-vitimas-de-abuso,70002928659](https://www.veja.com.br/noticias/gente/maisa-pretende-criar-iniciativa-para-ajudar-criancas-vitimas-de-abuso,70002928659). Acessado em: 10 de janeiro de 2022.

¹⁴ Disponível em: [mais.estado.com.br/noticias/gente,sabrina-sato-mostra-encontro-com-maisa-silva-no-instagram-veja,70002404970](https://www.veja.com.br/noticias/gente/sabrina-sato-mostra-encontro-com-maisa-silva-no-instagram-veja,70002404970). Acessado em: 10 de janeiro de 2022.

¹⁵ Disponível em: [mais.estado.com.br/noticias/gente,conheca-o-perfil-gastronomico-de-maisa-silva-no-instagram,70002589827](https://www.veja.com.br/noticias/gente/conheca-o-perfil-gastronomico-de-maisa-silva-no-instagram,70002589827). Acessado em: 10 de janeiro de 2022.

¹⁶ Disponível em: [mais.estado.com.br/noticias/gente,maisa-silva-comemora-entrevista-com-atores-de-stranger-things,70002691203](https://www.veja.com.br/noticias/gente/maisa-silva-comemora-entrevista-com-atores-de-stranger-things,70002691203). Acessado em: 10 de janeiro de 2022.

¹⁷ Disponível em: [mais.estado.com.br/noticias/tv,maisa-silva-sera-apresentadora-de-programa-semanal-no-sbt,70002710617](https://www.veja.com.br/noticias/tv/maisa-silva-sera-apresentadora-de-programa-semanal-no-sbt,70002710617). Acessado em: 10 de janeiro de 2022.

¹⁸ Disponível em: [mais.estado.com.br/noticias/gente,o-corpo-daora-e-o-corpo-em-que-voce-e-feliz-reflete-maisa-silva,70002613401](https://www.veja.com.br/noticias/gente/o-corpo-daora-e-o-corpo-em-que-voce-e-feliz-reflete-maisa-silva,70002613401). Acessado em: 10 de janeiro de 2022.

garçom com estrangeiros: ‘Ele ainda tem que seguir com o trabalho’” (25/1/19)¹⁹. Novamente, não foram feitas entrevistas com a atriz.

Em relação ao valores-notícia (Gráfico 3), *Proeminência*, *Entretenimento*, *Raridade e Surpresa* são os principais. A diferença entre os últimos dois se deu na medida em que o primeiro se relaciona a acontecimentos com pouca ocorrência na vida da atriz, como “Maisa Silva fará uma ‘pausa’ nas redes sociais durante as férias” (19/12/18)²⁰, e o segundo trata de casos inesperados (no entendimento do jornal), como “Maisa Silva aparece com Ana Maria Braga, mas fãs se decepcionam com breve participação” (21/10/19)²¹. Em algumas matérias, mais de um valor-notícia foi considerado presente, como “Maisa pretende criar iniciativa para ajudar crianças vítimas de abuso” (2019). O valor de Drama/Tragédia se dá pelo fato de uma celebridade jovem se engajar em um problema social. Já *Surpresa* pelo fato de o jornal não resgatar outras ações de Maisa, que já se envolveu com temas considerados polêmicos

¹⁹ Disponível em: mais.estadao.com.br/noticias/gente,mais-silva-ajuda-garcom-com-pedido-de-estrangeiros-nao-custa-nada-ajudar,70002694150. Acessado em: 10 de janeiro de 2022.

