

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE ARTES E LETRAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS**

**ADOLESCENTES EM EDITORIAIS DA REVISTA CAPRICHOS:
LINGUAGEM, CONTEXTO E REPRESENTAÇÃO**

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Olívia Martins de Quadros Olmos

Santa Maria, RS, Brasil

2011

ADOLESCENTES EM EDITORIAIS DA REVISTA CAPRICHOS: LINGUAGEM, CONTEXTO E REPRESENTAÇÃO

por

Olívia Martins de Quadros Olmos

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Letras, Área de Concentração em Estudos Linguísticos, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre em Letras.**

Orientadora: Profa. Dr. Cristiane Fuzer

Santa Maria, RS, Brasil

2011

O51a Olmos, Olívia Martins de Quadros

Adolescentes em editoriais da revista Capricho : linguagem, contexto e representação / por Olívia Martins de Quadros Olmos. – 2011.

124 f. ; il. ; 30 cm

Orientador: Cristiane Fuzer

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Artes e Letras, Programa de Pós-Graduação em Letras, RS, 2011

**1. Linguística 2. Linguagem 3. Análise textual 4. Gênero textual 5. Mídia
6. Editorial 7. Adolescentes 8. Revista Capricho I. Fuzer, Cristiane II. Título.**

CDU 81'1

Universidade Federal de Santa Maria
CENTRO DE ARTES E LETRAS
Programa de Pós-Graduação em Letras

A Comissão Examinadora, abaixo assinada,
aprova a Dissertação de Mestrado

**ADOLESCENTES EM EDITORIAIS DA REVISTA CAPRICHOS:
LINGUAGEM, CONTEXTO E REPRESENTAÇÃO**

elaborada por
Olívia Martins de Quadros Olmos

como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Letras

COMISSÃO EXAMINADORA:

Cristiane Fuzer, Dr. (UFSM)
(Presidente/Orientador)

Rejane Flor Machado, Dr. (UFPEl)

Sara Regina Scotta Cabral, Dr. (UFSM)

Santa Maria, 16 de junho de 2011.

Dedico este trabalho aos meus pais Carlos Viana e Rosangela, às minhas irmãs Liège e Mireille, por todo amor, carinho, dedicação e compreensão.

AGRADECIMENTOS

Ao chegar ao final dessa maratona de aprendizado, às fronteiras de uma nova vida, deixo consignado o meu mais sincero agradecimento àqueles que me conduziram até aqui.

Aos meus pais, Viana e Rosangela, com os quais aprendi a cultivar os valores como amor, humildade, honestidade, entre tantos outros. Obrigada por serem minha referência de amor e segurança. O carinho, a dedicação e o amor de vocês tornam meu caminho mais iluminado.

Às minhas irmãs, Liège e Mireille, presentes em todos os momentos da minha vida, obrigada por existirem. Seremos sempre “unha e carne”.

À minha orientadora, professora Cristiane Fuzer, pela devoção à causa que abraçou, pela paciência, dedicação e incentivo. Obrigada por entregar de si, as centelhas da substância divina que enriquece o caráter.

Aos colegas do Núcleo de Estudos em Língua Portuguesa - NELP, em especial à Gessélda que começou essa jornada comigo.

Ao Programa de Pós-Graduação em Letras da UFSM, em especial agradeço ao Jandir pela atenção e pelo carinho desde o início do curso.

A todos aqueles que torceram e torcem por mim.

RESUMO

Dissertação de Mestrado
Programa de Pós-Graduação em Letras
Universidade Federal de Santa Maria

**ADOLESCENTES EM EDITORIAIS DA REVISTA CAPRICHIO:
LINGUAGEM, CONTEXTO E REPRESENTAÇÃO**

Autora: Olívia Martins de Quadros Olmos

Orientadora: Cristiane Fuzer

Data e Local da Defesa: Santa Maria, 16 de junho de 2011.

O objetivo geral deste trabalho é analisar como a linguagem é usada para manifestar representações sobre a adolescência em editoriais da revista Capricho. Para isso, são utilizados pressupostos teóricos da Linguística Sistêmico-Funcional, com relação às metafunções interpessoal e ideacional (experencial) da linguagem. O *corpus* se constitui de 24 editoriais publicados na Capricho no período de janeiro a dezembro de 2009. Tendo por base aspectos do sistema de MODO e de transitividade (Halliday & Matthiessen, 2004) e da teoria da Avaliatividade (Martin & White, 2005), os passos da análise consistiram em: a) identificação de recorrências dos termos “adolescente” e “adolescência” e de seus referenciadores (pronomes, sinônimos, elipse); b) identificação das funções de fala e modos oracionais; c) quantificação e análise de ocorrências de avaliatividade em termos de atitude (afeto, julgamento e apreciação) e gradação (força e foco) nas orações em que há referências a adolescente; d) descrição e análise dos componentes da transitividade das orações que constituem o texto para verificação dos papéis léxico-gramaticais desempenhados pelas adolescentes. Com relação aos recursos interpessoais, a análise mostrou o uso de comandos explícitos e de metáforas interpessoais como recursos de interação com as leitoras. As marcas de avaliatividade mais frequentes no *corpus* são de julgamento, denotando avaliações de comportamentos das adolescentes relacionados a aparência física (beleza), relacionamentos (namoro, família e amizade), lazer (férias e festas) e estudo (escola, cursinho e intercâmbio), configurando contextos em que as adolescentes aparecem inseridas socialmente. A partir da análise dos recursos de transitividade, verificamos que a adolescente é representada, nos textos analisados, como uma garota que namora, que passeia, que gosta muito de férias, que vai a *shows* e eventos, que se relaciona com familiares e amigos.

PALAVRAS-CHAVE: Representações, Sistema de transitividade, Avaliatividade, Editoriais da revista Capricho, Adolescente.

ABSTRACT

Master's Dissertation
Post-Graduation Program in Languages
Federal University of Santa Maria

ADOLESCENTS IN EDITORIALS OF *CAPRICH* MAGAZINE: LANGUAGE, CONTEXT AND REPRESENTATION

AUTHOR: OLÍVIA MARTINS DE QUADROS OLMOS

ADVISOR: CRISTIANE FUZER

Date and Place of defense: Santa Maria, June 16, 2011.

This paper aims to analyze how language is used to show representations on adolescence in editorials of *Capricho* magazine. To do so, we use presuppositions of Systemic-Functional Linguistics concerning interpersonal and ideational (experiential) metafunctions. The corpus is composed of 24 editorials published in *Capricho* from January to December, 2009. Having as basis aspects of the Mood and transitivity systems (HALLIDAY & MATTHIESSEN, 2004) and of Appraisal Theory (MARTIN & WHITE, 2005), the steps followed are: a) identification of the recurrent terms “adolescent” and “adolescence” as well as their referrers (pronouns, synonyms, ellipses); b) identification of speech functions and clause moods; c) quantification and analysis of the occurrence of appraisal in terms of attitude (affect, judgment and appreciation) and gradation (force and focus) in clauses with reference to adolescents; d) description and analysis of the components of transitivity in clauses that constitute the text in order to verify the lexico-grammatical roles developed by the adolescent girls. In relation to the interpersonal resources, the analysis showed the use of explicit commands and of interpersonal metaphors as interaction resources with the female readers. The most frequent appraisal categories in the corpus are judgment, denoting relationship evaluation (dating, family and friendship), leisure (vacations and parties) and study (school, courses and exchange study), characterizing contexts in which the adolescent girls are socially inserted. From the analysis of the resources of transitivity, we find that the adolescent is represented, in the texts analyzed, as a girl who dates who walks, who loves the holidays, going to shows and events that relate to family and friends.

Keywords: representations; transitivity system; appraisal; editorials of *Capricho* magazine; adolescent.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Linguagem como sistema de estratos.	22
FIGURA 2 – Texto em contextos.....	23
FIGURA 3 – Tipos de processos nas orações.....	39
FIGURA 4 – Tipos de participantes nas orações.	40
FIGURA 5 - Julgamento e apreciação como afeto institucionalizado	52
FIGURA 6 - Os significados da atitude na gradação.....	54
FIGURA 7 - Categorias do sistema de gradação.....	55
FIGURA 8 – Mecanismos de força: intensificação e quantificação.....	56
FIGURA 9 - Contextos de situação em que as adolescentes estão envolvidas nos editoriais da Capricho.....	66
FIGURA 10 - Editorial da edição de número 1061, publicada no dia 04 de janeiro de 2009, na revista Capricho.....	69

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Componentes da oração no sistema de transitividade (E1)	37
QUADRO 2 – Processos e participantes da oração	38
QUADRO 3 – Oração material transitiva (E2).	41
QUADRO 4 – Oração material intransitiva (E1).	41
QUADRO 5 – Oração material com Escopo (E1).	41
QUADRO 6 – Oração material com Beneficiário (E20).	41
QUADRO 7 – Oração mental (E1).	42
QUADRO 8 – Oração mental (E3).	42
QUADRO 9 – Processos mentais.	43
QUADRO 10 – Oração relacional intensiva atributiva (E3).	44
QUADRO 11 – Oração relacional intensiva identificadora (E1).	44
QUADRO 12 – Oração comportamental (E1).	45
QUADRO 13 – Oração comportamental (E3).	45
QUADRO 14 – Oração verbal com Verbiagem (E3).	45
QUADRO 15 – Oração verbal com Citação (E13).	46
QUADRO 16 – Oração existencial (E2).	46
QUADRO 17 – Oração existencial (E3).	46
QUADRO 18 – Funções de fala	48
QUADRO 19 – Recursos de avaliatividade	51
QUADRO 20 – Códigos, fontes e títulos dos editoriais que constituem o <i>corpus</i> da pesquisa.	62
QUADRO 21 – Ocorrências das marcas de avaliação relacionadas à adolescente e à revista.	84

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1 – Editorial da edição de número 1061, publicada no dia 04 de janeiro de 2009, na revista Capricho.....	102
ANEXO 2 – Editorial da edição de número 1062, publicada no dia 18 de janeiro de 2009, na revista Capricho.....	103
ANEXO 3 – Editorial da edição de número 1063, publicada no dia 01 de fevereiro de 2009, na revista Capricho.....	104
ANEXO 4 – Editorial da edição de número 1064, publicada no dia 15 de fevereiro de 2009, na revista Capricho.....	105
ANEXO 5 – Editorial da edição de número 1065, publicada no dia 01 de março de 2009, na revista Capricho.....	106
ANEXO 6 – Editorial da edição de número 1066, publicada no dia 15 de março de 2009, na revista Capricho.....	107
ANEXO 7 – Editorial da edição de número 1068, publicada no dia 12 de abril de 2009, na revista Capricho.....	108
ANEXO 8 – Editorial da edição de número 1069, publicada no dia 26 de abril de 2009, na revista Capricho.....	109
ANEXO 9 – Editorial da edição de número 1070, publicada no dia 10 de maio de 2009, na revista Capricho.....	110
ANEXO 10 – Editorial da edição de número 1071, publicada no dia 24 de maio de 2009, na revista Capricho.....	111
ANEXO 11 – Editorial da edição de número 1072, publicada no dia 07 de junho de 2009, na revista Capricho.....	112
ANEXO 12 – Editorial da edição de número 1073, publicada no dia 21 de junho de 2009, na revista Capricho.....	113
ANEXO 13 – Editorial da edição de número 1074, publicada no dia 05 de julho de 2009, na revista Capricho.....	114
ANEXO 14 – Editorial da edição de número 1075, publicada no dia 19 de julho de 2009, na revista Capricho.....	115
ANEXO 15 – Editorial da edição de número 1076, publicada no dia 02 de agosto de 2009, na revista Capricho.....	116

ANEXO 16 – Editorial da edição de número 1077, publicada no dia 16 de agosto de 2009, na revista Capricho.....	117
ANEXO 17 – Editorial da edição de número 1078, publicada no dia 30 de agosto de 2009, na revista Capricho.....	118
ANEXO 18 – Editorial da edição de número 1079, publicada no dia 13 de setembro de 2009, na revista Capricho.....	119
ANEXO 19 – Editorial da edição de número 1080, publicada no dia 29 de setembro de 2009, na revista Capricho.....	120
ANEXO 20 – Editorial da edição de número 1082, publicada no dia 25 de outubro de 2009, na revista Capricho.....	121
ANEXO 21 – Editorial da edição de número 1083, publicada no dia 08 de novembro de 2009, na revista Capricho.....	122
ANEXO 22 – Editorial da edição de número 1084, publicada no dia 22 de novembro de 2009, na revista Capricho.....	123
ANEXO 23 – Editorial da edição de número 1085, publicada no dia 06 de dezembro de 2009, na revista Capricho.....	124
ANEXO 24 – Editorial da edição de número 1086, publicada no dia 20 de dezembro de 2009, na revista Capricho.....	125

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
 CAPÍTULO 1 – PANORAMA TEÓRICO	
1.1 Linguagem, texto e contexto.....	21
1.2 Representações sociais.....	23
1.3 Gênero textual como ação social.....	26
1.4 Mídia.....	27
1.5 Editorial.....	29
1.6 Linguística Sistêmico-Funcional.....	32
1.6.1 Metafunção ideacional: sistema de transitividade.....	35
1.6.2 Metafunção interpessoal: funções de fala e modos oracionais.....	44
1.6.3 Teoria da Avaliatividade.....	48
1.6.3.1 Sistema de atitude.....	49
1.6.3.2 Sistema de gradação.....	51
 CAPÍTULO 2 - METODOLOGIA	
2.1 Universo de análise.....	57
2.2 Constituição do <i>corpus</i>	59
2.3 Passos da análise.....	60
 CAPÍTULO 3 – ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	
3.1 Variáveis contextuais do editorial da Capricho.....	62
3.2 Recursos interpessoais nos editoriais da Capricho.....	69
3.2.1 Marcas linguísticas de interação autor-leitor.....	70
3.2.2 Análise das funções de fala e dos modos oracionais.....	75
3.2.3 Avaliações relacionadas às adolescentes.....	77
3.2.3.1 Marcas de atitude.....	78
3.2.3.2 Marcas de gradação.....	81
3.3 Representações para adolescentes nos editoriais da Capricho.....	84

CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	88
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	92
ANEXOS.....	101

INTRODUÇÃO

O presente trabalho se vincula à linha de pesquisa Linguagem no Contexto Social do Programa de Pós-Graduação em Letras/UFSM. Inclui-se no projeto guarda-chuva Linguagem como prática social: representações sociais e multiletramento (GAP/CAL 022664), elaborado pelas orientadoras integrantes da linha de pesquisa do PPGL. Dentro desse projeto integrador, está o projeto de pesquisa “Gramática Sistêmico-Funcional da língua portuguesa para análise de representações sociais”, da professora orientadora Cristiane Fuzer (GAP/CAL 025406), cujo objetivo central é analisar o funcionamento da linguagem para depreender representações em textos inseridos em contextos sociais específicos. Esta dissertação desenvolve parte desse objetivo com o estudo da linguagem usada para representar a adolescência em editoriais da revista Capricho.

A minha decisão de estudar a linguagem usada nos editoriais da revista Capricho se deu por apreciar os trabalhos que estão diretamente ligados a adolescentes. Na presente pesquisa, o estudo está delimitado ao estudo do gênero editorial, especificamente do ambiente da revista Capricho.

O objetivo geral deste trabalho é analisar como a linguagem é usada para manifestar representações para a adolescência nesses editoriais.

Como objetivos específicos, destacamos:

- analisar as variáveis contextuais dos editoriais selecionados;
- analisar recursos linguísticos que contribuem para estabelecer relações interpessoais com a leitora adolescente;
- verificar recursos de avaliatividade presentes nos textos;
- analisar escolhas léxico-gramaticais relativas à transitividade em editoriais da Capricho, para verificar representações construídas para a adolescência.

A presente pesquisa justifica-se pela necessidade de analisar as mensagens dirigidas ao público feminino jovem para, assim, identificar as representações veiculadas na mídia. Também se justifica pelas contribuições que os seus resultados possam oferecer aos profissionais de linguagem que estão interessados no que diz respeito às metafunções ideacional e interpessoal, da Gramática Sistêmico-

Funcional (GSF), à Teoria da Avaliatividade, proposta por Martin & White (2005), e aos estudos sobre o gênero editorial, especificamente de revista feminina. Também pode contribuir com questões de ensino de linguagem, pois os editoriais da revista *Capricho* abordam assuntos relacionados a contextos que envolvem adolescentes. É importante estudar o funcionamento da linguagem usada nesse gênero textual como subsídios linguísticos para análise de textos.

A análise de escolhas linguísticas no gênero editorial, na revista feminina selecionada para este trabalho, torna-se produtiva, por permitir observar a construção discursiva da relação entre editorialista e leitora, bem como compreender o processo de representação da adolescência na mídia.

Como no presente trabalho analisamos os editoriais da revista *Capricho* por meio dos sistemas de transitividade e de avaliatividade, é importante destacarmos alguns estudos prévios já realizados com base nessas teorias.

Um dos trabalhos que focalizam o sistema de transitividade é o de Heberle (1997) que, em sua tese de Doutorado, analisou editoriais de revistas femininas. A pesquisa baseou-se em uma análise dos parâmetros textuais e contextuais nos editoriais de revistas femininas. Outro trabalho é o de Lopes (2001) que estudou o perfil do gênero cartas de venda, a partir da transitividade em língua portuguesa. O autor estudou os movimentos e passos das cartas, as escolhas léxico-gramaticais no sistema de transitividade em cada um dos movimentos e analisou as representações veiculadas pelos documentos. Os resultados mostraram que cada movimento possui um conjunto de funções próprias realizado por escolhas léxico-gramaticais específicas. Na análise das representações, os participantes são retratados de forma semelhante em todos os movimentos, o que está sistematicamente relacionado aos papéis de transitividade desempenhados por cada um deles. Também destacamos a pesquisa de Fuzer (2008), que analisou as formas de representação dos atores sociais, a partir da descrição do sistema de transitividade, em textos produzidos por operadores do Direito nos autos de um processo penal. Outro trabalho é o de Bortoluzzi (2008), que buscou investigar as representações de justiça que emergem das interações sociais em contextos culturais específicos. Já Ribeiro (2009) trabalhou com a transitividade em cartas do leitor à luz do funcionalismo. O objetivo da sua pesquisa foi analisar a tendência da organização transitiva no gênero carta do leitor. Para tanto, a autora buscou apoio nas concepções funcionalistas da linguagem. Também podemos citar o trabalho de

Santa Rosa Júnior (2010), que teve por objetivo analisar o modo como os sentidos dos arcanos são construídos a partir da investigação da multimodalidade discursiva e da transitividade nos textos verbais e visuais presentes nas cartas de tarô.

A respeito de pesquisas sob o enfoque da avaliatividade, podemos citar o trabalho de Cabral (2007), que investigou, no nível da semântica do discurso, as manifestações linguísticas de julgamento, tanto autoral quanto não-autoral, em torno da polêmica expulsão do jornalista Larry Rohter, que havia sugerido que o Presidente do Brasil abusava da bebida. Também citamos o trabalho de Jornada (2009), que analisou a avaliatividade como estratégia discursiva na representação de atores sociais. A autora optou por investigar a elaboração de versões da realidade expressas no discurso de artigos de opinião do jornalista Diogo Mainardi quando este representa o presidente Lula, o Partido dos Trabalhadores e o governo Lula. Citamos, também, o trabalho de Almeida (2010), que pesquisou os recursos léxico-gramaticais do subsistema de atitude nas falas de sala de aula de dois professores na universidade. A pesquisa revelou que a análise de atitude pode ser de grande utilidade para a compreensão dos significados interpessoais, pois, ao expressar as opiniões e avaliações sobre os sentimentos e comportamentos das pessoas, coisas, objetos e processos, o falante/escritor tem a intenção de obter uma resposta de solidariedade por parte do ouvinte/leitor. Assim, segundo a autora, a compreensão dessas atitudes contribui para facilitar a comunicação entre os membros de uma comunidade.

Também é importante apresentar alguns estudos prévios sobre a representação da adolescência, dentre os quais destacamos alguns que foram encontrados em outras áreas, como, por exemplo, a pesquisa de Espíndula & Santos (2004), os quais trabalham a representação da adolescência na ótica dos educadores sociais em conflito com a lei. Outro estudo é o de Aquino (2007), que trata da representação da adolescência no cinema. O intuito desse autor é configurar algumas reflexões preliminares sobre o tipo de abordagem cinematográfica da temática da "adolescência".

Mencionamos, também, estudos prévios sobre o editorial, objeto de estudo do presente trabalho. Podemos citar como exemplo o trabalho de Silva (1992), que afirma que esse gênero é composto de apresentação do fato, ou introdução, construção do sentido do fato e conclusão. Outro trabalho é o de Rystrom (1994), que considera não haver editoriais semelhantes ou iguais e cita nove passos para

um escritor escrever um bom editorial. Também podemos destacar os estudos de Ayres (1996), cuja pesquisa objetiva apontar algumas regularidades, em termos de formação ideológica, formação discursiva e condições de produção que constituem o discurso de editorialistas.

Como estudos prévios realizados sobre o editorial, como gênero textual, com subsídios da Gramática Sistêmico-Funcional, podemos citar o trabalho de Souza (2006), que analisou o sistema de transitividade no gênero editorial por entender que essa categoria léxico-gramatical, da forma como é concebida pela Gramática Sistêmico-Funcional, contribui para a construção da opinião na variação desse gênero. Com o propósito de traçar o perfil do editorial, Souza (2006) estabelece semelhanças e diferenças na variação desse gênero a partir da descrição e interpretação dos recursos multimodais utilizados e da investigação do papel do sistema de transitividade na construção do sentido do editorial.

Como estudos prévios sobre editoriais de revistas femininas, podemos citar o trabalho de Andrade (2008), a qual pesquisou sobre a representação das experiências femininas nos editoriais da revista Criativa. O objetivo é caracterizar a representação da mulher presente nos editoriais da revista Criativa, com embasamento teórico da análise do discurso em Bardin (1977). Pelo exame de categorias propostas por Bardin, a pesquisadora mostra quais ações, sentimentos e valores são verbalizados nesses textos. Outro trabalho é o de Chagas (2008), que estudou o discurso e a linha editorial da revista Capricho. A pesquisa se deu pela análise de quatro edições da Capricho, em que a autora demonstra que existem duas opiniões expressas no veículo analisado e como elas coexistem em um mesmo meio.

Como exemplos de trabalhos sobre revistas femininas destinadas a adolescentes, podemos citar a pesquisa de Oliveira (2009), que estudou o discurso sobre a adolescente negra veiculado nas páginas da revista Atrevida. A autora concluiu que o discurso da adolescente negra nessa revista é complexo e insidioso, assim como o são as relações raciais em nossa sociedade. Outro trabalho é o de Pinheiro (1997), que, em sua dissertação, trabalhou com a produção de sentido no discurso fragmentado: coesão e fragmentação nos textos da mídia para adolescentes. O *corpus* utilizado para esse estudo foram textos veiculados na revista Capricho. Citamos, também, o trabalho de Figueira (2002) sobre as representações de corpo adolescente feminino na revista Capricho: saúde, beleza e

moda. A partir das análises realizadas, a autora considera que a *Capricho*, como parte integrante de uma pedagogia cultural, educa as garotas no que respeita à construção de um corpo jovem, moderno e saudável, um corpo que, ao ser visto, sustenta um *look* que é produzido pelas suas páginas e para o qual a garota deve investir diferenciados esforços, seja na aquisição de um jeito atlético e saudável de ser, seja na valorização da magreza e, ainda, na composição de um estilo baseado nos *hits* da moda.

Situando-se entre os estudos prévios referidos, neste trabalho identificamos representações da adolescência em editoriais da *Capricho*, a partir da descrição da transitividade e da avaliatividade, com enfoque nos sistemas atitude e gradação. Para isso, organizamos a dissertação em três capítulos, além desta Introdução.

No Capítulo 1, intitulado Panorama Teórico, são discutidos os preceitos teóricos que embasam este trabalho. Abordamos, nesse capítulo, os conceitos de linguagem, de texto e de contexto, na perspectiva sistêmico-funcional de Halliday (1989) e Halliday & Matthiessen (2004). Em seguida apresentamos noções de representação social, com base na teoria de Moscovici (2007) que consideramos na análise dos dados. Também abordamos o conceito de gênero textual como ação social, com base em Bazerman (2005), perspectiva adotada para este trabalho. Apresentamos também aspectos sobre mídia e gênero editorial. Com relação à Linguística Sistêmico-Funcional, revisamos pressupostos teóricos sobre a metafunção ideacional, materializada pelo sistema de transitividade, bem como a metafunção interpessoal, em relação às funções de fala, aos modos oracionais e, também, à Teoria da Avaliatividade proposta por Martin & White (2005), com ênfase nos sistemas atitude e gradação.

No Capítulo 2, está descrita a Metodologia utilizada, expondo as etapas da realização do trabalho, o universo de análise, a constituição do *corpus* e os passos de análise.

O Capítulo 3 apresenta a análise dos dados linguísticos e a discussão dos resultados obtidos. Por fim, são apresentadas considerações finais da pesquisa.

1 PANORAMA TEÓRICO

Este capítulo tem por propósito descrever a primeira parte dos preceitos teóricos que embasam este trabalho. Abordamos, inicialmente, conceitos básicos relativos a linguagem, texto e contexto que adotamos para nortear a pesquisa. Em seguida apresentamos conceitos de representação social, com base na Psicologia Social, e de gênero como ação social com base na Sociorretórica. Em seguida, fazemos considerações sobre mídia e gênero editorial. Apresentamos, também, pressupostos teóricos da Linguística Sistemico-Funcional em relação às metafunções interpessoal e ideacional (experencial).

1.1 Linguagem, texto e contexto

A abordagem funcionalista considera a linguagem como instrumento de interação social entre seres humanos. Para Halliday (1979), não há homem social sem linguagem, e vice-versa.

A linguagem, na Linguística Sistemico-Funcional, é um modo de agir, de dar e solicitar bens e serviços e informações. É um tipo particular de sistema semiótico que se baseia na gramática, caracterizada pela organização em estratos, ou seja, em níveis, e pela diversidade funcional (FUZER & CABRAL, 2010). A linguagem como sistema de estratos pode ser observada na Figura 1.

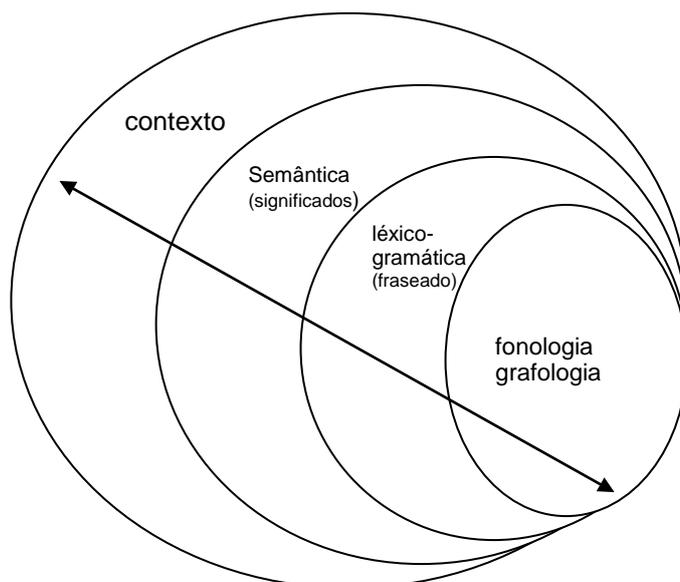


Figura 1 – Linguagem como sistema de estratos (adaptado de Halliday & Matthiessen, 2004, por Fuzer & Cabral, 2010, p. 10).

A semântica, conforme Halliday & Matthiessen (2004), é o sistema de significados. Esse sistema é realizado pela léxico-gramática, sistema de fraseado, isto é, estruturas gramaticais e itens lexicais. A léxico-gramática, por sua vez, é realizada pela fonologia e pela grafologia, que são os sistemas de sonoridade e de grafia, respectivamente. Todos esses sistemas interdependentes estão envolvidos pelo contexto.

A linguagem como sistema se materializa em textos. Para Halliday & Matthiessen (2004), quando as pessoas falam ou escrevem, elas produzem texto. “O termo texto refere-se a uma instância da linguagem, num dado meio, que faz sentido para alguém que conhece a linguagem”¹ (Idem, p. 3).

Qualquer uso linguístico que se constitua num texto está sempre envolvido por um determinado contexto. A noção desse princípio foi proposta por Malinowski em 1923 e é fundamental para a Linguística Sistemico-Funcional.

O contexto em que o texto se desenvolve está encapsulado no texto por meio de uma relação sistemática entre o meio social e a organização funcional da linguagem. O texto está sempre inserido em dois contextos os quais são: contexto de cultura e contexto de situação, como podemos observar na Figura 2 (FUZER & CABRAL, 2010).

¹ The term ‘text’ refers to any instance of language, in any médium, that makes sense to someone who knows the language.



Figura 2 – Texto em contextos. Adaptado de Halliday & Matthiessen (2004) por Fuzer & Cabral (2010, p. 15).

O contexto de cultura é o que compreende todo o sistema semântico da linguagem. Para Halliday (1989, p.46), “utilizamos essa noção para explicar por que certas coisas têm sido ditas ou escritas em uma situação particular e o que mais poderia ter sido dito ou escrito, mas não foi”.

O contexto de situação é o ambiente imediato no qual o texto está funcionando. Esse contexto é descrito por Halliday (1989, p.12), por meio de três variáveis: campo, relações e modo.

A variável campo, segundo o autor, é a que define o evento social que está ocorrendo, mediante identificação dos participantes. É o primeiro parâmetro que se considera quando se quer ter uma ideia imediata do que está ocorrendo.

A variável relações centra as atenções aos participantes na interação e, sobretudo, ao modo como se relacionam entre si. Refere-se à natureza da relação entre os participantes envolvidos na ação social.

Por fim, a variável modo refere-se ao meio (escrito ou oral), ao canal (gráfico ou fônico) e à organização que a linguagem desempenha na ação social em que os participantes se engajam. Essa organização, conforme Meurer (2002), é denominada de modalidade retórica, ou seja, são as formas como se organiza a linguagem. São constituintes das estruturas e funções textuais tradicionalmente reconhecidas como narrativas, descritivas, argumentativas e injuntivas.

Assim como Malinowski, Halliday & Matthiessen (2004) consideram que os dois contextos são fundamentais para ter uma interpretação adequada de um texto, em qualquer língua e em qualquer cultura.

Como o objetivo geral deste trabalho é analisar como a linguagem é usada para construir representações da adolescência em editoriais da revista *Capricho*, apresentamos, a seguir, o conceito de representação que utilizamos neste trabalho, com base na Teoria das Representações Sociais, proposta por Moscovici (2007), para depois associar à noção de representação no nível léxico-gramatical com base na GSF.

1.2 Representações sociais

A teoria das Representações Sociais surgiu na França em 1961, da união da Sociologia com a Psicologia, sob o impulso de Serge Moscovici e, após, aprofundada por Denise Jodelet e demais pesquisadores da Psicologia Social.

Para Moscovici (2007, p.21), as representações são um sistema de valores, ideias e práticas com a dupla função de estabelecer uma ordem para as pessoas se orientarem em seu mundo material e social e controlá-lo. O autor considera que as representações sociais possibilitam que a comunicação seja possível entre os membros de uma comunidade, dando-lhes um código para nomear e classificar os aspectos do mundo e da sua história individual e social.

As representações sociais, conforme Moscovici (2007, p. 60), são originadas a partir de dois mecanismos de um processo de pensamento baseado na memória e em conclusões passadas. O primeiro, denominado ancoragem, refere-se à integração cognitiva do objeto representado dentro de um sistema de pensamento já existente, colocando-o em um contexto familiar para poder interpretá-lo. O segundo mecanismo é a objetivação, que consiste em transformar ideias e noções em algo quase concreto e que exista no mundo físico.

Nos últimos anos, têm sido desenvolvidos muitos trabalhos, em diversas áreas, com enfoque no conceito de representação social. Esse conceito, conforme Jodelet (2001, p.11),

há mais de vinte anos vem suscitando numerosos trabalhos e debates em Psicologia Social, tende a ocupar uma posição central no campo das Ciências Humanas e Sociais, onde a propensão a se reportar às representações não pára de crescer.

Essa teoria passa a servir de ferramenta para outros campos, como, por exemplo, a saúde, a educação, o meio ambiente, entre outros. Representação social é um conceito em expansão, já que muitos autores propuseram sua própria definição, em razão do seu foco de interesse e da sua posição teórica. Por exemplo, para Jodelet (2001) as representações são sociais e são importantes na vida cotidiana, pois

elas nos guiam no modo de nomear e definir conjuntamente os diferentes aspectos da realidade diária, no modo de interpretar esses aspectos, tomar decisões e, eventualmente, posicionar-se frente a eles de forma defensiva (JODELET, 2001, p.17).

Outro teórico que trata de representação é Abric (2001, p.156), o qual afirma que

[...] a representação é um conjunto organizado de opiniões, de atitudes, de crenças e de informações referentes a um objeto ou uma situação. É determinada ao mesmo tempo pelo próprio sujeito (sua história, sua vivência), pelo sistema social e ideológico no qual ele está inserido e pela natureza dos vínculos que ele mantém com esse sistema social.

A definição mais consensual entre os pesquisadores do campo é a de Jodelet (2001, p.22), a qual afirma: “As representações sociais são uma forma de conhecimento, socialmente elaborada e partilhada, com um objetivo prático, e que contribui para a construção de uma realidade comum a um conjunto social”.

Jodelet (2001) acredita que a representação social deve ser estudada articulando elementos afetivos, mentais e sociais e integrando, ao lado da cognição, da linguagem e da comunicação, as relações sociais que afetam as representações e a realidade material, social e ideal sobre a qual elas vão intervir. Também considera que é preciso responder a três perguntas para abarcar o conjunto de componentes e relações contidos na representação social. As perguntas são: Quem sabe e a partir de onde sabe? O que e como se sabe? Sobre o que se sabe e com que efeito?

As representações sociais estão presentes nos discursos, são trazidas pelas palavras e veiculadas em mensagens e imagens midiáticas, cristalizadas em condutas e em organizações materiais e espaciais (disso advém a importância do

conceito para os trabalhos na área de Linguística). Essa relação entre linguagem e representações sociais é explicada por Minayo (2008, p.108), que acredita que

as representações sociais se manifestam em palavras, sentimentos e condutas e se institucionalizam, portanto, podem e devem ser analisadas a partir da compreensão das estruturas e dos comportamentos sociais. Sua mediação privilegiada, porém, é a linguagem.

Em levantamento de estudos prévios de trabalhos que apresentam teorias da linguagem utilizadas para identificar e analisar representações sociais nos discursos, Fuzer (2010) identificou as seguintes: Análise do Discurso (com base em Foucault); Linguística Textual (com base em Koch; Marcuschi); Análise da Conversa Etnometodológica (a partir de Sacks, Schegloff & Jefferson); Sociolinguística interacional (a partir de Bronckart; Bakhtin); Padrões sócio-linguísticos (com base em Labov); Funcionalismo linguístico norte-americano (a partir de Givón, Thompson, Hopper); Análise Crítica do Discurso (com base de Fairclough); Linguística Sistêmico-Funcional (com base em Halliday). Para a presente pesquisa nos interessam pressupostos desta última abordagem teórica.

Como exemplos de estudos que utilizam aspectos da Linguística Sistêmico-Funcional (LSF) para identificar e analisar representações sociais nos discursos, Fuzer (2010) expõe os seguintes: linguagem e representação da realidade (FUZER, 2007); representações de moradores de rua na mídia escrita (SILVA, 2007); representação da homossexualidade em notícias impressas publicadas no jornal Diário de Pernambuco (MELO, 2009); representações para personagens de fábulas de Esopo e Millör Fernandes (FARENCENA, 2011), dentre outros em andamento. Este trabalho integra o conjunto de pesquisas que vêm sendo realizadas no campo da LSF em articulação com o conceito de representação social.

Percebemos que as representações sociais são construídas pela linguagem e devem ser analisadas por meio dos comportamentos dos grupos sociais e, no caso desta pesquisa, das escolhas linguísticas. Sob essa perspectiva, no presente trabalho, analisamos as representações da adolescência, a partir das escolhas léxico-gramaticais que materializam o discurso em um gênero midiático específico – o editorial – em um veículo de comunicação voltado para o público adolescente – a revista Capricho. A seguir, apresentamos o conceito de gênero textual que, neste trabalho, está relacionado à perspectiva da Sociorretórica.

1.3 Gênero textual como ação social

No presente trabalho, utilizamos o conceito de gênero na perspectiva da Sociorretórica, com base nos estudos de Bazerman (2005).

O gênero, conforme Bazerman (2005), é uma categoria essencialmente sócio-histórica sempre em transformação. O autor defende a ideia de que os gêneros são o que as pessoas reconhecem como gêneros em qualquer momento do tempo; são tipificações dinâmicas, interativas e históricas. Considera gêneros como fatos sociais emergentes na atividade de compreensão intersubjetiva em situações típicas em que se deve coordenar atividades e compartilhar significados, tendo em vista propósitos práticos. Segundo Bazerman (2005, p.30),

com o passar de nossas vidas, reconhecemos muito rapidamente quando um texto pertence a um outro tipo familiar, geralmente porque reconhecemos algumas características textuais que nos sinalizam que tipo de mensagem pode ser aquela.

Então, segundo o autor, tendemos a identificar e definir os gêneros por essas características sinalizadoras especiais e depois por todas as outras características textuais que virão a seguir, segundo nossas expectativas.

Toda a vida social de uma pessoa, de acordo com Bazerman (2005), é organizada por gêneros. O pesquisador cita como exemplos de práticas sociais realizadas por gêneros comprar uma passagem, ler um jornal, escrever um e-mail, entre outros. A própria vida social é encadeada por uma série de textos que funcionam como seus enquadres e, mesmo que os gêneros sejam bastante tipificados, eles permitem transformações.

Bazerman (2005, p.29) usa muito o termo tipificação, que é definido por ele como um “processo de mover-se em direção a formas de enunciados padronizados, que reconhecidamente realizam certas ações em determinadas circunstâncias, e de uma compreensão padronizada de determinadas situações”.

Só podemos chegar a uma compreensão mais profunda de gêneros, segundo Bazerman (2005), se os compreendermos como fenômenos de reconhecimento psicossocial que são parte de processos de atividades socialmente organizadas. Gêneros são tão-somente os tipos que as pessoas reconhecem como sendo usados por elas próprias e pelos outros. São fatos sociais sobre os tipos de atos de fala que as pessoas podem realizar e sobre os modos como elas os realizam. Os gêneros

emergem nos processos sociais em que pessoas tentam compreender umas às outras suficientemente bem para coordenar atividades e compartilhar significados com vistas a seus propósitos práticos. Ainda, para o autor, os gêneros tipificam muitas coisas além da forma textual. São parte do modo como os seres humanos dão forma às atividades sociais.

A abordagem de gênero proposta por Bazerman (2005) vai além do gênero como um constructo formal, para vê-lo como ação tipificada pela qual podemos tornar nossas intenções e sentidos inteligíveis para outros. O gênero dá forma a nossas ações e intenções. É um meio de agência e não pode ser ensinado separado da ação e das situações dentro das quais aquelas ações são significativas e motivadoras.

A seguir trazemos considerações sobre mídia e editorial, gênero midiático selecionado para estudo.

1.4 Mídia

A mídia, conforme Träsel (2008), é um termo derivado do latim *medium*, ou “meio”, cujo plural é *media*. Refere-se à indústria da comunicação – suas empresas, seus trabalhadores, seus produtos e as tecnologias usadas. Na teoria da comunicação designa os meios de comunicação de massa.

O impacto da mídia na sociedade tem sido tema discutido por diferentes correntes teóricas em distintas áreas de conhecimento, na medida em que os campos sociais se veem tocados pela ação das mídias. Por isso, encontramos pesquisas a partir do olhar do Direito, da Psicologia, da Sociologia, da Ciência Política, da História, da Linguística.

O sistema da mídia é complexo e envolve a sociedade, requerendo para si um conjunto sistematizado de análise e interpretação. Isso, aliás, vem sendo instituído ao longo do tempo, dentro do que constituiu aos poucos como o campo da comunicação, cuja centralidade é o estudo das mídias. Esse sistema compreende não apenas os grandes meios de massa, mas também os meios técnicos informáticos, impressos, livros, entre outros.

As mídias, segundo Charaudeau (2009), são um suporte organizacional que se apossa das noções de informação e de comunicação para integrá-las em suas diversas lógicas – econômica, tecnológica e simbólica. É neste ponto, segundo o

autor, que as mídias se tornam objeto de todas as atenções: da política, que necessita das mídias para sua própria “visibilidade social” e as utiliza com desenvoltura para gerir o espaço público; do mundo financeiro, que vê nas mídias uma fonte de lucro em razão das suas ligações com a tecnologia e o *marketing* em escala mundial; do mundo das ciências e da tecnologia, que vê aí a ocasião de aperfeiçoar os meios de transmissão dos sinais e desenvolver suas próprias atividades de pesquisa; do mundo das ciências humanas e sociais, dentre as quais a Sociologia, que se interessa pelo impacto das mídias sobre a opinião pública, a Semiologia, que estuda os jogos de encenação da informação.

Para Charaudeau (2009), as mídias constituem uma instância que não promulga nenhuma regra de comportamento, nenhuma norma, nenhuma sanção. Elas manipulam tanto quanto manipulam a si mesmas. Aham-se na contingência de dirigir-se a um grande número de pessoas. Fazem isso despertando o interesse e tocando a afetividade do destinatário da informação. As mídias, segundo o autor, não transmitem o que ocorre na realidade social, elas impõem o que constroem do espaço público.

Na mídia impressa e, também, na digital, encontramos muitos gêneros textuais, como, por exemplo, notícia, reportagem, artigo de opinião, editorial, entrevista, crônica jornalística, etc. Neste trabalho, é considerada apenas a impressa, já que os textos que constituem o *corpus* de análise são exemplares de um mesmo gênero – o editorial – utilizado em uma revista impressa – a Capricho.

A mídia impressa, de acordo com Guareschi & Biz (2009, p.69), “é um tipo de comunicação [...] dirigida ao público em geral, ou a públicos específicos”. Podemos citar como exemplos de mídia impressa os jornais, os livros, as revistas (como a Capricho).

Na história da imprensa escrita, conforme Guareschi & Biz (2009), sempre existiram jornais ou revistas, mesmo científicas, que se interessaram por determinados assuntos, que defenderam determinadas ideias e valores, assumiram posições teóricas e políticas diante de certos fatos e situações. Os controladores dessa mídia impressa são os próprios leitores. Fazem isso a partir do sistema denominando de assinaturas. Nesse sistema, os leitores contratam as publicações que desejam, pagam por esse serviço e, assim, dão sustentação econômica aos veículos de comunicação. Quando os leitores não mais se interessam por tal serviço, ou discordam dos pontos de vista e opiniões assumidos por esses veículos,

cancelam sua assinatura. Entretanto, não são apenas os assinantes que controlam essa mídia. A revista também pode ser acessada via *site*.

Em seguida, apresentamos informações acerca do editorial como gênero textual midiático. Apresentamos noções de editorial de jornal e, após, de editorial de revista para, então, apresentar o editorial da revista feminina *Capricho* – lugar em que representações para adolescentes são reproduzidas ou construídas por meio da linguagem.

1.5 Editorial

Apresentamos nesta seção especificidades sobre o gênero editorial, que pode circular tanto em jornais quanto em revistas.

No jornal, o editorial, segundo Baltar (2004, p.129), é um “gênero textual em que está presente a opinião do jornal sobre um fato do dia, considerado como o mais importante”. Para esse pesquisador, o que predomina nesse gênero é o discurso teórico da ordem do expor, com sequências explicativas e argumentativas ou esquematização. Para Faria & Zanchetta (2002, p.60), o editorial é um texto informativo e ao mesmo tempo opinativo que apresenta definição exata e precisa do tema. É possível dizer que esses autores consideram o editorial como um gênero de texto que marca a posição do jornal sobre um determinado fato. Podemos perceber semelhança nas definições dos autores citados sobre o gênero editorial. Os autores afirmam que esse gênero tem a função de expor a opinião do jornal a respeito de algum acontecimento atual, temas polêmicos ou o que está sendo comentado no momento de sua produção.

Os gêneros jornalísticos são divididos em opinativos e informativos, de acordo com Melo (2003). Dentro da classificação dos gêneros opinativos está o editorial, que “é um gênero jornalístico que expressa a opinião oficial da empresa diante dos fatos de maior repercussão no momento” (MELO, 2003, p. 103-104). A opinião expressa nele não parte de uma pessoa, já que, na maioria das vezes, não é assinado, mas de um conjunto de pessoas relacionadas ao meio de comunicação em questão.

A finalidade do editorial, para Beltrão (1980), é aconselhar e dirigir as opiniões dos leitores. Por isso a importância de se ler o editorial quando se quer saber o que está impresso nas páginas de um veículo de comunicação.

Melo (2003) aponta cinco características do gênero editorial de jornal. Segundo ele, um editorial deve conter impessoalidade, mostrar que o texto não é uma opinião pessoal, mas de várias pessoas que fazem parte da empresa; plasticidade, pois não devem ser estáticos, mas ter uma continuidade; condensabilidade, ou seja, ser claro e breve, obedecendo ao ritmo da sociedade de consumo de informação atual, e topicalidade, uma vez que o editorialista deve escolher apenas um assunto específico para ser comentado.

Segundo Rystrom (1994), não há editoriais semelhantes ou iguais. Apesar dos muitos meios possíveis para se aproximar da escrita do editorial, o processo de escrever um editorial é basicamente o mesmo. O autor cita nove passos que um escritor deve seguir para escrever um editorial, os quais são:

- 1º) selecionar um tópico;
- 2º) determinar o objetivo do editorial;
- 3º) determinar o público;
- 4º) decidir o tom do editorial;
- 5º) apresentar o assunto;
- 6º) determinar o formato geral;
- 7º) escrever a introdução do editorial;
- 8º) escrever o desenvolvimento do editorial;
- 9º) escrever a conclusão.