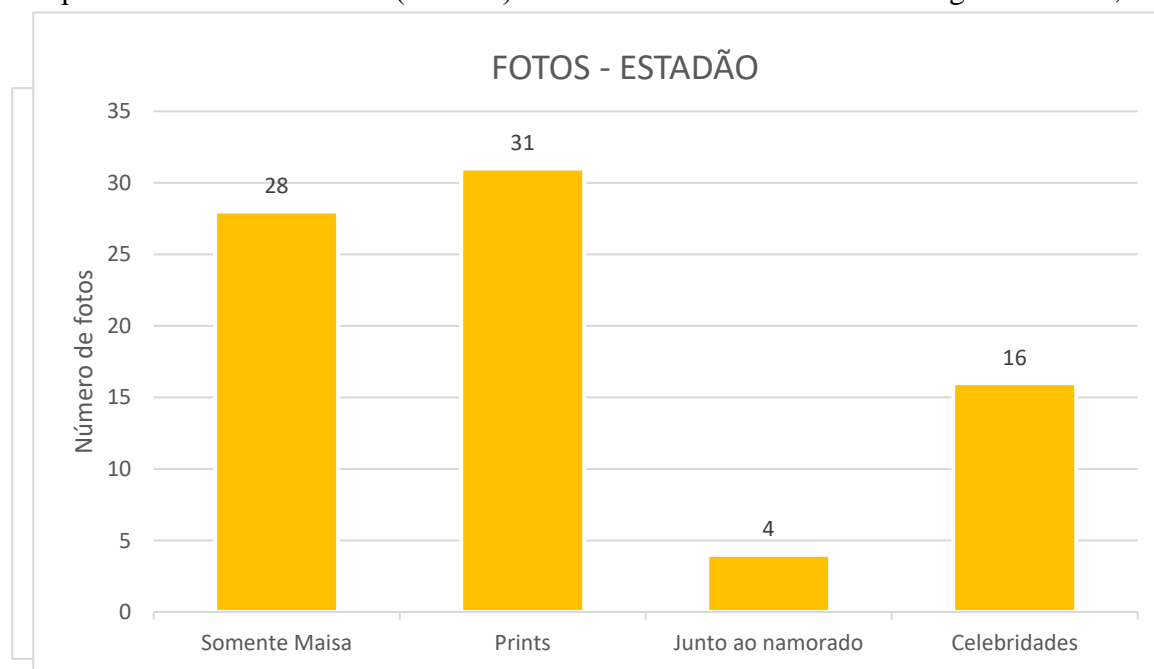
²⁰ Disponível em: mais.estadao.com.br/noticias/gente,mais-silva-fara-uma-pausa-nas-redes-sociais-durante-as-ferias,70002651716. Acessado em: 10 de janeiro de 2022.

²¹ Disponível em: mais.estadao.com.br/noticias/tv,mais-silva-aparece-com-ana-maria-braga-mas-fas-se-decepcionam-com-breve-participacao,70003058057. Acessado em: 10 de janeiro de 2022.

por meio de seus posicionamentos e declarações a mídia. Sem recuperar esse histórico, o Estadão dá a entender que se trata de algo novo.

Gráfico 3: Valores-notícia no Estadão. Autoria e fonte nossas.

Em relação às fotos (Gráfico 4), a quantidade de *prints* é bem maior do que em Veja, sendo utilizados em 31 matérias das 46 analisadas. Na grande maioria, Maisa aparece sempre sorridente, e quase sempre sozinha (Figura 2), como em “Maisa Silva aparece na TV Globo e fãs provocam Silvio Santos” (29/8/18)²² e em outras 27 matérias. Em algumas vezes, ela



está com celebridades, como “Sabrina Sato mostra encontro com Maisa Silva no Instagram; veja” (17/7/18), por conta de um comercial. A relevância que o jornal dá ao namoro da atriz se faz presente na escolha de fotos em que Maisa aparece ao lado do companheiro, mas apenas em quatro imagens.

²² Disponível em: <encurtador.com.br/bdoQ5>. Acessado em: 10 de janeiro de 2022.

Gráfico 4: Fotografias publicadas no Estadão. Autoria e fonte nossas.

Como resultado de nosso estudo, concluímos que as matérias dos veículos analisados se pautam pelas atividades de destaque na carreira de Maisa Silva, visto que a cobertura de celebridades não é o foco de ambos, apesar de terem editoras destinadas a esse noticiário. Ou seja, o fato de os veículos em questão não se pautarem apenas pela vida de famosos é algo que influencia diretamente na escolha das pautas. Um exemplo é a respeito do namoro da



atriz, pouco noticiado, não havendo um acompanhamento constante na vida amorosa da jovem. Em vez de trazer temas considerados comuns na vida de celebridades, como namoro, moda e beleza, o foco é dado em assuntos de sua carreira.