Cada um desses passos são explicados detalhadamente por Rystrom (1994), que acredita que os escritores de editoriais devem prestar atenção à forma – à sua própria forma de escrita e à de outros escritores –, para, assim, poderem tornar-se mais conscientes da sua própria escrita. Conforme o autor, estando cientes dos elementos de um editorial, os escritores são capazes de organizar os textos de uma forma que seja clara e de fácil reconhecimento para seus leitores.

Como no presente trabalho estudamos a linguagem usada no gênero editorial da revista *Capricho*, é importante caracterizar esse gênero nesse ambiente, pois as revistas femininas diferem do jornalismo tradicional.

As diferenças entre editorial de jornal e de revista não estão presentes somente nos temas de que ela trata, mas também no seu formato. O que é regra para um jornal diário pode não se adequar quando se trata de revistas femininas.

Em relação aos editoriais, essa diferença também pode ser percebida, se compararmos as fórmulas e definições apresentadas por pesquisadores da área de comunicação com os textos escolhidos para este trabalho.

Andrade (2008) destaca que o editorial de revista é utilizado como contato imediato entre a equipe editorial e o leitor e pode servir para apresentar os destaques da edição, opinar sobre fatos e criticar posições. O editorial de revista, alternativamente denominado carta do editor, é caracterizado como um texto de curta extensão, localizado nas primeiras páginas da revista, geralmente depois do sumário.

Conforme Lira (2009), por meio do editorial é possível constatar o público a quem se endereça a revista, pois o editorial carrega marcas discursivas que particularizam o leitor, que, por sua vez, pode ou não se identificar com o seu conteúdo, continuando ou simplesmente descartando a leitura. Nesse sentido, o gênero editorial constitui papel determinante para a conquista do público da revista, uma vez que trabalha no viés de representação institucional e se apresenta como uma carta de intenções, com caráter contratual entre redator e leitor.

Os editoriais de revistas femininas, segundo Lira (2009), possuem características próprias que os distinguem dos demais. Não costumam ser impessoais como os dos jornais (MELO, 2003), geralmente são assinados e apresentam, muitas vezes, saudações e despedidas bem pessoais, como, por exemplo “Oie!”, “Beijinhos”, “Um grande beijo”. No caso da Capricho, isso é feito como estratégia de aproximação entre leitoras e a equipe de redação. Lira (2009) mostra que editoriais destinados a adolescentes apresentam outro diferencial: um forte caráter conversacional, com marcas da oralidade que refletem uma linguagem jovem, repleta de exclamações, orações interrogativas e intensificadores que estabelecem um tom persuasivo e emocionalmente apelativo.

De acordo com Furtado da Silva & Souza (2007), a partir do conceito de contexto de situação da Linguística Sistêmico-Funcional, é possível observar a constituição genérica do editorial no que diz respeito aos três elementos constitutivos do contexto de situação: campo, relações e modo. Assim, o gênero editorial de revistas femininas constitui-se, para Furtado da Silva & Souza (2007), das seguintes variáveis contextuais:

1. Campo: defesa de um ponto de vista representando uma opinião institucional ao público-leitor;

2. Relação: escritora e leitora;
3. Modo: canal gráfico, meio escrito e com imagens.

O editorial enquanto gênero textual tradicional em mídias impressas tais como revistas e jornais, conforme Lira (2009), atua como legitimizador da relação de interlocução entre editora e leitora, especialmente nas revistas destinadas às adolescentes.

Os editoriais dessas revistas, complementa Andrade (2008), não tratam de temas noticiosos da atualidade. Geralmente versam sobre situações do dia-a-dia da adolescente, ou “falam” sobre a produção da edição da revista.

Nas revistas femininas, para Braga (2005), o processo organizacional é transformado em discurso. Nesse movimento, as revistas tornam “notícia” o seu próprio processo produtivo, tematizando, por exemplo, a produção das fotografias para a capa. Outra diferença do editorial de jornal com o de revista é que nas revistas femininas o editorial é, na maioria das vezes, assinado, mostrando, assim, de quem é a voz que fala ao leitor. Prevalece o tom de conversa entre a editora e a leitora, de forma intimista, mais atenuada do que nas matérias que seguem no interior da revista. Para criar uma sensação de proximidade, segundo Braga (2005), as revistas femininas utilizam a linguagem coloquial, empregando gírias, metáforas e outros recursos da linguagem. O uso do pronome de tratamento “você” e os verbos no imperativo fazem com que a leitora sinta-se recebendo conselhos ou conversando com uma amiga. A editorialista coloca suas impressões e até cita exemplos de seu cotidiano para exemplificar algumas situações.

Para análise contextual dos editoriais selecionados para esta pesquisa, usamos, assim como Furtado da Silva & Souza (2007), as variáveis do contexto de situação de Halliday, as quais são campo, relações e modo.

Na próxima seção, apresentamos aspectos da teoria sistêmico-funcional proposta por Halliday (1994) e Halliday & Matthiessen (2004), e a Teoria da Avaliatividade, proposta por Martin & White (2005).

1.6 Linguística Sistêmico-Funcional

Na LSF estuda-se o funcionamento da linguagem em contexto. A teoria de base dos estudos nessa área é a Gramática Sistêmico-Funcional de Halliday, que começou a ser desenvolvida na Grã Bretanha, nos finais dos anos 50 e início da

década de 60. Segundo Ghio & Fernandez (2008), seus antecedentes podem ser encontrados no trabalho do linguista britânico J. R. Firth, o qual também deve muito à Escola Linguística de Praga e aos trabalhos de Hjelmslev e Whorf.

Halliday, segundo Ghio & Fernandez (2008, p.11-12), publicou trabalhos nas mais diversas especialidades do campo da Linguística, desde a gramática, a semântica, a análise do discurso, a fonologia, a sociologia, a linguística, a linguística computacional, a educação linguística e o desenvolvimento da linguagem da criança. Inclusive, alguns dos primeiros trabalhos de Halliday, em conjunto com Hasan, basearam-se no estudo do desenvolvimento de habilidades linguísticas de seu filho e em análises de interações entre a mãe e o filho pequeno. Esses estudos, segundo Ghio & Fernandez (2008), tiveram uma influência substancial sobre o modelo sistêmico da linguagem do adulto, principalmente em relação às metafunções semânticas.

As mesmas autoras enumeram, com base na obra *Introduction to Functional Grammar*, de Halliday (1985), as possíveis aplicações da teoria sistêmico-funcional. A seguir, destacamos algumas delas:

- para compreender a natureza e as funções da linguagem;
- para compreender o que as línguas têm em comum;
- para compreender como evolui uma língua através do tempo;
- para compreender como se desenvolve a linguagem de uma criança e como pode haver evoluído a espécie humana;
- para compreender a qualidade dos textos;
- para compreender como a língua varia, de acordo com o usuário e de acordo com as funções que cumpre.

Essa gramática é chamada de sistêmico-funcional pelos estudiosos da LSF por levar em consideração questões relacionadas ao significado e ao uso da linguagem e por considerar a existência de uma rede de sistemas que constituem uma língua. Os objetivos dessa teoria são descrever o sistema da língua e as formas pelas quais esse sistema se relaciona com os textos, sendo estes entendidos como instâncias reais da língua. Halliday & Matthiessen (2004) consideram que um sistema semiótico é um sistema de significação e que o termo semiótica é algo que tem a ver com o significado.

A Linguística Sistêmico-Funcional (LSF), conforme Cunha & Souza (2007, p.19), espelha-se numa teoria da linguística enquanto escolha. O foco de interesse da LSF, segundo as autoras, “é o uso da língua como forma de interação entre os falantes”.

Cunha & Souza (2007, p.19) explicam que a LSF, que vem sendo desenvolvida por Halliday e seus seguidores,

tem influenciado estudos em diversas áreas do conhecimento humano, como o trabalho com o letramento visual (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996); contribuído com o desenvolvimento de programas de alfabetização para estudantes de escolas primárias e secundárias na Austrália, e com o desenvolvimento de programas de empresas, entre outros fins (cf. MARTIN et al, 1997), além de servir de instrumento teórico-metodológico para outras teorias, como Análise Crítica do Discurso (FAIRCLOUGH, 1995, 2003; HEBERLE, 2004; MEURER, 2005) e a Linguística Computacional, por exemplo.

A linguagem é uma parte natural do processo de vida, segundo Halliday & Matthiessen (1999). Podemos usá-la para interagir com outras pessoas, para construir e manter nossas relações interpessoais. Também, segundo os autores, podemos utilizá-la para armazenar a experiência pessoal e coletiva que se constrói nesse processo. A linguagem é uma ferramenta para representar experiências (externas ou internas) e construir significado. Estas são as funções básicas da linguagem a que Halliday denomina de metafunções: interagir com os outros (metafunção interpessoal), representar e interpretar experiências do mundo externo e interno (metafunção ideacional) e organizar e construir textos significativos nos contextos em que se empregam (metafunção textual).

As metafunções ideacional, interpessoal e textual do sistema semântico se manifestam simultaneamente na estrutura da oração, que é a unidade central ou básica da léxico-gramática, porque as demais unidades podem ser entendidas a partir dela. As três dimensões de estrutura semântica constroem a oração: como representação de experiências no mundo (ideacional), como troca de informações (interpessoal) e como mensagem (textual).

É importante destacar que a metafunção ideacional pode ser dividida em lógica e experiencial. A metafunção ideacional lógica se caracteriza pelos recursos para estabelecer relações lógico-gramaticais. A metafunção experiencial, por sua vez, se caracteriza por tratar do significado como organização da experiência.

Como no presente trabalho consideramos que a descrição e análise do sistema de transitividade dos editoriais é um recurso para identificar representações sobre adolescentes, analisamos as orações como representação. Para isso apresentamos a seguir pressupostos teóricos sobre esse sistema de realização léxico-gramatical da metafunção ideacional.

1.6.1 Metafunção ideacional: sistema de transitividade

Nesta seção, descrevemos a segunda parte dos preceitos teóricos que embasam este trabalho. Está dividido em três subseções. Na primeira subseção apresentamos a metafunção ideacional, realizada pelo sistema de transitividade. Em seguida, apresentamos a metafunção interpessoal, com as funções de fala e os modos oracionais. Por fim, apresentamos a Teoria da Avaliatividade, também relacionada à metafunção interpessoal da linguagem.

A metafunção ideacional experiencial é caracterizada, na GSF de Halliday & Mathiessen (2004), por interpretar e representar a experiência do mundo que nos rodeia e do mundo interior. Como nos demais sistemas que constituem a linguagem, a unidade de análise é a oração. Cada um dos aspectos da estrutura da oração expressa um tipo de organização semântica. Na metafunção experiencial, a função da linguagem está presente na estrutura da oração através do sistema de transitividade. Esse sistema realiza ou constrói significado ideacional, especificamente o subcomponente experiencial, que expressa a experiência humana como um processo no qual intervém um participante e as circunstâncias desse processo.

O sistema de transitividade, segundo Halliday & Matthiessen (2004), pode ser definido como um recurso gramatical para construir o fluxo da experiência no término de um processo realizado gramaticalmente como uma oração.

A transitividade é, conforme Halliday & Matthiessen (2004), a categoria gramatical que está relacionada à metafunção ideacional da Linguística Sistêmico-Funcional. Esta metafunção se refere à representação das ideias, da experiência humana. Esta, segundo os autores, é entendida como um fluxo de acontecimentos ou atos ligados a agir, dizer, sentir, ser, ter ou existir, sendo a transitividade a responsável pela materialização desse conjunto de atividades por meio dos processos que são realizados por verbos. É importante destacar que, muitas vezes,

os processos aparecem nominalizados nos textos, o que Halliday & Mathiessen (2004) chamam de “metáfora gramatical”.

Os principais papéis da transitividade, segundo Halliday & Matthiessen (2004), são os processos, os participantes e as circunstâncias, que permitem analisar quem faz o que, a quem e em que circunstâncias. Esses papéis são realizados na gramática por grupos verbais, grupos nominais e grupos adverbiais, respectivamente.

A título de exemplo, no Quadro 1, apresentamos a descrição dos componentes de uma oração, conforme os princípios do sistema de transitividade.²

Quadro 1 – Componentes da oração no sistema de transitividade (E1)³.

<i>Eu</i>	<i>esperava</i>	<i>as minhas [férias]</i>	<i>ansiosamente.</i>
Participante	Processo	Participante	Circunstância

O processo é realizado por um verbo (“esperava”), no qual estão envolvidos dois participantes, indicados pelos grupos nominais “Eu” (que aponta a editorialista) e “as minhas férias”. A circunstância “ansiosamente” expressa o modo pelo qual o participante realiza o processo de esperar.

Halliday & Matthiessen (2004) classificam as orações conforme os tipos de processos que realizam. São seis os tipos de processos: materiais, mentais, relacionais, comportamentais, verbais e existenciais. Cada tipo envolve participantes específicos, denominados diferentemente. Os materiais, mentais e relacionais são os principais tipos de processos no sistema de transitividade. Na fronteira entre os materiais e mentais estão os comportamentais. Na fronteira entre os mentais e os relacionais estão os processos verbais. Por sua vez, os processos existenciais situam-se entre os materiais e os relacionais (HALLIDAY & MATTHIESSEN, 2004, p.171). No Quadro 2, apresentamos uma síntese dos tipos de processos e seus respectivos significados e participantes.

² Todos os exemplos apresentados neste capítulo foram extraídos de editoriais da revista Capricho que constituem o *corpus* deste trabalho.

³ Os códigos de referência e sua correspondência com a fonte dos editoriais estão listados na Metodologia.

Quadro 2 – Processos e participantes da oração (adaptado de HALLIDAY & MATTHIESSEN, 2004, p.171).

Tipo de processo	Significado da categoria	Participantes	Exemplos de verbos
Material	Fazer / Acontecer	Ator / Meta / Beneficiário / Escopo	comprar, vender, mexer
Mental	Perceber Pensar Sentir Desejar	Experienciador/ Fenômeno	Ver, ouvir, esquecer, pensar, saber gostar, odiar querer
Relacional	Ser/Estar/Ter Atribuir Identificar	Portador / Atributo Identificado / Identificador	Ser (linda) Ser (a mais bonita).
Comportamental	Comportar-se	Comportante Comportamento	Rir, chorar, dormir, cantar, dançar
Verbal	Dizer	Dizente / Verbiagem / Receptor / Alvo	Dizer, perguntar, responder
Existencial	Existir	Existente	Haver, existir, ter ⁴

Também podemos observar os tipos de processos na Figura 3:



Figura 3 – Tipos de processos nas orações. Adaptado de Halliday & Matthiessen (1994, 2004) por Fuzer & Cabral (2010, p. 30).

⁴ Em português, “ter”, em alguns contextos de uso, é existencial.

A Figura 4 apresenta os tipos de participantes existentes nas orações.



Figura 4 – Tipos de participantes nas orações. Esquematizado por Fuzer & Cabral (2010, p.32) a partir de Halliday & Matthiessen (1994, 2004).

Apresentamos, a seguir, alguns critérios, com base em Halliday & Mathiessen (2004), para a identificação dos diferentes tipos de orações que realizam processos em textos.

As orações materiais envolvem ações de fazer e acontecer, como: correr, cozinhar, destruir, acelerar, entre outras. Formam a maior e mais variada categoria da transitividade. Os participantes principais das orações materiais são Ator e Meta. O primeiro é o que pratica a ação; o segundo é o que recebe o impacto da ação, em orações transitivas.

No Quadro 3 apresentamos um exemplo de oração material em que a Meta está presente. Quando a oração envolve dois participantes, denomina-se transitiva.

Quadro 3 – Oração material transitiva (E2).

A Manu Aquino e a Ciça Fontes	prepararam	um megaespecial de moda e beleza cheios de idéias
Ator	Processo Material	Meta

Entretanto, nem sempre a Meta está presente, o que podemos verificar no Quadro 4. É importante destacar que a oração material intransitiva ocorre quando envolve apenas um participante na oração.

Quadro 4 – Oração material intransitiva (E1).

<i>[Você]</i>	<i>Pode voltar</i>	<i>da festa</i>	<i>na hora</i>
Ator	Processo material	Circunstância de origem	Circunstância de tempo

Outros participantes podem estar envolvidos no processo de uma oração material: Escopo e Beneficiário.

O Escopo é o participante que não é afetado pela performance do processo. Ele constrói o domínio em que o processo se desenrola, como no exemplo a seguir:

Quadro 5 – Oração material com Escopo (E1).

<i>Você</i>	<i>ganha</i>	<i>a sua grana.</i>
Beneficiário	Processo Material	Escopo

No Quadro 5, “a sua grana” é o Escopo, pois existe independentemente do processo e não é afetado por ele, no sentido de criação ou transformação.

Já o Beneficiário é o participante que se beneficia de um processo, como verificamos no Quadro 6.

Quadro 6 – Oração material com Beneficiário (E20).

<i>[...] a editora de moda Erica Folloni</i>	<i>deu</i>	<i>um gás danado</i>	<i>para</i>	<i>ajudar</i>	<i>você</i>
Ator	Processo material	Escopo	Elemento textual	Processo material	Beneficiário

Nesse caso, o Beneficiário é “você”, que aponta para a leitora da revista. Halliday & Mathiessen (2004) alertam que Beneficiário é um termo técnico, que não está necessariamente associado ao recebimento de coisas positivas. Esse termo pode estar associado ao recebimento de coisas negativas também.

Enquanto as orações materiais tratam da experiência em relação ao mundo exterior, orações mentais tratam da experiência em relação ao mundo interior (HALLIDAY & MATTHIESSEN, 2004). Em uma oração mental, há sempre um

participante dotado de consciência – o Experienciador – capaz de perceber, pensar, conhecer, sentir, querer. O outro participante da oração de processo mental é o Fenômeno, ou seja, o que é percebido, pensado, sentido ou desejado. Podemos observar nos exemplos a seguir.

Quadro 7 – Oração mental (E1).

<i>[Eu]</i>	<i>Conhecia</i>	<i>todo mundo.</i>
Experienciador	Processo Mental	Fenômeno

Quadro 8 – Oração mental (E3).

<i>Eu</i>	<i>nem</i>	<i>lembro</i>	<i>o nome.</i>
Experienciador	Polaridade	Processo Mental	Fenômeno

As orações mentais podem ser emotivas, perceptivas, desiderativas e cognitivas.

Nas orações emotivas, os processos expressam graus de afeição, como, por exemplo:

[Eu] Adorei a história. (E2)

[...] com quem eu curtia muito os findes [...]. (E2)

Principalmente àqueles que nos amam. (E16)

As orações mentais perceptivas constroem percepções de fenômenos do mundo com base nos cinco sentidos: visão, tato, olfato, gustação, audição, como em:

[...] mas os outros só vão perceber isso se você for... autêntica. (E6)

E, sim, senhora, vi os garotos bem de pertinho durante uma passagem de som e no encontro com as leitoras. (E11)

As orações mentais cognitivas não remetem propriamente aos cinco sentidos, mas trazem o que é sentido, pensado, desejado à consciência da pessoa, como os seguintes exemplos:

Estou te contando essa história porque, ontem, durante o treino, achei tudo muito parecido com o jeito como a gente leva a vida [...]. (E7)

[...] e leu livros para compreender melhor essa relação. (E9)

O mais legal dessa troca de experiências e dessa viagem no tempo foi lembrar porque ser adolescente [...]. (E10)

Por fim, as orações mentais desiderativas exprimem desejo, vontade, interesse em algo, como, por exemplo:

Espero que esta edição de Capricho te inspire, assim como aquele filme me inspirou. (E2)

A Rê Benedetti, que também é da Galera, queria que a mãe fosse menos ocupada [...]. (E9)

Se, em vez de estudar, decidir entrar no Orkut do cara de que você é a fim [...]. (E15)

No Quadro 9, são apresentados alguns exemplos de verbos que podem realizar processos mentais.

Quadro 9 – Processos mentais (adaptado de HALLIDAY & MATTHIESSEN, 2004, p. 210).

Perceptivos	Perceber, sentir, ver, notar, ouvir, provar, cheirar, vislumbrar
Cognitivos	Pensar, acreditar, supor, esperar, considerar, saber, entender, compreender, valorizar, imaginar, sonhar, fingir, achar, adivinhar, considerar, lembrar, esquecer, surpreender, confundir...
Desiderativos	Querer, desejar, esperar, almejar, pretender, planejar, decidir, resolver...
Emotivos	Gostar, curtir, amar, adorar, detestar, desprezar, odiar, atrair, agradecer...

O terceiro tipo básico de oração são as relacionais, que servem para caracterizar e identificar. Podem expressar três tipos de relação: intensiva (qualificação – ser, estar), circunstancial (circunstância – tempo, lugar, modo, comparação, causa) e possessiva (posseção – ser de, ter, possuir, pertencer a).

Na oração relacional, segundo Halliday & Matthiessen (2004, p. 213), há sempre dois participantes inerentes (diferentemente das orações materiais e mentais, que se constituem de um participante inerente – o Ator nas materiais, e o Experienciador nas mentais).

As orações relacionais estabelecem uma relação entre os participantes da oração, seja uma classificação (atributivas), seja uma identificação (identificadoras). Nas atributivas, seus participantes são denominados de Portador (entidade, geralmente um grupo nominal, que “carrega” uma característica) e Atributo (um adjetivo ou grupo nominal que caracteriza o Portador) em orações que trazem uma classificação, como o exemplo do Quadro 10.

Quadro 10 – Oração relacional intensiva atributiva (E3).

<i>E</i>	<i>Isabela,</i>	<i>claro,</i>	<i>era</i>	<i>gordinha.</i>
Elemento textual	Portador	Elemento interpessoal	Processo Relacional	Atributo

Em orações identificadoras, os participantes são denominados de Identificado e Identificador. O participante, Identificador, geralmente traz uma definição para o outro participante que o distingue dos demais, atribuindo-lhe uma identidade, como no exemplo:

Quadro 11 – Oração relacional intensiva identificadora (E1).

<i>Eu,</i>	<i>era</i>	<i>a irmã da Thaís, a garota mais linda da praia</i>
Identificado	Processo relacional	Identificador

A partir desses três tipos principais de orações, surgem outros três tipos de orações que se constituem de processos comportamentais, verbais e existenciais.

As orações comportamentais são realizadas por processos do comportamento fisiológico e psicológico. Por isso, esses processos são tipicamente humanos. Há apenas um participante inerente ao processo, mas pode eventualmente haver um participante secundário, o Comportante “Aquele que se comporta”. É tipicamente um ser consciente, como o Experienciador nas orações mentais, mas realiza processos com características materiais (fazer). Esse participante é denominado Comportante.

Alguns exemplos de verbos que realizam processos comportamentais são: “olhar”, “escutar”, “sonhar”, “gritar”, “chorar”, “rir”, “dormir”, “acordar”, etc.

Nos Quadros 12 e 13, apresentamos exemplos de orações comportamentais.

Quadro 12 – Oração comportamental (E1).

<i>[Eu]</i>	<i>[podia]</i>	<i>Dormir</i>	<i>depois da meia noite</i>	<i>por mais de 30 dias seguidos.</i>
Comportante	Elemento interpessoal	Processo comportamental	Circunstância de tempo	Circunstância de duração temporal

Quadro 13 – Oração comportamental (E3).

<i>E</i>	<i>[ela]</i>	<i>chorou</i>	<i>na frente de todo mundo.</i>
Elemento textual	Comportante	Processo Comportamental	Circunstância

As orações verbais, por sua vez, conforme Halliday & Matthiessen (2004), contribuem para a criação da narrativa ao tornar possível criar passagens dialógicas. Essas orações realizam processos de dizer. Além do Dizente, as orações verbais podem apresentar Verbiagem (função que corresponde ao que é dito quando não se constitui de outra oração); Receptor (participante a quem é dirigida a mensagem) e Alvo (função que constrói a entidade que é atingida pelo processo de dizer). O que é dito pode vir em forma de outra oração, que pode ser uma Citação (reprodução da fala, geralmente entre aspas ou antecédida de travessão em diálogo) ou Relato (oração projetada introduzida por “que” ou “se”). Nos Quadros 14 e 15 há exemplos de orações verbais.

Quadro 14 – Oração verbal com Verbiagem (E3).

<i>[Eu]</i>	<i>Contei</i>	<i>tudo isso.</i>
Dizente	Processo Verbal	Verbiagem

Quadro 15 – Oração verbal com Citação (E13).

<i>(...) minha mãe</i>	<i>veio</i>	<i>me</i>	<i>dizer:</i>	<i>“Não vale a pena ter uma amiga só. O legal é ter muitas amigas”.</i>
Dizente	Verbo auxiliar ao processo verbal	Receptor	Processo Verbal	Citação

O quinto tipo de oração se constitui de processos existenciais. Segundo Halliday & Matthiessen (2004), são processos do “ser”, porém diferenciam-se das orações relacionais pelo fato de se constituírem de apenas um participante, o Existente. As orações existenciais são realizadas, em português, pelos verbos “haver” ou “existir” e, às vezes, o verbo “ter” também pode realizar processo existencial em português. Podem existir pessoas, objetos, instituições, abstrações, ações, eventos. Nos Quadros 16 e 17, apresentamos exemplos de orações existenciais.

Quadro 16 – Oração existencial (E2).

<i>Não</i>	<i>existe</i>	<i>no ano</i>	<i>uma época melhor.</i>
Polaridade	Processo existencial	Circunstância	Existente

Quadro 17 – Oração existencial (E3).

<i>No segundo ano,</i>	<i>tinha</i>	<i>outra garota.</i>
Circunstância	Processo Existencial	Existente

Consideramos, neste trabalho, que o sistema de transitividade, na análise de exemplares do gênero editorial da revista feminina *Capricho*, por meio da descrição de processos, participantes e circunstâncias que compõem cada oração dos textos, possibilita-nos identificar representações da adolescência nos contextos específicos abordados pela equipe da *Capricho*.

A seguir apresentamos a metafunção interpessoal para, em seguida, apresentarmos a Teoria da Avaliatividade, que acreditamos contribuir para explicar o processo de representação, cujos pressupostos apresentamos na seção 1.6.3.

1.6.2 Metafunção interpessoal: funções de fala e modos oracionais

A metafunção interpessoal permite ao falante/escritor participar do evento da fala fazendo com que ele crie e mantenha relações sociais. É por meio dessa metafunção que o falante/escritor expressa opiniões, julgamentos e atitudes. Halliday apresenta a metafunção interpessoal considerando a oração como troca.

Nessa metafunção, a oração se constitui como interação entre falante e ouvinte (HALLIDAY & HASAN, 1989), desempenhando funções de fala. Na Gramática Sistêmico-Funcional, conforme Halliday & Matthiessen (2004), há dois papéis fundamentais da fala que são dar e solicitar bens e serviços, mas, também, informações. Assim, segundo os autores, o falante/escritor não está somente realizando algo para si, mas está demandando algo de seu ouvinte/leitor.

Há dois tipos de valores que podem ser trocados na interação, os quais são bens e serviços e informações. Quando o indivíduo usa a linguagem para influenciar o comportamento de alguém, segundo Halliday & Matthiessen (2004), ocorre a troca de bens e serviços. Já quando o que é trocado é a própria linguagem, há a troca de informação.

A função semântica de uma oração na troca de bens e serviços é considerada proposta, que não pode ser negada ou afirmada.

Já a função semântica de uma oração na troca de informação é a proposição, definida como algo sobre o que se pode argumentar, seja negando-a, afirmando-a, colocando-a em dúvida.

A troca de bens e serviços e a troca de informações estabelecem as quatro funções primárias da fala, as quais são: oferta, comando, declaração e pergunta. A seguir apresentamos o quadro com as funções de fala adaptado de Fuzer & Cabral 2010.

Quadro 18 – Funções de fala (adaptado de FUZER & CABRAL, 2010, p.105).

Papel na troca	Valor trocado	
	INFORMAÇÕES	BENS E SERVIÇOS
DAR	DECLARAÇÃO <i>É pra você a melhor leitora do mundo!</i> (E24)	OFERTA [...] <i>que tal</i> trocar de mãe por um tempinho? (E9)
SOLICITAR	PERGUNTA <i>Ao final de uma delas, a repórter Bárbara dos Anjos Lima perguntou: será que eu entraria para a Galera?</i> (E12)	COMANDO [...] <i>experimente</i> viver o hoje com toda a intensidade que puder. (E18)
	PROPOSIÇÃO	PROPOSTA

As reações do ouvinte podem ser respostas esperadas ou alternativas. Estas podem ser verbais ou não-verbais. Segundo Halliday & Matthiessen (2004, p.109), “tipicamente, em situações da vida real todas as reações são verbalizadas, acompanhadas ou não de uma ação não-verbal”⁵.

Em textos a metafunção interpessoal da linguagem pode ser explicitada pelos seguintes recursos gramaticais: vocativos; perguntas; marcas de opiniões do autor ou dos leitores presentes no texto; marcadores de polaridade; advérbios de modo; marcadores atitudinais; modalidade; marcadores avaliativos; advérbios de frequência; elementos metadiscursivos (FUZER & CABRAL, 2010).

No nível léxico-gramatical, a metafunção interpessoal da linguagem é realizada pelo sistema de MODO. Esse sistema apresenta diferentes alternativas para a realização da interação.

As orações podem se apresentar no modo declarativo, interrogativo e imperativo. Esse sistema realiza as propostas e as proposições.

O modo interrogativo realiza as funções Pergunta e Oferta. As Perguntas podem suscitar respostas do tipo sim/não ou do tipo QU (qual, quando, quem, como, onde), como nos exemplos a seguir:

O que isso tem a ver com o começo da Capricho? (E18)

Ao final de uma delas, a repórter Bárbara dos Anjos Lima perguntou: será que eu entraria para a Galera? (E12)

Em busca dessa resposta, a editora-assistente Isabela Noronha fez às duas garotas uma proposta muito ousada: que tal trocar de mãe por um tempinho? (E9)

Nos dois primeiros exemplos temos Perguntas, pois suscitam respostas do tipo sim/não. No terceiro, há uma Oferta de atividade, que, nesse caso, é a troca de mães.

O modo declarativo, por sua vez, realiza a função de fala Declaração e é sinalizada, tipicamente, pelo ponto final ou pelo ponto de exclamação, como verificamos em:

⁵ *But typically in real-life situations all four responses are verbalized, with or without some accompanying non-verbal action.*

O resultado você confere na página 54. (E5)

E, no final das contas, a gente acaba comemorando: “Ainda bem que foi assim!” (E12)

Por fim, o modo imperativo realiza a função Comando e se expressa por meio de orações que indicam uma ordem ou um pedido, como em:

Corra até a página 67. (E4)

Corra para a pág. 72 e confira o making of no site: capricho.com.br. (E19)

Quando um modo exerce uma função de outro modo oracional, isso é denominado por Halliday & Matthiessen (2004) de metáfora interpessoal. A metáfora interpessoal, segundo os mesmos autores, é parte de um princípio de iconicidade interpessoal: as variantes metafóricas criam uma distância semiótica entre significado e expressão, e essa decreta uma maior distância social entre o falante e o destinatário. Essa metáfora pode amenizar um comando, diminuindo, assim, a distância entre os interlocutores. A seguir apresentamos exemplos de orações no modo declarativo com função de Comando.

Se você for até a página 56 e seguir o programa de dieta e exercícios que está lá, não vai conseguir as curvas da Carolina Dieckman e da Gisele Bündchen. E muito menos transformar completamente seu corpo em poucos dias. Se estou louca? Não. Primeiro, porque você não é Carolina nem Gisele é você. Depois, porque não precisa se parecer com ninguém para ser linda e estar bem com o seu corpo. (E22).

Você não pode perder a estréia de Temporada de Moda Capricho. (E17)

Por isso é que, se um intercâmbio está em seus planos, vale a pena ler com cuidado a reportagem de Luciana Hruby e da nossa editora-assistente Isabela Noronha pra não cair em megarroubadas como essa [...]. (E4)

No primeiro exemplo, a oração está no modo declarativo, com os verbos no subjuntivo – “for” e “seguir”. Entretanto, essas formas verbais podem corresponder, no imperativo, significa “vá” e “siga”. Então, indiretamente há um comando da autora

para que a leitora vá até a página 56 e siga a dieta exposta. No segundo caso, o grupo verbal “pode perder” está no modo indicativo, mas pode corresponder, no imperativo, a “não perca”. A autora quer que a leitora vá à estréia do evento de moda da Capricho, mas faz isso de forma abrandada ao optar pelo uso do modo declarativo para expressar um comando. No último exemplo, a autora usa a expressão “vale a pena ler” no indicativo, mas também com sentido de comando (“leia”), interpelando a adolescente a realizar a atividade de ler a matéria sobre intercâmbio. Os exemplos explicitam elementos de um modo oracional com outra função de fala – no caso, modo declarativo com função de comando.

A análise das trocas linguísticas, de acordo com Halliday (1989), dá conta do tipo de proposta ou proposição que está ocorrendo, das atitudes e dos julgamentos encapsulados na camada verbal e dos traços retóricos que a constituem como um ato simbólico interpessoal. A avaliatividade deriva da metafunção interpessoal. A seguir, apresentamos a Teoria da Avaliatividade, proposta por Martin & White (2005).

1.6.3 Teoria da Avaliatividade

A avaliatividade é uma abordagem utilizada para analisar a avaliação e a perspectiva em textos. Essa abordagem surgiu a partir da Gramática Sistêmico-Funcional e, conforme White (2004), apresenta categorias para analisar, de forma sistemática, como a avaliação e a perspectiva operam em textos completos e em grupos de textos de qualquer registro.

A teoria da avaliatividade (*appraisal*), conforme Martin & White (2005), insere-se no sistema de MODO que realiza a metafunção interpessoal, na GSF de Halliday, pois considera a troca de informações ou bens e serviços em forma de comandos, perguntas, declarações ou ofertas. Os autores também consideram que essa teoria trata do modo como escritores/falantes aprovam e desaprovam, apreciam e não apreciam, aplaudem e criticam e como levam seus leitores/ouvintes a fazer a mesma coisa, ou seja, que recursos são utilizados para que o leitor/ouvinte concorde com a opinião expressa no texto. Para eles, a avaliatividade trata da construção, por meio de textos, de sentimentos e valores compartilhados e dos mecanismos linguísticos para partilhar emoções, gostos, opiniões ou normativas. As avaliações podem partir da voz autoral (falante ou escritor) ou de voz não autoral (participantes do texto). No

caso dos editoriais da Capricho, a editorialista é voz autoral. As adolescentes e outros profissionais da revista são considerados vozes não autorais.

Segundo Martin & White (2005), a avaliatividade se constitui de três sistemas de avaliação que são: atitude, engajamento e gradação. Essas opções podem ser resumidas de acordo com o Quadro 19.

Quadro 19 – Recursos de avaliatividade (adaptado de MARTIN & WHITE, 2005).

Atitude	Afeto Julgamento Apreciação
Gradação	Força e Foco
Engajamento	Expansão dialógica e contração dialógica

A seguir descrevemos dois dos sistemas de avaliação que são utilizados na análise do *corpus*.

1.6.3.1 Sistema de atitude

O sistema atitude, conforme Martin & White (2005), diz respeito à expressão, por meio da linguagem, de sentimentos e emoções, julgamentos de caráter e avaliações, que podem ser categorizados em três campos semânticos: afeto, julgamento e apreciação.

O afeto diz respeito às questões de emoção, de sentimentos positivos e negativos (amar, gostar, ter simpatia, alegria, etc.). O julgamento apresenta as questões de ética, de regras de convivência no grupo social, são os regulamentos. A apreciação é uma categoria que avalia o aspecto estético, a questão da forma. Serve, de acordo com Martin & White (2005), para avaliar pessoas e objetos (como carros, casas, quadros), ou seja, atribuir valores.

É importante destacar que as questões de julgamento e de apreciação estão sempre envolvidas pelo afeto. Ao expressarmos nossas atitudes, podemos vislumbrá-las como sentimentos institucionalizados (MARTIN & WHITE, 2005). O julgamento refere-se ao universo das propostas e das proposições sobre o

comportamento, e a apreciação às proposições sobre o valor das coisas. Podemos considerar que o afeto é o centro das atitudes manifestadas.

O mecanismo da inter-relação entre afeto, julgamento e apreciação pode ser visualizado na Figura 5.

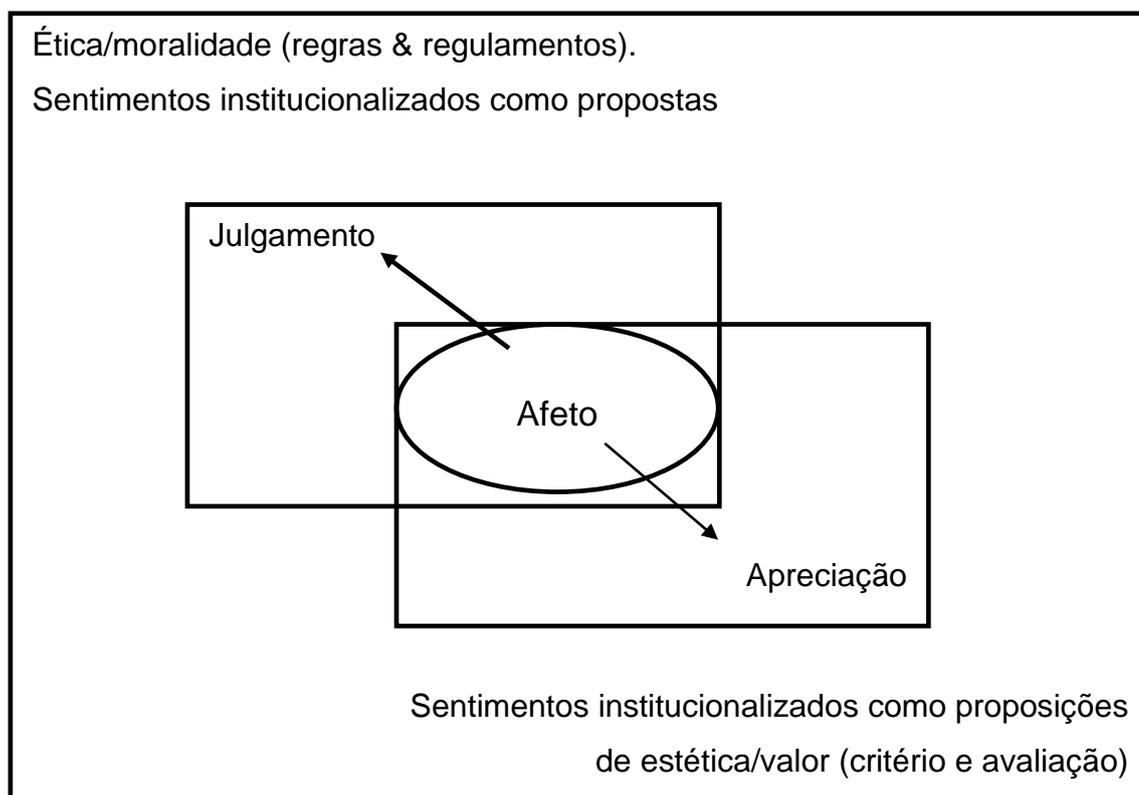


Figura 5 – Julgamento e apreciação como afeto institucionalizado (traduzido de MARTIN & WHITE, 2005, p.45 por VIAN JR, 2009, p.112).

Em termos léxico-gramaticais, o afeto, segundo Martin & White (2005), realiza-se através de modificação de processos mentais e comportamentais e de adjuntos modais. Podemos verificar manifestações de afeto, destacadas em negrito, nos seguintes exemplos:

*[...] tinha um namorado com quem eu **curtia** muito os findes [...].*
(E2)

*Por isso é que, pra mim, esta edição é tão **especial**.* (E1)

O julgamento refere-se à avaliação do comportamento dos indivíduos. Essa avaliação é feita com base em normas institucionalizadas pelo contexto no qual está

sendo julgado o indivíduo. Os julgamentos, conforme a Teoria da Avaliatividade, são divididos em dois grupos: estima social e sanção social. O primeiro grupo pode estar ligado à normalidade, à capacidade e à tenacidade (autonomia). Em contrapartida, os julgamentos de sanção social se preocupam com a veracidade e com a propriedade. Como exemplos de julgamentos de estima social podemos citar:

*Você ganha a sua grana e pode **fazer a loucura** de comprar aquele jeans caríssimo. (E1)*

*Eu era a Tati que **sabia pegar onda de prancha** [...]. (E1)*

No primeiro caso, temos um julgamento de normalidade, o qual é identificado quando fazemos os seguintes questionamentos: “O comportamento do indivíduo é usual e comum?”; “Até que ponto alguém é estranho ou pouco usual?”. O segundo exemplo é considerado julgamento de capacidade, o qual pode ser identificado como resposta à pergunta “o indivíduo é capaz, competente?”.

Já a apreciação serve para avaliar objetos, fenômenos e seres. Como exemplos de apreciação citamos os seguintes:

*Tinha um bronze **incrível**. (E1)*

*[...] matéria **linda** de morrer, a revista mais **linda**, mais **feminina**. (E19)*

Os Atributos são considerados os principais elementos linguísticos que realizam a apreciação. Nos exemplos citados, “incrível”, “linda”, “feminina” são apreciações que avaliam, respectivamente, o bronze, a matéria e a revista no geral.

1.6.3.2 Sistema de gradação

Verificamos nos exemplos anteriores de manifestações de atitude a presença de elementos do sistema denominado por Martin & White (2005) de gradação. É importante destacar que não só na categoria afeto pode haver gradação. Podemos encontrá-la, também, nas categorias julgamento e apreciação.

Ao fazermos uma avaliação, escolhemos o quanto queremos amplificá-la, ou seja, aumentar ou diminuir o grau de nossa avaliação. A gradação é uma

propriedade geral dos valores do afeto, do julgamento e da apreciação, interpretando-os com maior ou menor grau de positividade ou negatividade. Podemos observar exemplos de baixo grau e alto grau na Figura 6.

	Baixo grau	Alto grau	
Julgamento	competente jogador jogador razoavelmente competente	bom jogador muito bom jogador	brilhante jogador extremamente bom jogador
Afeto	Satisfeita Ligeiramente chateado	felizmente um pouco chateado	extremamente contente extremamente chateado
Apreciação	Um pouco desorganizado Atraente	muito desorganizado bonito	completamente desorganizado requintado

Figura 6 – Os significados da atitude na gradação (traduzido de MARTIN & WHITE, 2005, p.136).

A gradação é um sistema cuja função é servir como forma de intensificação ou mitigação dos significados de uma determinada avaliação. Conforme Martin & White (2005), os significados podem ser ajustados de modo a refletir o grau da avaliação e podem ser da ordem da força ou do foco. Esses eixos graduem de acordo com a intensidade ou quantidade e, também, de acordo com a prototipicidade e precisão através das quais as fronteiras da categoria são desenhadas. Na Figura 7, podemos visualizar o sistema de gradação com seus dois mecanismos.

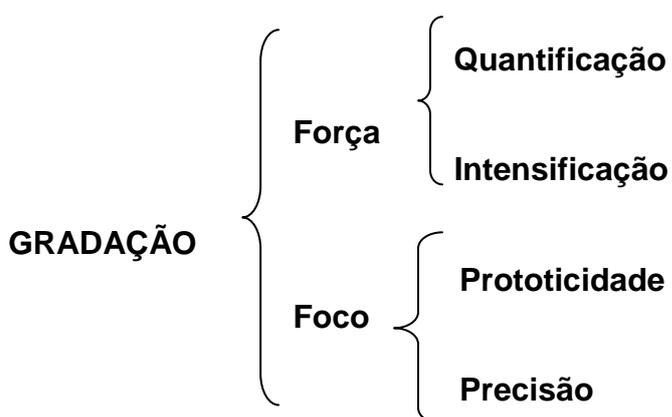


Figura 7 – Categorias do sistema de gradação (adaptado de MARTIN & WHITE, 2005, p.138).

Conforme Martin & White (2005), quando forem da ordem da força, as marcas poderão ser de intensificação ou de quantificação. A força é considerada a segunda maior categoria da gradação. Para os autores, esse mecanismo refere-se a categorias que indicam intensidade ou quantidade. Realiza-se através de itens lexicais que denotam intensificação (“muito”, “mais”, “menos”, “bastante”, “pouco”, etc.) ou que denotam quantificação (“poucos”, “vários”, “uma grande quantidade de”, etc.). Segundo Martin & White (2005), a força abrange avaliações em relação ao grau de intensidade e quanto ao seu montante. As avaliações do grau de intensidade podem funcionar ao longo de qualidades, sobre os processos, ou sobre as modalidades verbais de probabilidade, usualmente, inclinação e obrigação. Martin & White (2005) empregam o termo intensificação para fazer referência a essa escala de qualidades e processos. A seguir, apresentamos exemplos de avaliações por intensificação.

Os bastidores da edição mais emocionante de NoCapricho. (E21)

Inspire-se no espelho para ficar (ainda) mais bonita. (E22)

[...] inspire-se em ficar igualzinha a você. Só que bem melhor. (E22)

No primeiro caso, o advérbio “mais” está intensificando a emoção atribuída à edição do NoCapricho, em grau máximo na escala. No segundo exemplo, há a intensificação da beleza. A autora, por meio de um comando (inspire-se), “diz” para a leitora ficar ainda mais bonita. No terceiro caso, também há um comando (inspire-se), em que a voz autoral “diz” para a adolescente ficar como ela é, mas usou o intensificador “bem” para considerar que a leitora pode ficar “bem melhor”.

Na Figura 8, podemos visualizar os mecanismos da categoria força.