Figura 2: Fotografia da reportagem do Estadão de 19/7/2019. Fonte: Reprodução/Estadão.

No entanto, mesmo que a atriz tenha grande repercussão em suas redes sociais pelos temas abordados, que muitas vezes envolvem quebra de tabus e questionamentos a respeito do papel da mulher na sociedade (PONTES; DORETTO, 2021), os veículos dão preferência para noticiar tais opiniões apenas por meio de falas da atriz em *talk shows* e outros programas

de TV (mesmo que as fotos venham de suas mídias sociais), além de demonstrar seu impacto como adolescente-artista relevante, por meio de matérias sobre estreias de filmes e quebras de bilheteria.

Em resumo, aparece a ideia de uma jovem bem-sucedida no campo profissional, que ganha destaque nesses veículos porque consegue sucesso numa arena tradicionalmente adulta, a do mercado de trabalho: e isso é o que aparece importar aos veículos. Ou seja, as questões que surgem são do adolescente que está junto com os adultos, no entretenimento: daí a grande quantidade de fotos da atriz com celebridades em *Veja* (que aparecem na mesma proporção das imagens da atriz sozinha), e de prints das repercussões de seus trabalhos e falas nas redes sociais, no *Estadão* (que surgem muitas vezes porque foram reportados em outros conteúdos da mídia). Assim, fica claro aqui como Marisa aparece como um modelo a ser seguido. Ainda que não se acentuem suas escolhas em relação à moda e à beleza, reforça-se sua imagem de profissional de sucesso. Mas não só.

As possíveis fragilidades da sua condição juvenil são abordadas nos textos, mas de forma que Maísa parece estar ciente dessas dificuldades, o que ressalta sua maturidade: “Trabalhar e estudar é difícil, não sei como consigo”²³ e “Maisa Silva mostrou, mais uma vez, que é bastante madura para quem tem 16 anos”²⁴. As reportagens evidenciam ainda sua doçura e romantismo, como em “o elenco do SBT abre um sorrisão para receber Maisinha”²⁵, e “Jamais mandaria um nude’, diz Maisa Silva”²⁶, ainda que algumas falas suas sobre machismo apareçam, mas em menor grau, e quase nunca como títulos das notícias. São

²³ Disponível em: emails.estadao.com.br/noticias/gente,maisa-silva-justifica-ausencia-no-enem-trabalhar-e-estudar-e-dificil-nao-sei-como-consigo,70003075239. Acessado em 16 de junho de 2020.

²⁴ Disponível em: veja.abril.com.br/cultura/maisa-silva-filosofa-na-globo-e-conquista-pedro-bial/. Acessado em 16 de junho de 2020.

²⁵ Disponível em: veja.abril.com.br/revista-veja/meninas-de-ouro/. Acessado em 16 de junho de 2020.

²⁶ Disponível em: emails.estadao.com.br/noticias/gente,jamais-mandaria-um-nude-diz-maisa-silva,70002489033. Acessado em 16 de junho de 2020.

representações que reforçam a imagem de uma jovem contemporânea, “descolada”, mas responsável, que doa roupas, ama o namorado e diz que “dinheiro não é para sempre”. E, por conta das características dos veículos estudados, que se direcionam a um público amplo, Maisa não surge aqui como um padrão a ser perseguido apenas por outras adolescentes, como mostram os trabalhos de Costa (2020) e Duarte, Moura e Schons (2019), mas como uma mulher que pode se tornar guia para aquelas de outras idades também. Assim, o jornalismo se apresenta também como uma importante “tecnologia de gênero”, no sentido de que, “ao mesmo tempo em que representa o gênero, institui valores sobre o certo e o errado”, dizendo às mulheres como devem ou não se comportar (MACHADO, 2006, p. 233).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo compreender a cobertura de Maisa Silva em dois veículos do jornalismo generalista, em suas versões digitais: Veja e O Estado de São Paulo. Notou-se que Maisa é retratada de maneira séria, respeitável por suas conquistas na carreira. Esse fato parece não seguir o modelo de como os adolescentes são enxergados em nossa sociedade contemporânea, como rebeldes sem causa e que estão em constante questionamento nessa fase da vida (BECKER, 2017). Maisa recebe esse reconhecimento, sendo retratada como mais madura que o comportamento relacionado aos jovens, por ser bem-sucedida em sua carreira. A atriz não é um modelo que atrai os adultos para as possíveis irresponsabilidades da juventude, mas sim uma jovem que se mostra já com boa performance nas arenas adultas, mantendo a candura e a bondade, e, por isso, torna-se também um modelo de construção de gênero.