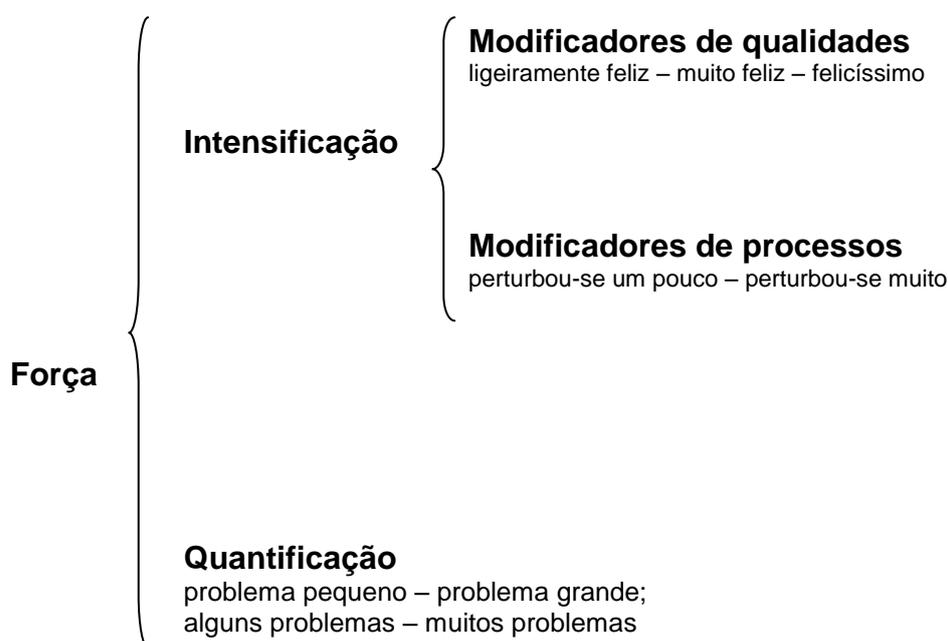


Figura 8 – Mecanismos de Força: intensificação e quantificação (adaptado de MARTIN & WHITE, 2005, p.141 e 151).

Assim, os autores consideram que a gradação é um sistema que opera em categorias que implicam uma avaliação escalar, envolvendo questões de tamanho, de força, de proximidade.

A gradação é central para o sistema de avaliatividade. Pode-se dizer que ela “atravessa” a atitude e o engajamento, que diferem consoante à natureza dos significados dimensionados.

Segundo Martin & White (2005), o falante/escritor pode dispor de diversos recursos para que possa graduar e reforçar a avaliação sobre algo, dentre eles, os mecanismos de maximização, de repetição e a utilização de prefixos e sufixos que aumentam ou diminuem a força das avaliações.

A maximização é um recurso utilizado para intensificar algo, normalmente sob a forma de advérbios, como: completamente, totalmente, absolutamente, perfeitamente, sempre, constantemente.

Martin & White (2005) percebem que a força, enquanto intensificação, pode ser realizada por advérbios que modificam tanto adjetivos, como, por exemplo, *ligeiramente* triste, *muito* triste; *pouco* preocupado, *tão* preocupado, quanto processos, como correr **muito**.

A repetição de um mesmo item lexical é outro recurso frequentemente utilizado para indicar intensificação. Não encontramos exemplos de repetição no *corpus*, porém, a seguir, apresentamos dois casos elaborados por nós que podem exemplificar esse recurso:

Ela chorou, chorou.

A garota é gorda, gorda, gorda.

Nesses exemplos, a repetição do item lexical intensifica o processo (chorar) e a característica da garota (gorda).

A utilização de prefixos e sufixos também é uma forma de intensificar a força das avaliações. Podemos observar a intensificação por meio de prefixos em:

*Federico é **superatencioso** [...]. (E19);*

*[...] que estava **supergripado** [...]. (E11);*

*[...] um **megaespecial** de moda e beleza cheios de idéias [...]. (E2)*

Como exemplos de intensificação por meio de sufixos apresentam-se, dentre outros os seguintes:

*[...] voltávamos a pé de um vestibul**inho** [...]. (E13);*

*[...] que tal trocar de mãe por um temp**inho**? (E9);*

*[...] um cadern**inho** de anotações [...]. (E11)*

A força, enquanto quantificação, segundo Martin & White (2005, p. 148), envolve escalas com relação à quantidade (tamanho, peso, força, número), extensão (tempo e espaço) e proximidade (tempo e espaço). Como exemplos de quantificação citamos:

*O legal é ter **muitas, muitas** amigas. (E13)*

*Eu mesma namorei muito **pouco**, um pouco por timidez [...]. (E14)*

*É que me peguei pensando nessa história de que **todo mundo** [...]. (E18)*

Em E13, “muitas” é pronome indefinido que remete a uma grande quantidade de amigas. Por isso é considerado exemplo de quantificação. Em E14, a marca linguística de gradação “pouco” está relacionada à quantidade do namoro. Em E18, a marca de gradação está na expressão “todo mundo”.

Quando forem da ordem de foco, as marcas de gradação podem acentuar ou atenuar a avaliação. O foco, segundo Martin & White (2005), diz respeito a categorias não passíveis de gradação e se referem à classificação prototípica dos seres ou comportamentos. Instancia-se em termos de precisão, em que a participação em uma categoria é reforçada (“real”, “típico”), e em termos de mitigação (“um tipo de”, “uma espécie de”), em que a participação em uma categoria é abrandada. Tem por função, acentuar ou amenizar determinada perspectiva. A seguir, citamos alguns exemplos de foco identificados no *corpus* do presente trabalho.

[...] *fazer um guia do namoro perfeito [...].* (E14)

[...] *na verdade, elas podem mudar o mundo.* (E15)

Primeiro, porque você não é Carolina nem Gisele é você. (E22)

É importante destacar que, para a análise dos dados, são consideradas marcas avaliativas de atitude e gradação, em vista da maior frequência de elementos desses sistemas no *corpus*.

A seguir é apresentada a Metodologia usada para a análise dos dados, com descrição do universo de análise, a seleção do *corpus* e os passos da análise linguística.

2 METODOLOGIA

No presente Capítulo, apresentamos as etapas da realização do trabalho, o universo de análise, a constituição do *corpus* e os passos de análise dos textos selecionados.

2.1 Universo de análise

Conforme o *site* da revista, a Capricho foi criada em 18 de junho de 1952 pelo fundador da Editora Abril, o Sr. Victor Civita, sendo a primeira revista feminina do Brasil e da Editora Abril. No início, era uma revista quinzenal, de formato pequeno, com fotonovelas, na época chamada “Cinenovela”. Também, a revista apresentava histórias de amor desenhadas em quadrinhos. Cinco meses após o seu lançamento, o fundador da Editora optou por aumentar o formato da revista, passando a editá-la mensalmente. Assim, foram surgindo outros conteúdos, como moda, beleza, comportamento, contos e variedades. Quatro anos após, em 1956, a revista rompeu a barreira dos 500.000 exemplares por edição, sendo a maior tiragem de uma revista na América Latina, até então.

Atualmente a Capricho é publicada quinzenalmente pela Editora Abril e direcionada ao público adolescente feminino, com faixa etária dos 13 aos 18 anos, pertencentes às classes A e B (conforme proposta da própria revista).

Essa revista é um meio de comunicação que se apresenta direcionado ao público adolescente feminino. O impresso tem tiragem quinzenal, podendo ser adquirido nas bancas e (atualmente⁶, o valor do exemplar é de R\$ 4,99). A revista também pode ser adquirida via assinatura que, por um ano, custa 6x R\$21,62 e, por

⁶ A pesquisa foi realizada no *site* da revista – www.capricho.abril.com.br – em abril de 2011.

dois anos, o valor é de 12x R\$21,62⁷. Quem é assinante tem a vantagem de concorrer a prêmios como, por exemplo, presentes, convites, ingressos.

A revista se propõe a apresentar, em suas edições, a moda que a garota pode usar, os truques de beleza, as dicas de como conquistar os garotos e de como lidar melhor com eles, com as amigas e com a família. Também apresenta fotos e entrevistas com rapazes/pessoas que a revista pretende que sejam os ídolos das garotas.

As edições da revista Capricho são divididas por seções, para que o público-alvo encontre facilmente os assuntos que mais lhe interessam. O índice da revista é intitulado “Busca” e é dividido em: “Na Capa”; “Entrada”; “V.i.p.”; “Beleza”; “Moda”; “Você”; “Diversão”.

No topo da capa de todas as edições impressas analisadas, encontramos um *link* denominado “**deixeomundomaispink.com.br**”, o qual aparece grifado na cor rosa *pink*. Ao acessarmos o referido *site*, encontramos 100 atitudes “*Pink*” para a vida das garotas que leem a revista, além de testes, jogos, dicas de maquiagem e moda, *wallpapers* para ter as capas da Capricho no computador, entre outros. “Deixe o mundo mais *Pink*” é uma campanha da revista que não trata de enxergar o mundo com lentes cor-de-rosa, mas, segundo o *site* da campanha, de transformar o *Pink* em atitude e em fazer a menina leitora querer mudar o mundo do jeito que considerar melhor e mais importante. Há, no *site* da revista, algumas regras da Capricho para entrar em contato com a leitora. Essas regras são as seguintes:

- Nenhum profissional ligado à revista CAPRICHÓ está autorizado a adicionar a leitora no *msn*, antes de um contato telefônico prévio;
- Apenas funcionários da redação, que têm *e-mails* terminados em @abril.com.br, estão autorizados a entrar em contato com a leitora pelo *orkut*, *blogs* ou *fotologs*;
- Todos os repórteres da CAPRICHÓ são obrigados a pedir autorização verbal para um responsável antes de entrevistar ou de convidar a leitora para participar de uma promoção;
- O único jeito de participar das seções da revista é através das instruções que estão no menu à esquerda;
- CAPRICHÓ não faz NENHUMA promoção que não seja anunciada no *site* www.capricho.com.br/promocoes;
- E se a leitora tiver qualquer dúvida sobre a identidade da pessoa que contactou ou a veracidade da promoção, escreva para capricho@abril.com.br e pergunte se aquela pessoa (ou aquele concurso, ou aquela reportagem) existe mesmo.

⁷ Informações obtidas no *site* da revista Capricho.

Normalmente aparecem seis manchetes na capa da revista. O nome Capricho aparece escrito em letra maiúscula e parte das letras fica coberta pelas pessoas que pousam para a capa da revista.

O editorial – um dos lugares em que representações para adolescentes são reproduzidas ou construídas por meio da linguagem, está localizado na seção “Entrada”, da revista Capricho.

Na seção seguinte, descrevemos o *corpus* selecionado para analisar representações para adolescentes por meio da linguagem.

2.2 Constituição do *corpus*

O *corpus* do presente trabalho constitui-se de 24 editoriais da revista Capricho selecionados pelo critério período de publicação: todos foram publicados de janeiro a dezembro de 2009. É importante destacar que são duas edições por mês, por isso há dois editoriais para cada mês.

No Quadro número 20 listamos o código atribuído a cada texto, sua fonte e o título/tema dos 24 editoriais para facilitar a referência aos dados no presente trabalho. Os textos encontram-se no Anexo I (no CD Rom).

Quadro 20 - Códigos, fontes e títulos dos editoriais que constituem o *corpus* da pesquisa.

Código	Fonte	Título
E1	Edição 1061, 04 jan. 2009	O melhor verão da sua vida.
E2	Edição 1062, 18 jan. 2009	Mude já!
E3	Edição 1063, 01 fev. 2009	Uma nova atitude.
E4	Edição 1064, 15 fev. 2009	À prova de roubadas.
E5	Edição 1065, 01 mar. 2009	<i>Fashion é ser pink!</i>
E6	Edição 1066, 15 mar. 2009	Uma garota muito especial.
E7	Edição 1068, 12 abr. 2009	Corra, garota, corra!
E8	Edição 1069, 26 abr. 2009	Leitora do ano!
E9	Edição 1070, 10 mai. 2009	Mães e filhas.
E10	Edição 1071, 24 mai. 2009	15 novamente.
E11	Edição 1072, 07 jun. 2009	<i>Beat acelerado!</i>

E12	Edição 1073, 21 jun. 2009	Gargalo.
E13	Edição 1074, 05 jul. 2009	Amizade, sim. Grude, não.
E14	Edição 1075, 19 jul. 2009	Ficar ou namorar?
E15	Edição 1076, 02 ago. 2009	Dos 15 ao infinito!
E16	Edição 1077, 16 ago. 2009	Pense novamente.
E17	Edição 1078, 30 ago. 2009	Capricho na TV!
E18	Edição 1079, 13 set. 2009	Futuro do ... presente?
E19	Edição 1080, 29 set. 2009	Cabeça de garoto.
E20	Edição 1082, 25 out. 2009	Mil coisas.
E21	Edição 1083, 08 nov. 2009	Foi bom demais!
E22	Edição 1084, 22 nov. 2009	Você de verdade.
E23	Edição 1085, 06 dez. 2009	De volta pra casa.
E24	Edição 1086, 20 dez. 2009	E o Awards vai para ...

2.3 Passos da análise

Para a análise foram realizados os seguintes passos:

- 1º) Descrição das variáveis contextuais dos editoriais que constituem o *corpus*;
- 2º) Verificação dos recursos linguísticos que remetem aos termos “adolescente(s)” e “adolescência”, observando ocorrências de repetições, pronomes, sinônimos, elipses;
- 3º) Identificação das funções de fala e de seus respectivos modos oracionais no âmbito da metafunção interpessoal;
- 4º) Identificação de recursos de avaliatividade em termos de atitude e gradação;
- 5º) Verificação dos papéis léxico-gramaticais do sistema de transitividade desempenhados pelos elementos linguísticos que se referem a(s) adolescente(s) nas orações que realizam a metafunção ideacional.

Para o primeiro passo, analisamos campo, relações e modo que configuram o contexto de situação.

Para o segundo passo verificamos as ocorrências de pronomes, elipses, nomeações, sinônimos que retomam ou fazem referência aos itens lexicais “adolescente” e “adolescência”. Para isso, utilizamos a ferramenta *WordList*

disponibilizada no *software Word Smith Tools 3.0* (SCOTT, 1999). Os dados gerados por esse recurso formam uma lista de palavras e sua frequência no *corpus*. Tal lista encontra-se no Apêndice A.

Para o terceiro passo, localizamos as funções de fala presentes em cada texto, considerando principalmente comandos implícitos e explícitos e metáforas interpessoais.

Para o quarto passo, contabilizamos ocorrências de afeto, julgamento, apreciação, bem como de gradação no *corpus*. Verificamos manualmente a quantidade de ocorrências das avaliações para adolescentes e para a revista.

Para o quinto passo, segmentamos cada texto em orações que foram numeradas. Em seguida, classificamos os componentes (processos, participantes e circunstâncias), quantificamos os papéis léxico-gramaticais desempenhados e os elementos que remetem a(s) adolescente(s).

A análise do *corpus* e a discussão dos resultados obtidos estão apresentadas no Capítulo 3.

3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo, apresentamos as análises do *corpus* selecionado para a realização do presente trabalho. Inicialmente, apresentamos as variáveis contextuais dos editoriais da revista Capricho selecionados para esta pesquisa. Em seguida, apresentamos recursos interpessoais presentes nesses editoriais e identificamos, a partir da descrição da transitividade, representações para adolescentes nos referidos textos.

3.1 Variáveis contextuais do editorial da Capricho

Como citamos na seção 1.1, as variáveis contextuais, segundo Halliday (1989), são campo, relações e modo. A seguir apresentamos essas variáveis nos editoriais da revista Capricho selecionados para este trabalho.

Na variável Campo, descrevemos o objetivo do editorial e a atividade social realizada. O objetivo do editorial é, segundo Baltar (2004, p.129), apresentar a “opinião do jornal sobre um fato do dia, considerado como o mais importante”. No caso do editorial da Capricho, podemos considerar como objetivo principal apresentar as matérias mais importantes que estão presentes na edição e convidar a leitora a ler tais matérias e, algumas vezes, participar de eventos promovidos pela revista.

Criamos um esquema para demonstrar o processo de análise, começando pela revista Capricho, que é o veículo onde circulam representações, passando pelo editorial, que é o gênero aqui estudado, para, em seguida, trazer o objeto de representação que é a adolescente. A adolescente aparece representada em termos de aparência, relacionamento, lazer e estudo. No campo de relacionamento, aparecem o namoro, a amizade e a família. Já no lazer, são mencionados as férias,

as festas, os shows, as atividades físicas. No estudo, são trazidas experiências de intercâmbio, na escola e no cursinho. Apresentamos, na Figura 9, a esquematização dos campos em que as adolescentes aparecem envolvidas nos editoriais da Capricho.

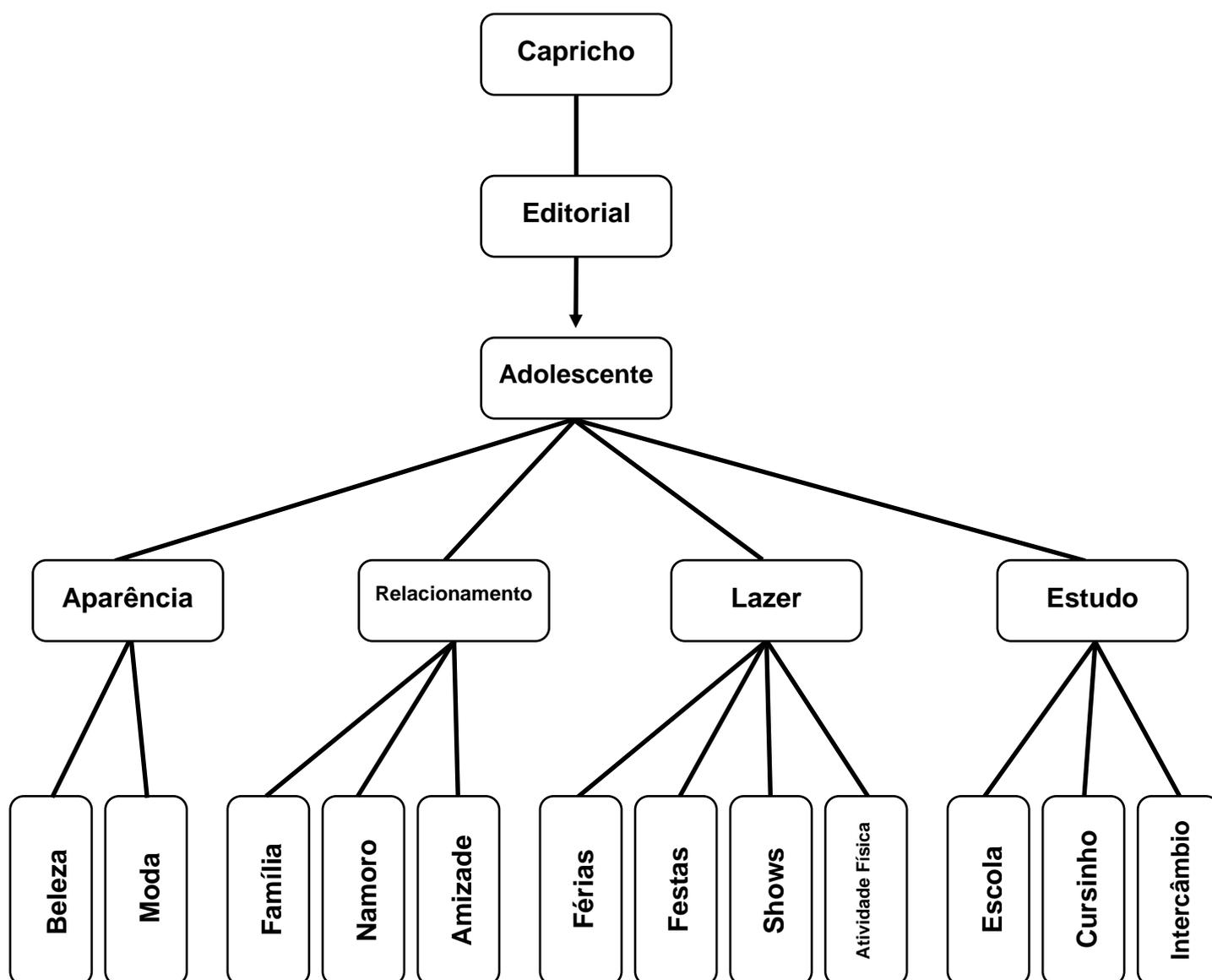


Figura 9 – Contextos de situação em que as adolescentes aparecem envolvidas nos editoriais da Capricho.

A variável **campo**, que é um parâmetro que se considera quando se quer ter uma ideia imediata do que está ocorrendo (HALLIDAY, 1989), pode ser observada,

nos textos analisados, quando a editorialista apresenta suas impressões e cita exemplos de vários momentos vivenciados por ela, em sua própria adolescência, para exemplificar algumas situações, como nas passagens a seguir⁸:

Mas tem uma coisa que, depois que a gente vira gente grande, nunca mais volta: as férias de verão. Eu esperava as minhas ansiosamente. (E1)

A prova tinha mais de 100 questões e eu levava na boa. Tão na boa que nem liguei de passar o resultado pro Luís, meu amigo havia um mês. Estávamos em Santa Mônica, Califórnia, nos Estados Unidos, fazendo intercâmbio. (E4)

Aos 14 anos, tudo o que eu queria era perder o BV e arrumar um namorado. Antes de dormir, passava horas fantasiando sobre como seria o meu namoro, tudo o que a gente (qualquer que fosse o namorado) faria junto... . (E14)

Eu era a irmã da Thaís, a garota mais linda da praia, e me aproveitava disso para ir aos luaus mais concorridos. Tinha um bronze incrível. (E1)

Tatiana (como se chama a editorialista) compartilha vivências que envolvem a adolescência em diferentes contextos, como: lazer durante as férias (em E1); estudo em viagem de intercâmbio (em E4); relacionamento amoroso (em E14); aparência com relação à beleza (em E1).

Na variável **relações**, destacamos os participantes da interação, os quais são a Tatiana, que assina os 24 editoriais selecionados, e as leitoras adolescentes que, conforme dados divulgados no *site* da revista, estão na faixa etária dos 13 aos 18 anos, pertencentes às classes A e B, que compram a revista. Essa variável pode ser observada nos editoriais a partir de vários recursos linguísticos. Um deles é o uso da interjeição “oi”, no título dado ao editorial, ou seja, o “rótulo” escolhido pela revista para nomear seus editoriais. Essa interjeição expressa um cumprimento de boas-vindas, sendo muito utilizada tanto por jovens como por adultos que têm certa proximidade. Assim, a revista procura estabelecer uma relação de baixa formalidade com as leitoras, minimizando a distância social entre os participantes da interação

⁸ Será usado sublinhado para destacar os diferentes contextos vivenciados pela editorialista.

(autora e leitoras). Outro recurso usado com esse propósito é a presença, no final de cada texto, de uma despedida carinhosa, como:

Um beijo grande e um ano incrível pra você! (E1)

Um beijo. (E3)

Um beijo e feliz ano que vem! (E24)

Há, também, o uso de vocativos ao longo do texto, como em:

Acabo de voltar de férias. Isso mesmo, querida leitora, tirei uma semana em pleno novembro [...]. (E23)

Esse recurso também estabelece relação de proximidade com a interlocutora, como se estivesse interagindo com ela.

O nome da editorialista Tatiana (muitas vezes referida por apelido – “Tati”) e a assinatura ao final do texto também são recursos de aproximação com a interlocutora. Outras marcas linguísticas que estabelecem relação de proximidade, materializando uma interação autor-leitor, são apresentadas na seção 3.2.

O formato diferenciado do editorial da revista Capricho caracteriza a variável contextual **modo**. Num primeiro contato com os textos analisados, verificamos que o editorial dessa revista apresenta formato diferente dos editoriais de jornais e de outras revistas. Na Capricho, ele é assinado, identificando de quem é a voz que se dirige à leitora. No caso dos textos escolhidos para este trabalho, quem os assina é Tati, que é, na realidade, a redatora-chefe, Tatiana Schibuola. Também há um elemento pouco comum nos editoriais em geral: a foto da editorialista com seu e-mail logo abaixo, como observamos no exemplar da Figura 10.

Oi da editora,



Fotos: Bia Parreiras, Alfredo Franco e Célia Mari Weiss

O melhor verão da sua vida

Ser adulto é muito bom. Você ganha a sua grana e pode fazer a loucura de comprar aquele jeans caríssimo. Dirige o seu próprio carro e não fica dependendo de carona pra ir pra lá e pra cá. Pode voltar da festa na hora que quiser. Mas tem uma coisa que, depois que a gente vira gente grande, nunca mais volta: as férias de verão.

Eu esperava as minhas ansiosamente. Na praia, eu não era a Tati CDF branquela-magricela-e-sem-peito da escola. Eu era a Tati que sabia pegar onda de prancha e podia usar qualquer biquíni. Eu era a irmã da Thais, a garota mais linda da praia, e me aproveitava disso para ir aos luaus mais concorridos. Tinha um bronze incrível. Corria 30 minutos todo fim de tarde. Jogava frescobol. Conhecia todo mundo. E, o melhor de tudo, podia acordar às 11 e dormir depois da meia-noite por mais de 30 dias seguidos.

Por isso é que, pra mim, esta edição é tão especial. Cada matéria tem um pouquinho das minhas férias. Na moda surfe hippie, o lifestyle de quem não sai da praia; na matéria de surfe, os benefícios de praticar o esporte mais legal do mundo (na minha modesta opinião); e na matéria *Verão de Arrasar*, maneiras criativas de aproveitar as férias com ou sem os pais, com ou sem a melhor amiga e com ou sem o namorado!

Quero que você curta o seu verão como se fosse o último. Porque, das delícias de ser adolescente, essa é uma das maiores.

Um beijo grande e um ano incrível pra você!



tati
tatiانا.schibuola
@abril.com.br

Figura 10 – Editorial da edição de número 1061, publicada no dia 04 de janeiro de 2009, na revista Capricho.

Observamos, ainda, que o texto não é chamado de editorial, e sim de *Oi da editora*. Essa expressão, utilizada para substituir o nome tipicamente atribuído a esse gênero textual, faz referência a um cumprimento informal muito presente no cotidiano das adolescentes, como mencionado anteriormente.

Outro aspecto que parece peculiar ao editorial da Capricho é a presença de imagens no topo do texto ilustrando o tema de alguma matéria da revista, desenvolvida em determinada edição a que se refere o editorial. No final da página do *Oi da editora*, verificamos, em 18 editoriais, a presença de um quadro em que

são apresentados os colaboradores das edições da revista, geralmente com seus nomes, funções, dentre outras credenciais. Verificamos que em quatro editoriais alguns dos colaboradores das edições são mencionados no corpo do texto, como em:

Há duas edições, a editora de moda Cecília Fontes cumpriu uma verdadeira maratona fashion. (E5)

Em entrevista à nossa editora Luise Takashina, a Carol Trupel, a melhor amiga de Jacque [...]. (E16)

Com a ajuda dos melhores especialistas, a jornalista Marina Bessa criou, em parceria com a repórter de beleza Rafaela Siqueira, um programa de exercícios [...]. (E22)

Esses dados apresentados no corpo do texto dão mais crédito às matérias publicadas nas edições. Também servem para valorizar o trabalho dos profissionais da Capricho.

A respeito das modalidades retóricas, conforme Meurer (2002), encontramos nos textos passagens descritivas, narrativas, argumentativas e injuntivas. Como exemplos de passagens descritivas citamos:

Um domingo ensolarado. Em vez de torcedores enfurecidos, eram garotas lindas, de todas as idades [...]. Em camisetas, lenços e bonés, declarações de amor aos Jonas Brothers. Joe é sexy e comunicativo, Kevin, simpático e atencioso, e Nick, sério e misterioso. (E11)

Federico é superatencioso – responde a quase todos os tweets. Caíque é o garoto dos sonhos: fofo, romântico e... tímido. E o Dudu é o tipo skatista desencanadinho. (E19)

[...] garotas lindas que vi: vivem na praia. Quando não estão surfando com os garotos, estão correndo na areia. Têm pele dourada, cabelo manchado de sol (de um jeito lindo) e um ar permanente de saúde e felicidade. (E23)

Nos editoriais em análise, são descritos pessoas, objetos e situações por meio de uma série de Atributos e Identificadores. Como Atributos, verificamos: “sexy e comunicativo”, “simpático e atencioso”, “sério e misterioso”, em E11; “superatencioso”, “o garoto dos sonhos: fofo, romântico e...tímido” e “o tipo skatista

desencanadinho”, em E19; “pele dourada, cabelo manchado de sol”, um ar permanente de saúde e felicidade”, em E23. Como Identificador, localizamos o seguinte: “garotas lindas, de todas as idades”, em E11.

Como exemplos de passagens narrativas, citamos:

“Capricho”. Foi assim, depois de uma longa pausa e com voz grave, que Roberto Civita, diretor editorial e presidente do conselho de administração do Grupo Abril, anunciou a vencedora do grande prêmio da noite: Revista do Ano. (E8)

Fiquei supermal desde que li, pela primeira vez, a história da Jacqueline Ruas – uma garota de 15 anos que teve sua vida interrompida ao fim de uma conturbada viagem à Disney. Jacque teria contraído pneumonia e, de acordo com as reportagens publicadas, não recebeu o tratamento adequado. E morreu no vôo da volta. (E16)

Essas passagens são narrativas, pois contam um fato que ocorreram num determinado tempo e lugar, envolvendo certos personagens. A partir dos exemplos, verificamos que a autora narra episódios relacionados à própria revista e, também, fatos que ocorreram com uma adolescente. Tatiana conta como foi o anúncio da vencedora do prêmio Revista do Ano e, também, como se sentiu ao ler a história da adolescente Jacqueline Ruas, que morreu no retorno de uma viagem à Disney.

Como exemplos de passagens argumentativas, podemos citar as seguintes:

Para quem não assistiu, eu explico: nesses filmes, o destino é uma coisa que não existe. A vida da gente é determinada segundo a segundo e pode mudar completamente, tipo 180º, por qualquer coisa que a gente faça. Se amanhã, por exemplo, você decidir ir para a balada, em vez de ficar com preguiça em casa, pode dar de cara com o garoto dos seus sonhos. Se, em vez de estudar, decidir entrar no orkut do cara de que você é a fim, pode ficar arrasada ao vê-lo trocando idéias com outra garota. E por aí vai... (E15)

Quando um sonho assim termina em tragédia, mesmo que não tenha acontecido com a gente ou com a nossa família, não há como não sentir um grande chacoalhão nas nossas idéias. Tenho certeza de que, para cada garota, a triste história da Jacque vai ter um significado. Para mim, independentemente do que tenha de fato acontecido, a lição que fica é que devemos levar os nossos problemas a sério, mesmo que para isso seja preciso interromper algo muito bom. (E16)

Nas passagens que se organizam argumentativamente, são manifestados mais explicitamente posicionamentos, em relação a situações ou assuntos relacionados à adolescência. No primeiro exemplo citado, a autora argumenta sobre as mudanças que ocorrem nas nossas vidas de acordo com as nossas ações, principalmente nos relacionamentos amorosos, que é o destaque dado na passagem do E15. Também argumenta sobre a tragédia que aconteceu com a menina de 15 anos no retorno de sua viagem dos sonhos, passando seu ponto de vista para as leitoras. Tatiana acredita que não devemos deixar nossos problemas de lado, que devemos levá-los a sério, mesmo que para isso, deixemos de fazer o que desejamos.

Por fim, como exemplos de passagens injuntivas encontradas nos textos, apresentamos as seguintes:

Corra até a página 67. (E4)

[...] experimente viver o hoje com toda a intensidade que puder. (E18)

Consideramos os exemplos citados como injunção, pois as orações encontram-se, em sua maioria, no modo imperativo, realizando comandos (conforme HALLIDAY & MATTHIESSEN, 2004), os quais analisamos na subseção 3.2.2.

3.2 Recursos interpessoais nos editoriais da Capricho

Esta seção está dividida em três subseções. Na primeira, apresentamos algumas marcas linguísticas de interação presentes nos textos selecionados; em seguida tratamos das funções de fala e os modos oracionais pelos quais se realizam léxico-gramaticalmente; por fim, apresentamos as marcas linguísticas de avaliações relacionadas às adolescentes.

Iniciamos a análise linguística do *corpus* verificando o número de ocorrências das palavras “adolescente” e “adolescência” e dos elementos linguísticos que a elas possam se referir.

3.2.1 Marcas linguísticas de interação autor-leitor

Antes de verificarmos como a linguagem é usada para representar e avaliar as adolescentes nos editoriais da revista *Capricho*, conferimos as ocorrências do item “adolescente” no *corpus* selecionado. Constatamos que a adolescente é referida nos textos por termos como: “você”, “ser adolescente” ou apenas por “adolescente”.

O pronome “você” referindo-se a adolescente, predominou, aparecendo no *corpus* 64 vezes. A seguir, apresentamos exemplos:

[...] nossa idéia era contar pra você [...] (E14)

A gente já tava superafim de fazer uma reportagem pra ajudar você [...]. (E19)

Pelos meus cálculos você está lendo esta edição pela primeira vez. (E20)

Tenho a certeza de que você vai amar. (E21)

Essas escolhas linguísticas marcam a interação entre editorialista e leitora. Há, de certa forma, marcas de relação dialógica nos editoriais. Não há, especificamente, uma resposta da leitora, mas esta pode ocorrer por meio de um comentário ou pelo envio de uma carta para a revista. Então, por meio de recursos de interação, é como se o texto “conversasse” com a adolescente que o está lendo. Isso confirma a observação de Lira (2009), para quem os editoriais destinados a adolescentes apresentam um forte caráter conversacional, com marcas de oralidade que refletem uma linguagem jovem, como em:

Aos 14 anos, tudo o que eu queria era perder o BV e arrumar um namorado. (E14)

[...] twitam um vídeo ou vão a uma baladinha nova. (E19)

A maior incidência do pronome “você” para se referir a adolescente parece indicar o propósito de falar **para** a adolescente e não somente da adolescente. Isso pode explicar o índice maior de ocorrências do pronome “você” do que da própria palavra “adolescente” nos editoriais.

O substantivo “adolescente” apareceu apenas sete vezes, na maioria delas se referindo à definição de adolescente, materializada pela expressão “ser adolescente”, como em:

[...] para dividir as alegrias e as angústias de ser adolescente (E13)

Não é nem um pouco fácil ser adolescente. (E10)

[...] foi lembrar porque ser adolescente é, assim, tão difícil. (E10);

Porque, das delícias de ser adolescente, essa é uma das maiores. (E1)

Nesses exemplos, não há marcas de interação autor-leitor. A editoralista parece estar avaliando a fase da adolescência, o que é ser adolescente. Então, ela está representando, ao mesmo tempo em que avalia, o que é ser adolescente. Nos exemplos, a representação é de que ser adolescente é vivenciar contradições, como: alegrias / angústias; dificuldades / delícias.

Apenas em dois casos a palavra “adolescente” apareceu sem estar acompanhada do processo relacional “ser”, que são:

Também temos os produtos mais legais que uma adolescente pode querer. (E17)

[...] nossa repórter Karol Pinheiro realizou o seu sonho de adolescente em missão especial para a Capricho. (E16)

Outra forma linguística usada para se referir à adolescente é o uso de pronomes em 1ª pessoa. Analisamos ocorrências de “eu” e “me”, que são mais frequentes no *corpus*. Observamos que uma mesma forma para 1ª pessoa aponta para diferentes situações em que o enunciador está envolvido. Quando o participante aparece referido com pronome de 1ª pessoa no *corpus*, quatro significados ou papéis são verificados: “eu adolescente”; “eu editoralista contando experiências vivenciadas na adolescência”; “eu editoralista trabalhando para a revista” e “eu adolescente”. O primeiro significado “eu adolescente” pode ser verificado nas passagens:

Ele morre de ciúme quando [eu] saio com as minhas amigas. Tem medo de que eu fique me oferecendo para outras garotas. E, por ser mais velho, não quer sair com a gente. (E14)

[Eu] Namorei por três meses, mas terminamos. Que alívio! Me sentia muito presa. [Eu] Gosto mesmo é de ficar. (E14)

Esses são depoimentos de adolescentes que relatam suas experiências, especificamente sobre como se sentem nos relacionamentos amorosos. Tais depoimentos são trazidos para os editoriais em forma de citações. Nessas ocorrências, apesar de ser usada 1ª pessoa, não há nomeações, ou seja, os enunciadores não são identificados. Em outras ocorrências, porém, a adolescente aparece identificada pelo nome ou apelido ou pela cidade de origem. Nesses casos, é usada a 3ª pessoa, indicando que a editorialista fala da adolescente. É a voz da editorialista em ação no discurso. Nesses casos, a adolescente é o assunto, como nos exemplos a seguir:

A Marina Freire, queridíssima da ex-Galera Capricho, de Aracaju, esteve lá em julho passado e mandou pra gente as lindas fotos de sua viagem. (E16)

Lembro o dia em que a Isabela descobriu do que era chamada e chorou na frente de todo mundo. (E3)

Nat Vittorini, da Galera Capricho, queria que sua mãe fosse menos estressada [...]. (E9)

Já como exemplos do significado “eu editorialista contando experiências vivenciadas na adolescência”, citamos os seguintes:

Eu esperava as minhas ansiosamente. Na praia, eu não era a Tati CDF branquela-magricela-e-sem-peito da escola. Eu era a Tati que sabia pegar onda de prancha e podia usar qualquer biquíni. Eu era a irmã da Thaís, a garota mais linda da praia, e me aproveitava disso para ir aos luaus mais concorridos. [Eu] Tinha um bronze incrível. [Eu] Corria 30 minutos todo fim de tarde. [Eu] Jogava frescobol. [Eu] Conhecia todo mundo. E, o melhor de tudo, [eu] podia acordar às 11 e dormir depois da meia-noite por mais de 30 dias seguidos. (E1)

Eu nem era a popular do colégio, mas me juntava ao coro dos zoadores. [Eu] Acho que muito mais por insegurança do que porque

estava realmente achando engraçado. Talvez eu me solidarizasse com aquelas meninas ao enxergar meus próprios defeitos. Mas [eu] acho que tinha tanto medo de ser eu o alvo da gozação que [eu] acabava zoando também. (E3)

Nesses exemplos, a editorialista está “falando” enquanto adolescente, representando experiências vivenciadas por ela durante sua adolescência. No primeiro caso, ela apresenta as suas férias de verão; no segundo, apresenta sua experiência com o *bullying*. Nesses casos, há encenação do papel de adolescente.

O significado “eu editorialista trabalhando para a revista” pode ser verificado nestes exemplos:

Assim, em meio a tanta emoção, é que produzimos esta Edição do Amor, que tem tudo para ser especial – são 114 páginas recheadas de reportagens, que, [eu] espero, deixem seu coraçãozinho tão palpitante quanto o de toda a redação neste movimentado fechamento. Bom Dia dos Namorados (quer dizer, do amor!) pra você! (E11)

Putz, são 10 da noite, sexta-feira chuvosa, fria, fechamento. Eu tinha me programado para escrever sobre a festa de 15 anos (dá pra ver pela ilustração, né?). [Eu] Havia até começado um texto sobre isso, mas hoje, no meio da tarde, eu perdi o documento no word e agora [eu] estou recomeçando. E, então, [eu] decidi mudar o tema. (E15)

A matéria Beauty awards será a despedida da nossa querida editora Manu Aquino. Em busca de vôos mais altos (tudo bem, [eu] vou contar: ela vai ser dona de um restaurante!), ela deixa nossa equipe. Sabe do que eu mais vou sentir falta? Das gargalhadas gostosas que animavam os nossos fechamentos. Valeu, Manu! (E17)

Nessas passagens, Tatiana está no papel de editorialista, e não mais de adolescente, já que destaca alguns momentos vivenciados no contexto de sua profissão. Podemos relacionar esse fato ao argumento de Braga (2005), segundo a qual as revistas tornam “notícia” o seu próprio processo produtivo.

Podemos entender, portanto, que as marcas linguísticas de 1ª pessoa indicam a presença do enunciador em diferentes situações. Em duas delas, o enunciador é autor do texto: “eu editorialista trabalhando” e “eu editorialista contando experiências vivenciadas na adolescência”. O outro enunciador presente nos textos é a própria adolescente, que dá depoimentos sobre alguns temas. Então,

encontramos dois enunciadores nos editoriais analisados, mas um deles exerce dois papéis diferentes (como adolescente e como profissional).

Como mencionado anteriormente, na maioria dos textos, a autora é protagonista de experiências vivenciadas na adolescência. Isso ocorre quando o participante aparece em 1ª pessoa com verbos no passado. Dessa forma, está sendo construída uma representação do que é ser adolescente. Quando os verbos estão no passado, há relatos de experiências vivenciadas pela autora do texto durante a adolescência, como observamos nas passagens a seguir:

Aos 14 anos, tudo o que eu queria era perder o BV e arrumar um namorado. Antes de dormir, passava horas fantasiando sobre como seria o meu namoro, tudo o que a gente (qualquer que fosse o namorado) faria junto [...] (E14)

Aos 17 anos, eu tinha acabado de terminar o ensino médio e ia começar o cursinho. Estava de férias, em casa, e passava o tempo lendo muitos livros e vendo filmes. Aí, eu aluguei um DVD que se chamava La Doublé Vie de Véronique. Adorei a história, mas fiquei obcecada pelo corte de cabelo chanel da protagonista. (E2)

Na verdade, nesses exemplos, o uso do pronome “eu” tem efeito semelhante a “você”, pois, no contexto da revista, uma adulta relata experiências de sua adolescência para projetar a adolescente leitora a experiências semelhantes, talvez típicas dessa fase da vida.

Entretanto, o pronome “eu” também aparece como participante de verbos no presente, como em:

[Eu] Espero que esta edição te inspire, assim como aquele filme me inspirou. (E2)

E porque [eu] quero que você pense muito neste assunto: rir junto ou mesmo ignorar o que estão fazendo com seus colegas é ser tão sacana quanto quem comanda a zoação. Por isso, se rolar com alguém da sua escola, não deixe passar. (E3)

[Eu] Estou te contando essa história porque, ontem, durante o treino, achei tudo muito parecido com o jeito como a gente leva a vida quando tem 14, 15 anos. A gente já se acha grande e madura, capaz de fazer tudo: viajar sozinha, voltar às 3 da manhã, dormir na casa do namorado. E, muitas vezes, entra nas maiores roubadas justamente porque não estava preparada. (E7)

Nesses exemplos, verificamos que a editoralista não está mais como experienciadora de situações ligadas à adolescência, mas, sim, como uma adulta que tem por objetivo auxiliar outras adolescentes em seus problemas, realizando, assim, diferentes funções de fala, as quais descrevemos a seguir.

3.2.2 Análise das funções de fala e dos modos oracionais

A maioria dos textos analisados (70,83%) apresenta estruturas linguísticas que materializam propostas, nos termos de Halliday & Matthiessen (2004), direcionadas às leitoras da revista. Grande parte dessas propostas são realizadas léxico-gramaticalmente pelo modo imperativo, materializando a função de fala comando (solicitação de bens e serviços). Como exemplos⁹ de comandos, no modo imperativo, temos, dentre outros, os seguintes:

Corra para a página 72 e confira o making of no site: capricho.com.br. (E19)

[...] visite o site www.deixeomundomaispink.com.br. (E5)

Em E19, a autora solicita que a leitora vá até a página 72 para ler a matéria sobre como entender os meninos e, também solicita que a adolescente confira o ensaio de fotos no *site* da revista. Em E5, Tatiana solicita que a leitora entre no *site* da campanha da Capricho.

Além disso, verificamos ocorrências de metáforas interpessoais, quando o modo declarativo é usado com função de comando, como nestes exemplos¹⁰:

E, a partir da página 23, você confere a cobertura completíssima do evento. (E21)

[...] você confere lá no nosso site (o capricho.com.br). (E6)

⁹ Os comandos estão sublinhados nos exemplos.

¹⁰ As metáforas interpessoais estão sublinhas nos exemplos.

[...] foi ela mesma que pintou o olho, como você vai ver na pág. 32. (E6)

[...] um megaespecial de moda e beleza cheios de idéias para você turbinar o seu visual. (E2)

Embora apresentem estrutura declarativa (verbos no indicativo), indiretamente, essas orações funcionam como comandos. É uma forma de abrandamento da ordem.

Além de propor a leitura das matérias publicadas nas edições, também apresentam-se comandos para a leitora visitar os sites da Capricho, como em:

confira o making of no site: capricho.com.br. (E19)

acompanhe tudo em nocapricho.com.br. (E21)

confira em capricho.com.br/diversão. (E21)

Também se propõe que a leitora confira as campanhas lançadas pela revista, como em:

corra para o site www.eudeixoomundomaispink.com.br. (E21)

se quiser conhecer o manifesto todo, visite o site www.deixeomundomaispink.com.br. (E5)

Há, ainda, propostas para as leitoras participarem dos eventos promovidos pela revista, como em:

[...] estarei no NoCapricho, no Espaço das Américas, em São Paulo, experimentando ao vivo as páginas de Capricho. Se estiver na cidade, não deixe de ir. (E20)

Além dos modos imperativo e declarativo, a proposta de atividades também é feita por meio do modo interrogativo, como neste exemplo:

Em busca dessa resposta, a editora-assistente Isabela Noronha fez às duas garotas uma proposta muito ousada: que tal trocar de mãe por um tempinho? (E9)

A partir da identificação dos modos oracionais que realizam propostas, observamos que a maioria dessas propostas estão relacionadas à revista *Capricho*. As adolescentes são, mais frequentemente, convidadas a participar de eventos promovidos pela *Capricho*, acessar os *sítes* indicados pela revista, ler as matérias presentes na edição. Mas também há propostas envolvendo relacionamento familiar, como vimos no exemplo de E9, no qual a editora-assistente propõe a duas garotas que troquem de mãe por um tempo.

Esses dados mostram que, nos editoriais da *Capricho*, a linguagem é usada para influenciar de alguma maneira o comportamento das adolescentes. Convidando-as a desempenharem determinados papéis e praticar determinadas ações que estimulam a participação nos eventos promovidos pela revista, a revista incentiva ao seu consumo pelas adolescentes.

Depois de ter mostrado propostas dirigidas às leitoras, considerando passagens em que há marcas linguísticas que se referem à adolescente, a seguir, na seção 3.2.3, analisamos as marcas de avaliação nos enunciados em que há experiências relacionadas às adolescentes, considerando os papéis “eu adolescente” e “eu editorialista contando experiências vivenciadas na adolescência”¹¹.