Segundo Salles (2005), existe hoje em dia uma maior tendência de se aproximar do jovem, de o adulto ter uma relação amigável e não violenta com ele, de entendê-lo e ouvi-lo. Porém, esse posicionamento, que parece de algum modo ser refletido na cobertura de Maisa, aparece somente em uma parcela dos jovens — aqui, naqueles que entram na categoria de

celebridade. É necessário ampliar essa cobertura, trazendo falas de outros jovens, mesmo não fazendo parte de um grupo seleta, inserido num mercado de trabalho de destaque, como Maisa. Também enfatizamos que a mídia deve repensar o tratamento dado a uma adolescente que teve e tem, hoje, responsabilidades da vida adulta antecipadas por conta da atuação profissional intensa precoce, mostrando-a mais como celebridade do que como jovem, que sofre com as dificuldades dessa fase da vida.

REFERÊNCIAS

ALEXANDRE, Marcos. O papel da mídia na difusão das representações sociais. **Comum**, v. 6, n. 17 p. 111-125, jul./dez. 2001.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BECKER, Daniel. **O que é adolescência**. São Paulo: Brasiliense, 1999.

CALLIGARIS, Contardo. **A adolescência**. São Paulo: Publifolha, 2000.

COSTA, A. Renata. Menina Atrevida e menina Todateen: as representações sociais das adolescentes nos discursos das revistas do público teen. **Cadernos Cajuína**, v. 5, n. 2, 2020, pp. 173-186.

COSTA, Renata.; C.; DORETTO, Juliana. “Batalha do pequeno coração valente”: O jornalismo e as crianças com problemas cardíacos. In: SOARES, Rosana; GOMES, Maya (org.). **Narrativas midiáticas: crítica das representações e mediações**. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes/ Universidade de São Paulo, 2020, p. 89-106.

DUARTE, Melissa; MOURA, Dione. O. SCHONS, Aline. S. Garota Capricho: universo adolescente representado em páginas de revista. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 42., Belém. **Anais**. São Paulo: Intercom, 2019.

GERBNER, George.; GROSS, Larry. Living with television: The violence profile. **Journal of Communication**, v. 26, n. 2, pp. 173-99, 1972.

MACHADO, Liliane M. M. **E a mídia criou a mulher**: como a TV e o cinema constroem o sistema de sexo/gênero. Tese (Doutorado) – Universidade de Brasília, 2010.

PONTES, Sofia.; DORETTO, Juliana. “Lacrou!” A representação de Maisa Silva no jornalismo de celebridades. **Revista Cambiassu**, v. 16, n. 27, jan./jun. 2021.

SALLES, Leila. Infância e adolescência na sociedade contemporânea: alguns apontamentos. **Estudos de Psicologia**, v. 22, n. 1, mar. 2005.

SILVA, Gislene. A engrenagem da noticiabilidade no meio do redemoinho. **Observatório**, v. 4, n. 4, p. 308-333, 29 jun. 2018.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. II, n. 1, 1º semestre de 2005.

VIZEU, Alfredo. E. Jornalismo e representações sociais: algumas considerações. **Famecos**, v. 13, n. 30, p. 31-38, 2008.

COMO CITAR ESTE ARTIGO

PONTES, Sofia Maciel; DORETTO, Juliana. Cinderela “Pop”: a representação de Maisa Silva em *Veja* e no *Estadão*. **Revista Culturas Midiáticas**, João Pessoa, v. 16, pp. 189-209, 2022. DOI: <https://doi.org/10.22478/ufpb.2763-9398.2022v16n.61956>.