3.2.3 Avaliações relacionadas às adolescentes

Nesta seção é apresentada análise de ocorrências de avaliatividade¹² relacionadas às adolescentes. Verificamos os índices de atitude (afeto, apreciação e julgamento) e gradação presentes nas orações em que há referências a adolescente. A descrição desses sistemas, em cada texto, encontra-se em Apêndice B.

¹¹ Os outros dois papéis, em que aparecem marcas de 1ª pessoa, “eu editorialista profissional” e “eu adulta”, não serão considerados, porque o objetivo é verificar as avaliações relacionadas a adolescente.

¹² As marcas de avaliatividade aparecem sublinhadas nos trechos extraídos do *corpus*.

3.2.3.1 Marcas de atitude

Em termos léxico-gramaticais, o afeto, segundo Martin & White (2005), realiza-se através de elementos modificadores de participantes e processos mentais (principalmente emotivos) e comportamentais, como Atributos e adjuntos modais. Pode partir do autor ou de uma outra pessoa, sendo autoral (1ª pessoa) ou não-autoral (2ª ou 3ª pessoas). Podemos verificar manifestações de afeto nos seguintes exemplos:

Eu esperava as minhas ansiosamente. (E1)

Mallu é uma garota muito especial. Tem talentos de gente grande e jeito de menina. Não está deslumbrada com a fama e só a conquistou porque realmente é muito boa no que faz. Ama o que faz. (E6)

Nesses exemplos há evidências de afeto, num grau elevado em função das marcas de intensificação que os acompanham (a análise das marcas de gradação está apresentada na subseção 3.2.3.2). Em E1, a manifestação de afeto está instanciada numa oração mental, que apresenta o desejo que Tatiana tinha de que as suas férias chegassem logo, salientada pelo adjunto de modo “ansiosamente”.

Em E6, Tatiana avalia a cantora Mallu (uma adolescente) como sendo alguém muito especial que ama sua profissão.

No *corpus*, a adolescente é citada em 90 ocorrências de afeto. Isso contribui para a representação da adolescente como alguém emotivo, sentimental. Os seguintes exemplos manifestam essa representação:

[...] uma garota pink: 1. Ama a si mesma. (E5)

E eu ficava frustrada, batendo o pé. (E7)

Prefiro dormir arrependida que acordar com vontade. (E12)

[...] a gente tinha que admirar um ao outro. Confiar um no outro. (E14)

Também verificamos ocorrências de afeto em que a revista ou a equipe da revista está apontada. Constatamos que há oito ocorrências em que a revista, as matérias ou as reportagens são avaliadas por meio de marcas de afeto, como em:

Assim, em meio a tanta emoção, é que produzimos esta Edição do Amor, que tem tudo para ser especial [...]. (E11)

A gente já tava superafim de fazer uma reportagem pra ajudar você a entender os meninos [...]. (E19)

O índice significativo de afeto, presente no *corpus*, demonstra apelo emotivo e manifestações de carinho direcionadas à leitora. Serve também como estratégia de aproximação com a adolescente quando apresenta as matérias da edição, materializando, assim, a variável contextual relações. Além de afeto, segundo Martin & White (2005), encontramos, também, marcas linguísticas de apreciação, que se referem a aspectos estéticos - servem para avaliar objetos, fenômenos e seres. Nos editoriais em análise, a adolescente está citada em 57 ocorrências de apreciação. Como exemplos de apreciação, citamos os seguintes:

Na praia, eu não era a Tati CDF branquela-magricela-e-sem-peito da escola. (E1)

Eu era a irmã da Thaís, a garota mais linda da praia. (E1)

Tinha um bronze incrível. (E1)

E Isabela, claro, era gordinha. (E3)

Podemos observar, a partir desses exemplos, que a apreciação ganha destaque ao tratar da aparência física. Em E1, na primeira passagem, a autora explica que nas férias de verão ela deixaria de ser reconhecida por atributos que, no contexto escolar, chamavam a atenção: de pele muito branca, muito magra e com seios pequenos. Ela está apreciando a forma física que tinha quando era adolescente. Essas características são comuns na adolescência e costumam perturbar as meninas. Na segunda passagem de E1, a autora aprecia a sua irmã como sendo “a garota mais linda da praia”. Em E3, a autora explica que o apelido de Isabela, uma colega da escola, era Isabola, pois ela era gordinha.

É relevante, ainda, observar que a revista ou a equipe da revista aparece em 38 ocorrências de apreciação. Esse índice mostra que a revista aprecia muito suas matérias, reportagens, campanhas, como em:

[...] e na matéria Verão de Arrasar, maneiras criativas de aproveitar as férias [...]. (E1)

Foi por isso que decidimos, rapidinho, fazer um guia do namoro perfeito, assinado pela repórter Renata Reys e pela editora Luise Takashina, lá na pág. 78. (E14)

E, para deixar a matéria linda de morrer, a editora criativa Adriana Yoshida reuniu os três em São Paulo e uma equipe megatalentosa para um ensaio de fotos escândalo! (E19)

Os bastidores da edição mais emocionante de NoCapricho. (E21)

O índice relativamente elevado de manifestações de apreciação nos textos analisados demonstra que a autora dos editoriais aprecia o que escreve. Novamente podemos relacionar esse resultado à constatação feita por Braga (2005), a qual afirma que, no editorial, as revistas tornam “notícia” o seu próprio processo produtivo, ou seja, a sua produção. No caso dos editoriais da Capricho, além de “noticiar” seu processo produtivo, avaliam positivamente esse processo por meio de marcas de apreciação.

Voltando às avaliações relacionadas a adolescente, encontramos alta frequência de marcas de julgamento (105 ocorrências) nos textos analisados, como em:

Mas essa foi a primeira vez em que fui PUNIDA por passar cola [...]. (E4)

Mas... adianta reclamar da mãe? (E9)

Virei as costas e fui pra casa com uma sensação de alívio [...]. (E13)

Com relação à avaliação da revista, matérias ou reportagens, foram encontradas apenas seis ocorrências de julgamento, como em:

[...] a editora de moda Cecília Fontes cumpriu uma verdadeira maratona fashion. (E5)

Em clima de reality de TV e com um enorme esforço de reportagem Isa convenceu as mães envolvidas [...]. (E9)

Isso significa que o comportamento das adolescentes é avaliado com mais frequência do que as ações da equipe de produção da revista (esta é mais apreciada do que julgada).

Podemos verificar, no Quadro 21, as ocorrências das marcas de avaliação relacionadas à adolescente e à revista.

Quadro 21 – Ocorrências das marcas de avaliação relacionadas à adolescente e à revista.

Marcas de Avaliação	Adolescente	Revista
Afeto	90	08
Apreciação	57	38
Julgamento	105	06

Com isso, verificamos que a adolescente aparece mais frequentemente avaliada por meio de marcas de julgamento, seguida de afeto e, por último, da apreciação. Portanto, nos editoriais analisados, são mais avaliados comportamentos, principalmente das adolescentes, do que emoções e aspectos estéticos. Consideramos que os comportamentos são mais avaliados na revista, pois esta deseja que a(s) garota(s) siga(m) os exemplos, expostos nas edições, de outras adolescentes e, principalmente, as experiências vivenciadas pela editorialista. Seguindo isso, as adolescentes poderão chegar a ter sucesso e realizações, assim como a editorialista da revista.

3.2.3.2 Marcas de gradação

Marcas de gradação também são frequentes nos editoriais selecionados para o presente trabalho, com a função de intensificar julgamentos, emoções e apreciações. Podemos citar como exemplos:

Zoar os outros, mesmo que de longe, é muito cruel. (E3)

Tinha um bronze incrível. (E1)

Em E3, verificamos marca de julgamento (“cruel”) que é intensificada pelo advérbio “muito”. Este funciona, na teoria de Martin & White (2005), como um recurso de Força. Na passagem de E1, ao mesmo tempo em que aprecia o bronzeado, intensifica-o com o uso do adjetivo “incrível”.

De acordo com Martin & White (2005), ao fazermos uma avaliação, escolhemos o quanto queremos aumentar ou diminuir o grau de nossa avaliação. Daí resulta a gradação que é uma propriedade geral dos valores do afeto, do julgamento e da apreciação, interpretando-os com maior ou menor grau de positividade ou negatividade. Como exemplos de baixo grau e alto grau, identificados no *corpus*, apresentamos os seguintes:

Depois, no outro mês, aumentei um pouquinho, só cinco minutos. (E7)

[...] e, em toda a minha vida, tive uma grande paixão. (E14)

Em E7, a autora avalia em baixo grau, por meio do advérbio “pouquinho”, o quanto aumentou na sua atividade física. Em E14, a autora avalia em alto grau, por meio do adjetivo “grande”, a paixão que teve em toda a sua vida.

O grau da avaliação, conforme Martin & White (2005), pode ser não só da ordem da força, mas também do foco. Aquele pode ser graduado de acordo com a intensidade ou quantidade. Já o segundo pode ser graduado de acordo com a prototipicidade ou precisão.

A força, para Martin & White, realiza-se por meio de itens lexicais que denotam intensificação (“muito”, “mais”, “pouco”...) ou que denotam quantificação (“poucos”, “vários”...). No *corpus* selecionado, observamos que há mais intensificação (75 ocorrências) do que quantificação (24 ocorrências). A seguir, citamos alguns exemplos de intensificação.

Mallu é uma garota muito especial. (E6)

Assim, em meio a tanta emoção, é que produzimos esta Edição do Amor, [...]. (E11)

A gente já tava superafim de fazer uma reportagem pra ajudar você a entender os meninos [...]. (E19)

Em E6, a autora intensifica a qualidade da cantora Mallu, por meio do advérbio “muito”. Em E11, a intensificação da emoção da equipe da revista ao realizar a edição sobre o Amor é realizada por meio do pronome indefinido “tanta”. Em E19, há uma intensificação de um sentimento por prefixação (“super”).

Com relação à quantificação, podemos citar os exemplos a seguir:

O legal é ter muitas, muitas amigas. (E13)

Eu mesma namorei muito pouco [...]. (E14)

No primeiro exemplo, o pronome indefinido “muitas” está quantificando para um alto grau o número de amigas. Em E14, a autora quantifica suas relações amorosas para um grau mínimo.

Com relação ao foco, Martin & White (2005) o caracterizam como sendo a categoria não passível de graduação e que se refere à classificação prototípica dos seres ou comportamentos. Tem por função acentuar ou amenizar determinada perspectiva. Como exemplos, citamos:

[...] fazer um guia do namoro perfeito [...]. (E14)

[...] na verdade, elas podem mudar o mundo. (E15)

Primeiro, porque você não é Carolina nem Gisele é você. (E22)

Em E14, o “guia” é a marca do foco. A autora avalia a matéria em questão como um “guia”, o protótipo das dicas pelas quais a adolescente conseguirá ter uma relação amorosa. O adjetivo “perfeito” acrescenta uma apreciação positiva à matéria. Em E15, o adjunto “na verdade” torna o foco mais preciso em relação à mudança do mundo por meio das nossas ações. Em E22, há referência a protótipos de beleza: a atriz Carolina Dieckman e a modelo Gisele Bündchen.

A partir desses dados, é possível fazer uma representação da adolescente, associando à descrição do sistema de transitividade, proposto por Halliday & Matthiessen (2004). Na próxima seção, tratamos dos papéis léxico-gramaticais desempenhados pelas adolescentes nos textos selecionados.

3.3 Representações para adolescentes nos editoriais da Capricho

Nesta seção são verificados os papéis léxico-gramaticais, a partir de categorias do sistema de transitividade, de Halliday & Matthiessen (2004), desempenhados nas orações de que a adolescente participa. A descrição do sistema de transitividade encontra-se no Apêndice C.

Como citamos na seção 1.1, a transitividade é “entendida como a categoria gramatical relacionada à metafunção ideacional da Linguística Sistêmico-Funcional, que se refere à representação das ideias, da experiência humana” (HALLIDAY & MATHIESSEN, 2004, p.170). Esta, segundo os autores, é entendida como um fluxo de acontecimentos ou atos ligados a agir, dizer, sentir, ser, ter ou existir, sendo a transitividade a responsável pela materialização desse conjunto de atividades por meio dos processos que são realizados por verbos.

No papel de Experienciador¹³, a adolescente participa de processos mentais emotivos, desiderativos, cognitivos e perceptivos.

Há 9 ocorrências em que a adolescente participa como Experienciador de processos mentais emotivos, como:

É que, durante quase dois anos, me senti refém dessa amizade. Quando me dei conta, eu não tinha mais uma turma de amigas. Tinha uma só, que sentia ciúme da galera do prédio, do clube e da escola. (E13)

Namorei por três meses, mas terminamos. Que alívio! Me sentia muito presa. [...] Me sentia tão pressionada que terminei tudo. (E14)

[Eu] Gosto mesmo é de ficar. (E14)

[...] Mallu [...]. Ama o que faz. (E6)

Nas orações mentais emotivas, a adolescente experiencia, na maioria das vezes, sentimentos que estão ligados a relacionamentos com amigas ou namorados. Em E13 e E14, por exemplo, a adolescente é Experienciador de sentimentos negativos causados pelo ciúme de amigas e namorados, o que gera a sensação de pressão e falta de liberdade. Em E14, a adolescente manifesta preferência por relações sem compromisso com garotos, o que parece estar relacionado à pressão

¹³ Para destacar as marcas linguísticas nos exemplos citamos, sublinhamos os participantes e os processos.

do namoro, do ciúme, da falta de liberdade. Já em E6, o processo amar é usado para representar o amor de uma adolescente pelo seu trabalho - que é o de cantora.

Além de orações mentais emotivas, há 7 ocorrências da participação da adolescente em orações mentais desiderativas, dentre as quais estão:

Nat Vittorini, da Galera Capricho, queria que sua mãe fosse menos estressada e parasse de encher o saco com essa história de arrumar a cama ou ajudar em casa. (E9)

A Rê Benedetti, que também é da Galera, queria que a mãe fosse menos ocupada e tivesse mais tempo pra ela. (E9)

[...] Quando me dei conta, eu não tinha mais uma turma de amigas. Tinha uma só, que sentia ciúme da galera do prédio, do clube e da escola. Que queria ler tudo o que eu escrevia na agenda. (E13)

Aos 14 anos, tudo o que eu queria era perder o BV e arrumar um namorado. (E14)

Por meio de orações mentais desiderativas, a adolescente aparece representada como alguém desejando comportamentos diferentes por parte de pessoas de suas relações, como em E9 e E13, e acontecimentos relacionados a namoro, como em E14. São, portanto, desejos com relação à família, às amizades e aos relacionamentos amorosos.

Quanto às orações mentais cognitivas, a adolescente desempenha o papel de Experienciador em apenas três ocorrências, conforme os exemplos a seguir:

Eu era a Tati que sabia pegar onda de prancha e podia usar qualquer biquíni. (E1)

A gente já tava superafim de fazer uma reportagem pra ajudar você a entender os meninos e conquistar aquele de quem você é a fim (ou esquecê-lo de vez). (E19)

De um tempo em que eu tinha menos preocupações, em que grana nem importava tanto, em que enfrentava ondas enormes, em que esquecia o que estava rolando por aqui, no Brasil. (E23)

Em E1, o processo mental cognitivo “saber” indica que Tatiana, enquanto adolescente, sabia surfar. Em E19, a revista fez uma matéria para ajudar a

adolescente a esquecer (processo mental cognitivo) o menino de quem é a fim. Em E23, também há o processo mental “esquecer”, mas, nesse caso, é usado para enfatizar que nas férias Tatiana esquecia o que estava acontecendo no seu país.

Nas orações relacionais, verificamos que, na maioria das vezes, a adolescente participa como Portador, como em:

Tinha um bronze incrível. (E1)

Isabola. Era esse o apelido de uma colega do primeiro ano do ensino médio. O nome dela, claro, era Isabela (sim, nesse caso, é impossível omitir). E Isabela, claro, era gordinha. (E3)

[...] Mas botaram nela o apelido de Duda. Ela achava que era porque a Malu Mader, na época, fazia uma novela em que era a Duda, uma top model. Mas, na verdade, é porque ela era... bigoDUDA. (E3)

Pode ser que, até dezembro, você não consiga se livrar de todos os quilinhos de que gostaria ou ter um bumbum de passista de escola de samba. (E22)

E confesso que senti um tantinho de inveja das garotas lindas que vi: vivem na praia. [...] (as garotas lindas que vi) Têm pele dourada, cabelo manchado de sol (de um jeito lindo) e um ar permanente de saúde e felicidade. (E23)

Os atributos relacionados às adolescentes, nesses exemplos, remetem à aparência física, como: “bronze incrível”, “gordinha”, “bigoduda”, “bumbum de passista de escola de samba”, “pele dourada”, “cabelo manchado de sol” e “um ar permanente de saúde e felicidade”. Esses atributos estão relacionados às apreciações feitas pela revista.

Na função de Comportante, a adolescente participa como alguém que pode acordar na hora que quiser, como alguém que viaja sozinha, que dorme na casa do namorado, que grita, chora, abraça e namora. Verificamos a adolescente como Comportante nas seguintes passagens:

E, o melhor de tudo, podia acordar às 11 e dormir depois da meia-noite por mais de 30 dias seguidos. (E1)

Estou te contando essa história porque, ontem, durante o treino, achei tudo muito parecido com o jeito como a gente leva a vida quando tem 14, 15 anos. A gente já se acha grande e madura,

capaz de fazer tudo: viajar sozinha, voltar às 3 da manhã, dormir na casa do namorado. (E7)

[...] bastava passar pelas catracas da entrada do estádio para que elas começassem a gritar, se abraçar e chorar. (E11)

Namorei por três meses, mas terminamos. Que alívio! (E14)

Os comportamentos das adolescentes estão relacionados ao que fazem nas horas de lazer (E1, E7, E11) e como agem nos relacionamentos (E14).

Ao participarem como Ator em orações materiais, as adolescentes são representadas como agentes em contextos de lazer, estudos e beleza:

Eu era a irmã da Thaís, a garota mais linda da praia, e me aproveitava disso para ir aos luaus mais concorridos. Corria 30 minutos todo fim de tarde. (E1)

Aos 17 anos, eu tinha acabado de terminar o ensino médio e ia começar o cursinho. Então, na mesma semana, tomei coragem e marquei hora no salão. Do nada, abandonei os 30 cm de comprimento que me acompanharam a vida toda. (E2)

Novamente verificamos que processos relacionados à aparência estão sempre presentes como uma preocupação da revista:

Para a Capricho, adolescente passeia e pratica atividade física somente nas férias, estuda, vai a festas. Em outras palavras, adolescente se diverte, namora e, também, estuda. As escolhas léxico-gramaticais analisadas materializam, assim, o campo do discurso nos editoriais da Capricho segundo o qual as adolescentes são representadas quanto à aparência física (beleza), relacionamentos (namoro, família e amizade), lazer (férias, festas e atividades físicas) e estudo (ensino médio, cursinho e intercâmbio). Esses são os contextos de situação em que as adolescentes estão inseridas e participam como Experienciador, Ator, Comportante e Portador.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao chegar ao final desta dissertação, apresentamos algumas considerações finais sobre o trabalho de análise dos editoriais da *Capricho*.

No Capítulo 1, abordamos os conceitos de linguagem, de texto e de contexto, na perspectiva sistêmico-funcional. Em seguida, foram apresentados conceitos de representação social que consideramos na análise dos dados. Também abordamos o conceito de gênero textual como ação social, perspectiva adotada para este trabalho. Apresentamos também aspectos sobre mídia e gênero editorial, a fim de chegarmos às representações da adolescente manifestadas pela linguagem usada em editoriais de uma revista voltada para adolescentes.

Com relação à Linguística Sistêmico-Funcional, revisamos pressupostos teóricos sobre a metafunção ideacional, materializada pelo sistema de transitividade, bem como a metafunção interpessoal, em relação às funções de fala, aos modos oracionais e, também, à Teoria da Avaliatividade proposta por Martin & White (2005), com ênfase nos sistemas atitude e gradação.

No segundo capítulo, explicamos os procedimentos metodológicos que foram adotados. Apresentamos o universo de análise, a constituição do *corpus* e os passos de análise.

No Capítulo 3, realizamos a análise dos dados linguísticos e a discussão, partindo das variáveis contextuais dos editoriais da revista *Capricho* que foram selecionados para esta dissertação. Após, foram apresentados os recursos interpessoais presentes nesses editoriais e, também, foram identificados, por meio da descrição da transitividade, as representações para adolescentes nos textos, pois o objetivo geral da pesquisa era analisar como a linguagem é usada para reproduzir ou construir a representação da adolescência nos editoriais da revista *Capricho*.

No decorrer do trabalho, fomos respondendo aos objetivos específicos desta pesquisa. Verificamos, inicialmente, que as adolescentes estão envolvidas, nos editoriais da *Capricho*, nos seguintes campos do contexto de situação: saúde, beleza, relacionamento (família, namoro e amizade), lazer (férias, festas, shows) e estudo (escola, cursinho e intercâmbio). A partir dos dados contextuais, tornou-se possível encaminhar a investigação sobre linguagem e representação no contexto dos editoriais da revista para adolescentes envolvida para análise.

A variável **campo** foi observada, nos textos analisados, quando a editorialista compartilha suas impressões sobre vários assuntos, cita exemplos de vários momentos vivenciados por ela, principalmente no tempo de adolescente. Tatiana compartilha vivências que envolvem a adolescência em diferentes situações, como: nas férias (em E1 e E23), em viagem de intercâmbio (em E4), nas relações de amizade (em E13), nas relações de namoro (em E14), nas relações familiares (em E9).

A variável **relações** foi observada por vários recursos linguísticos. Um deles é o uso da interjeição “oi”, no título dado ao editorial. Essa interjeição expressa um cumprimento de boas-vindas, sendo muito utilizada tanto por jovens como por adultos que têm certa proximidade. Assim, a revista procura estabelecer uma relação de baixa formalidade com as leitoras, minimizando a distância social entre os participantes (autora e leitoras). Outro recurso usado com esse propósito é a presença, no final de cada texto, de uma despedida carinhosa. Também há o uso de vocativos e dêiticos (você, te).

A variável **modo** foi identificada a partir do formato diferenciado do editorial da revista Capricho se comparado aos editoriais de jornais e de outras revistas. Na Capricho o texto é assinado, mostrando de quem é a voz que se dirige ao leitor. Também há um elemento pouco comum nos editoriais em geral: a foto da editorialista.

Quanto ao segundo objetivo específico – relacionado aos recursos interpessoais –, verificamos que a adolescente aparece referida no *corpus*, predominantemente, pelo pronome “você” como interlocutor do texto. Também aparece referida pelo pronome “eu”, como Dizente, relatando experiências vivenciadas. Essas marcas linguísticas estabelecem relação de proximidade, materializando interação autor-leitor.

Essas interações autor-leitor podem ser consideradas características marcantes nos editoriais analisados. Por meio desses recursos interpessoais da linguagem, o editorial se assemelha a uma “conversa” por escrito com a leitora. Isso faz lembrar outro gênero textual – a carta pessoal. Então, podemos concluir que o *Oi da Editora* é um editorial, mas apresenta recursos de interação comuns no gênero carta, em que o tom de “conversa” é característico. Observamos, também, que muitas vezes são realizados comandos, nos modos oracionais imperativo,

declarativo e interrogativo para apresentar propostas às leitoras, relacionadas a eventos, campanhas, *shows* promovidos pela Capricho.

Com relação aos recursos de avaliatividade presentes nos editoriais, identificamos as que emanam da própria revista e as que são atribuídas a adolescente.

Destacamos que as marcas de gradação são frequentes no *corpus*. Há ocorrências de intensificação, tanto em baixo grau (7 vezes) como em alto grau (68 vezes). As emoções, os sentimentos, as apreciações e os julgamentos são intensificados em 75 ocorrências.

Podemos observar, a partir da análise dos recursos de transitividade, - atendendo ao 4º objetivo específico deste trabalho - que a adolescente é representada, nos textos analisados, como uma garota que namora, que passeia, que gosta muito de férias, que vai a *shows* e eventos, que se relaciona com familiares e amigos.

A adolescente aparece referida nos editoriais, na maioria das vezes, pelo pronome “você” como interlocutor do texto. Também aparece referida pelo pronome “eu”, como Dizente, relatando experiências vivenciadas. Outras vezes, ainda, pronomes e verbos em 1ª pessoa são usados pela voz autoral para marcar sua posição como adolescente em experiências passadas. Esses são os recursos de aproximação na interação.

Muitas vezes são usados comandos, nos modos oracionais imperativo, declarativo e interrogativo para apresentar propostas às leitoras, relacionadas a presença nos eventos, participações nas campanhas, leitura das matérias.

No que se refere à avaliatividade, verificamos que marcas de julgamento predominaram no *corpus*, seguidas de marcas de afeto e apreciação. Marcas de gradação também são frequentes nos textos, predominando a força por intensificação. Dessa forma, são intensificados sentimentos, emoções, apreciações e julgamentos. A gradação está claramente relacionada a atitudes das adolescentes representadas nos editoriais e da própria equipe de produção da revista.

Podemos considerar, a partir das análises, que a adolescente deve fazer o que a editorialista cita nos editoriais e seguir o seu exemplo, para conseguir chegar a uma carreira de sucesso como a dela.

Verificamos duas representações centrais nos textos analisados:

a) adolescente é confusa (vivencia contradições), insegura, mas, ao mesmo tempo, quer ser independente (ser adulta) e, por isso, também é rebelde. Por causa dessa rebeldia, acaba, muitas vezes, não conversando com os pais nem obedecendo a eles, mas procura ajuda com estranhos, e até seguindo conselhos dados por pessoas que não são do seu círculo familiar. Nesse caso, o "estranho" é a Capricho, que tem sua representação como a "adulta-adolescente", amiga e conselheira, com a vantagem de que não dá broncas nem faz cobranças. Daí advém outra representação social:

b) a relação difícil entre pais e filhos adolescentes, a dificuldade de compreensão que existe entre adultos/pais e adolescentes/filhos.

A respeito da contribuição do presente trabalho para o ensino de língua, consideramos subsídios linguísticos para se analisar como os sentidos são construídos no texto.

É importante mostrar, analisar e escrever textos que instanciam determinado gênero em sala de aula com os alunos. Dessa forma, o poder da linguagem, quando usada de maneira adequada, será percebido pelo aluno. Assim, estaremos contribuindo para que haja adolescentes preparados para enfrentar uma sociedade que sofre influência da mídia e direcionada ao consumo.

Como sugestões para pesquisas futuras, destacamos as seguintes:

- investigar os papéis léxico-gramaticais desempenhados pela editoralista e por outros atores sociais trazidos para os textos, a fim de verificar como esses atores sociais aparecem representados no discurso;
- analisar as orações projetadas presentes nos editoriais da Capricho ou de outras revistas;
- analisar as marcas de avaliatividade usadas em relação à própria voz autoral e às ações e matérias relacionadas à revista Capricho (como a voz autoral avalia a própria revista);
- analisar o sistema de engajamento nos editoriais, a fim de investigar como as vozes autoral e não autoral se aproximam ou distanciam das avaliações;
- analisar outros editoriais de revistas destinadas a adolescentes utilizando os pressupostos da Linguística Sistêmico-Funcional, para a identificação de mais representações que possam desvelar interesses, comportamentos e características da adolescente que circulam na mídia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRIC, J. C. O estudo experimental das representações sociais. In: JODELET, D. (Org.). **As representações sociais**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

ALMEIDA, F. D. P. **A avaliação na linguagem**. Os elementos de atitude no discurso do professor – um exercício em Análise do Discurso Sistêmico-Funcional. São Carlos: Pedro & João Editores, 2010.

ANDRADE, A. S. V. **A representação das experiências femininas nos editoriais da revista Criativa**. Salvador: UFBA, 2008. Monografia (Graduação em Comunicação com Habilitação em Jornalismo), Universidade Federal da Bahia, 2008.

AQUINO, J. G. **A representação da adolescência no cinema – anos 2000**. http://ensinandoartesvisuais.blogspot.com/2007/08/representao-da-adolescncia-no-cinema_15.html.

AYRES, C. R. **Discurso, sujeito e modalização**: uma proposta de análise do discurso editorialista. Santa Maria: UFSM, 1996. Dissertação (Mestrado em Letras), Universidade Federal de Santa Maria, 1996.

BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In: BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

BALTAR, M. **Competência discursiva e gêneros textuais**: uma experiência com o jornal de sala de aula. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 2004.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Tradução de Luis Antero Reto. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARROS, N. C. A. Variações sobre o mesmo tema. In: MOTTA-ROTH, D.; BARROS, N. C. A.; RICHTER, M. G. **Linguagem, cultura e sociedade**. Santa

Maria: Programa de Pós-Graduação em Letras, Universidade Federal de Santa Maria. p. 57-66, 2006.

BAZERMAN, C. **Gêneros Textuais, Tipificação e Interação**. Tradução de Ângela Paiva Dionísio, Judith Chamblis Hoffnagel (orgs.). Revisão técnica Ana Regina Vieira et al. São Paulo: Cortez Editora, 2005.

BELTRÃO, L. **Jornalismo Opinitivo**. Porto Alegre: Sulina, 1980.

BORTOLUZZI, V. I. **“Que justiça é essa?”**: as representações de justiça em acórdãos de *habeas corpus* e cartas do leitor. Santa Maria: UFSM, 2008. Tese (Doutorado em Letras), Universidade Federal de Santa Maria, 2008.

BRAGA, A. A. **“Sociabilidade no Livro de Visitas: uma dimensão comunicacional da feminidade contemporânea.”** In: BRAGA, Adriana (org.) CMC, Identidades e Género: teoria e método. Coleção Estudos em Comunicação. Covilhã/Portugal, Universidade da Beira Interior, 2005.

CABRAL, S. R. S. Estrutura textual e transitividade: a carta do leitor como construção da experiência. Santa Maria: UFSM, 2002. Dissertação (Mestrado em Letras), Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2002.

_____. A mídia e o presidente: um julgamento com base na teoria da valoração. Santa Maria: UFSM, 2007. Tese (Doutorado em Letras), Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2007.

CHAGAS, F. T. L. . **Discurso e Linha Editorial da Revista Capricho**. In: Intercom 2008, 2008, Natal. Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo : Intercom, 2008.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das Mídias**. Tradução de Ângela S. M. Corrêa. 1. Ed. 2ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2009.

CUNHA, M. A. F. da & SOUZA, M. M. de. **Transitividade e seus contextos de uso**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007.

ESPÍNDULA, D. H. P. & SANTOS, M. De F. de S. **Representações sobre a adolescência a partir da ótica dos educadores sociais de adolescentes em conflito com a lei.** <http://biblioteca.universia.net>, 2004.

FARENCEANA, G. S. Estudo da fábula: contexto, linguagem e representação. Santa Maria: UFSM, 2011. Dissertação (Mestrado em Letras), Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2011.

FARIA, M. A.; ZANCHETTA Jr, J. **O jornal na sala de aula.** São Paulo: Contexto, 1996.

FIGUEIRA, M. L. M. **Representações de corpo adolescente feminino na Revista Capricho: saúde, beleza e moda.** Porto Alegre: UFRGS, 2002. Dissertação (Mestrado em Ciências do movimento), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2002.

FUZER, C. **Linguagem e representação nos autos de um processo penal:** como operadores do Direito representam atores sociais em um sistema de gêneros. Santa Maria: UFSM, 2008. Tese (Doutorado em Letras), Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2008.

_____. **Linguagem e representação.** Seminário de Estudos Avançados. Palestras realizadas em 10 e 17 de maio de 2010.

FUZER, C. & CABRAL, S. R. S. **Introdução à Gramática Sistêmico-Funcional em Língua Portuguesa.** Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, UFSM, 2010.

GHIO, E.; FERNANDEZ, M. D. **Lingüística Sistêmico Funcional. Aplicaciones a la lengua española.** Santa Fe: Universidad Nacional del Litoral, Waldhuter Editores, 2008.

GOUVEIA, C. A. M. **Texto e Gramática:** uma introdução à Linguística Sistêmico-Funcional. 2009.

GUARESCHI, P.A.; BIZ, O. **Mídia e democracia**. 5. ed. Porto Alegre: PG/OB, 2009.

HALLIDAY, M.; MATTHIESSEN, C. **Construing Experience Through Meaning. A language based approach to cognition**. London: Continuum Internac. Publ. Group, 1999.

HALLIDAY, M.A.K. & MATTHIESSEN, C. **An introduction to functional grammar**. 3th. ed. London: Arnold, 2004.

HALLIDAY, M.A.K. **An introduction to functional grammar**. London: Arnold, 1985.

HASAN, R. The structure of a text. In: HALLIDAY, M. A. K.; HASAN, H. **Language, context and text**: aspects of a language in a social-semiotic perspective. Oxford: Oxford University Press, 1989.

HEBERLE, V. M. **An investigation of textual and contextual parameters in editorials of women's magazines**. Florianópolis: UFSC, 1997. Tese (Doutorado em Letras), Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1997.

_____. **A representação das experiências femininas em editoriais de revistas para mulheres**. Revista Iberoamericana de Discurso y Sociedad, v. 1 n. 3, p. 73-86. Barcelona: Editorial Gedisa, 1999.

JODELET, D. Representações sociais: um domínio em expansão. In: _____. (Org.). **As representações sociais**. Trad. Lilian Ulup. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

JORNADA, D. Z. **Avaliatividade**: estratégia discursiva na representação de atores sociais. Santa Maria: UFSM, 2009. Dissertação (Mestrado em Letras), Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2009.

JOVCHELOVITCH, S. Conhecimento, comunidade e esferas públicas. **Os contextos do saber**: representações, comunidade e cultura. Petrópolis: Vozes, 2008.

LIRA, L. C. E. **Como se constrói uma mulher**: uma análise do discurso nas revistas brasileiras para adolescentes. Brasília: UnB, 2009. Dissertação (Mestrado em Linguística), Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

LOPES, R. E. L. **Estudos de Transitividade em Língua Portuguesa**: O perfil do Gênero Cartas de Venda. São Paulo: PUCSP, 2001. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2001.

MARCUSCHI, L. A. **Gêneros textuais**: definição e funcionalidade. Rio de Janeiro: Lucerna, 2003.

MARTIN, J.R. & WHITE, P.R.R. **The Language of Evaluation, Appraisal in English**, Palgrave Macmillan, London & New York. 2005.

MELO, J. M. **Jornalismo opinativo**: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. 3. Ed.. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MEURER, J. L. & MOTTA-ROTH, D. (Orgs.) **Gêneros textuais e práticas discursivas**. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

MEURER, J. L. Role Prescriptions, Social Practices, and Social Structures: a Sociological Basis for the Contextualisation of Analysis in SFG and CDA. In: YAOUNG, L.; HARRISON, C. (Orgs.). *Analyzing Social Change Through Systemic Functional Linguistics and Critical Discourse Analysis*. London; New York: Continuum. p. 85-99, 2004.

MINAYO, M. C. de S. O conceito de representações sociais dentro da sociologia clássica. In: GUARESCHI, P.; JOVCHELOVITCH, S. (Orgs.). **Textos em representações sociais**. Petrópolis: Vozes, 2003.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais**: investigações em psicologia social. Tradução Pedrinho A. Guareschi. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

MOTTA-ROTH, D.; HEBERLE, V. O conceito de “estrutura potencial de gênero” de Ruqayia Hasan. In: MEURER, J. L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs.) **Gêneros: teorias, métodos, debates**. São Paulo: Parábola, 2005.

NEVES, M. H. de M. 1997. **A gramática funcional**. São Paulo: Martins Fontes.

OLIVEIRA, C. dos S. de. **As adolescentes negras no discurso da revista atrevida**. Belo Horizonte: UFMG, 2009. Dissertação (Mestrado em Educação), Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2009.

PINHEIRO, N. F. **A produção de sentido no discurso fragmentado: coesão e fragmentação nos textos da mídia para adolescentes**. Santa Maria: UFSM, 1997. Dissertação (Mestrado em Letras), Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 1997.

Revista Capricho, edição nº 1061, São Paulo: Editora Abril, 04 de Jan. de 2009.

_____, edição nº 1062, São Paulo: Editora Abril, 18 de Jan. de 2009.

_____, edição nº 1063, São Paulo: Editora Abril, 01 de Fev. de 2009.

_____, edição nº 1064, São Paulo: Editora Abril, 15 de Fev. de 2009.

_____, edição nº 1065, São Paulo: Editora Abril, 01 de Mar. de 2009.

_____, edição nº 1066, São Paulo: Editora Abril, 15 de Mar. de 2009.

_____, edição nº 1068, São Paulo: Editora Abril, 12 de Abr. de 2009.

_____, edição nº 1069, São Paulo: Editora Abril, 26 de Abr. de 2009.

_____, edição nº 1070, São Paulo: Editora Abril, 10 de Mai. de 2009.

_____, edição nº 1071, São Paulo: Editora Abril, 24 de Mai. de 2009.

_____, edição nº 1072, São Paulo: Editora Abril, 07 de Jun. de 2009.

_____, edição nº 1073, São Paulo: Editora Abril, 21 de Jun. de 2009.

_____, edição nº 1074, São Paulo: Editora Abril, 05 de Jul. de 2009.

_____, edição nº 1075, São Paulo: Editora Abril, 19 de Jul. de 2009.

_____, edição nº 1076, São Paulo: Editora Abril, 02 de Ago. de 2009.

_____, edição nº 1077, São Paulo: Editora Abril, 16 de Ago. de 2009.

_____, edição nº 1078, São Paulo: Editora Abril, 30 de Ago. de 2009.

_____, edição nº 1079, São Paulo: Editora Abril, 13 de Set. de 2009.

_____, edição nº 1080, São Paulo: Editora Abril, 29 de Set. de 2009.

_____, edição nº 1082, São Paulo: Editora Abril, 25 de Out. de 2009.

_____, edição nº 1083, São Paulo: Editora Abril, 08 de Nov. de 2009.

_____, edição nº 1084, São Paulo: Editora Abril, 22 de Nov. de 2009.

_____, edição nº 1085, São Paulo: Editora Abril, 06 de Dez. de 2009.

_____, edição nº 1086, São Paulo: Editora Abril, 20 de Dez. de 2009.

RIBEIRO, R. R. **A transitividade em cartas do leitor à luz do funcionalismo [manuscrito]**. Dissertação de Mestrado – Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Letras, 2009.

RYSTROM, K. **The why, who and how of the editorial page**. 2th. ed. Pennsylvania, EUA: Strata Publishing Company, 1994.

SANTA ROSA JÚNIOR, C. A. R. **Cartas marcadas**: multimodalidade discursiva e transitividade em baralhos de tarô. Dissertação (Mestrado em Linguística), Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Pernambuco, 2010.

SILVA, A. C. B. **Os editoriais de jornal**: uma abordagem discursiva. Florianópolis: Florianópolis: UFSC, 1992. Dissertação (Mestrado em Linguística), Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1992.

SILVA, D. E. G. da. Discurso institucional e identidades de moradores de rua: representações na mídia escrita. http://www.fflch.usp.br/dlcv/enil/pdf/Artigo_Denize_Elena_Garcia_da_Silva.pdf, 2007.

SCOTT, M. **WordSmith Tools**. Hong Kong: Oxford University Press, 1999.

SOUZA, M. M. **Transitividade e construção de sentido no gênero editorial**. Recife: UFPE, 2006. Tese (Doutorado em Linguística), Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2006.

TICKS, L. K. **(Re)construção de concepções, práticas pedagógicas e identidades por professoras de inglês pré e em serviço**. Santa Maria: UFSM, 2008. Tese (Doutorado em Letras), Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2008.

TRÄSEL, M. **Conceitos e noções**. <http://pt.scribd.com/doc/13180850/Conceitos-e-nocoes-Critica-de-Midia.2008>.

VIAN JR., O. **O sistema de avaliatividade e os recursos para gradação em língua portuguesa**: questões terminológicas e de instanciação. DELTA, São Paulo, v. 25, n. 1, 2009.

WHITE, P. **Valoração**: a linguagem da avaliação e da perspectiva. Trad. Débora de Carvalho Figueiredo. In: COULTHARD, C. R. C.; FIGUEIREDO, D. C. (Orgs). Linguagem e discurso: análise crítica do discurso. v. 4, número especial, p. 177-205, 2004.

ANEXOS

ANEXO 1

Oi da editorã,



Fotos: Bia Parreiras, Alfredo Franco e Célia Mari Weiss

O melhor verão da sua vida

Ser adulto é muito bom. Você ganha a sua grana e pode fazer a loucura de comprar aquele jeans caríssimo. Dirige o seu próprio carro e não fica dependendo de carona pra ir pra lá e pra cá. Pode voltar da festa na hora que quiser. Mas tem uma coisa que, depois que a gente vira gente grande, nunca mais volta: as férias de verão.

Eu esperava as minhas ansiosamente. Na praia, eu não era a Tati CDF branquela-magricela-e-sem-peito da escola. Eu era a Tati que sabia pegar onda de prancha e podia usar qualquer biquíni. Eu era a irmã da Thais, a garota mais linda da praia, e me aproveitava disso para ir aos luaus mais concorridos. Tinha um bronze incrível. Corria 30 minutos todo fim de tarde. Jogava frescobol. Conhecia todo mundo. E, o melhor de tudo, podia acordar às 11 e dormir depois da meia-noite por mais de 30 dias seguidos.

Por isso é que, pra mim, esta edição é tão especial. Cada matéria tem um pouquinho das minhas férias. Na moda surfe hippie, o lifestyle de quem não sai da praia; na matéria de surfe, os benefícios de praticar o esporte mais legal do mundo (na minha modesta opinião); e na matéria *Verão de Arrasar*, maneiras criativas de aproveitar as férias com ou sem os pais, com ou sem a melhor amiga e com ou sem o namorado!

Quero que você curta o seu verão como se fosse o último. Porque, das delícias de ser adolescente, essa é uma das maiores.

Um beijo grande e um ano incrível pra você!



Tati
tatiana.schibuola
@abril.com.br

Editorial da edição de número 1061, publicada no dia 04 de janeiro de 2009, na revista Capricho.

ANEXO 2

Oi da editorã

Mude já!

Não existe no ano uma época melhor para se sentir novinha em folha

Aos 17 anos, eu tinha acabado de terminar o ensino médio e ia começar o cursinho. Estava de férias, em casa, e passava o tempo lendo muitos livros e vendo filmes. Ai, eu aluguei um DVD que se chamava *La Double Vie de Véronique*. Adorei a história, mas fiquei mesmo obcecada pelo corte de cabelo chanel da protagonista. Então, na mesma semana, tomei coragem e marquei hora no salão. Do nada, abandonei os 30 cm de comprimento que me acompanharam a vida toda.

Pode até parecer bobagem, mas, de repente, não foi só o cabelão que eu deixei pra trás. É como se aquela nova imagem que eu via no espelho me ajudasse a ver uma Tati nova – um pouquinho menos tímida e um tanto mais segura (já tinha me conformado com o meu 1,60 m – apesar do 1,70 m da minha irmã –, tinha um namorado com quem eu curtia muito os findes e a certeza de que ser CDF, naquele momento pré-vestibular, era mais que positivo).

É claro que não foi o corte de cabelo que fez tudo isso por mim. Mas, às vezes, a gente precisa muito mudar alguma coisa, mesmo que pequenininha, para começar a engergar a vida (e a nós mesmas) de um jeito diferente.

Espero que esta edição de CAPRICHO te inspire, assim como aquele filme me inspirou. A Manu Aquino e a Ciça Fontes prepararam um megaespecial de moda e beleza cheios de ideias para você turbinar o seu visual. E a Luise Takashina e a Serena Catejon criaram um guia que vai ajudá-la a se livrar dos rótulos que não quer mais ver colados em você.

Um beijo,
Tati

Tati
tatiانا.schibuola
@abril.com.br

NOSSO COLABORADOR

Foto: Arquivo pessoal

O fotógrafo Vítor Almeida é o cara que cuida de quase todas as fotos de roupas e produtos de beleza da revista. Já havíamos nos falado muito por e-mail e até ao telefone. Eu imaginava que ele era um cara todo certinho porque é superorganizado, do tipo que sempre entrega o trabalho no prazo. O mais legal foi encontrá-lo *face to face* na festa de fim de ano da CAPRICHO. Ele tem mil tatuagens, piercings... Estilão! Nesta edição, ele produziu mais de 80 stills de moda para o especial de A a Z.

6 • CAPRICHO

EDITORIA ABRIL
Fundador: VICTOR CIVITA
(1907 - 1990)

Editor: Roberto Civita
Presidente Executivo: Jairo Mendes Leal
Conselho Editorial: Roberto Civita (Presidente),
Thomas Souto Corrêa (Vice-Presidente), Giancarlo Civita,
Jairo Mendes Leal, José Roberto Guzzo
Diretor de Assinaturas: Fernando Costa
Diretora de Mídia Digital: Fabiana Zanni
Diretor de Planejamento e Controle: Auro Luís de Iasi
Diretora Geral de Publicidade: Thais Chede Soares
Diretor Geral de Publicidade Adjunto: Rogério Gabriel Comprido
Diretor de RH e Administração: Dimas Mietto
Diretor de Serviços Editoriais: Alfredo Ogawa

Diretora Superintendente: Helena Bagnoli
Diretora de Núcleo: Brenda Fucuta

CAPRICHO

Redatora-chefe: Tatiana Schibuola

Editora Visual: Adriana Yoshida Editora de Arte: Fabiana Yoshikawa Editora: Luise Takashina (compartmento) Editores-Assistentes: Cecília Fontes (moda), Isabela Matta Novonilha (compartmento), Marcela Aquino (beleza) e Thiago Theodoro (entretenimento)
Reporters: Bárbara dos Anjos, Karolína Puhler e Raíssa, Sigourney Desingrey, Alberto Lins, Flávia Zimbará, Juliana Scarpato e Paula Azevedo Estagiárias: Fernanda Casassi, Gabriela Cariani e Nayra Nakamura. CAPRICHO.COM.BR Editora: Giúliana Tattai
Reporter: Philippe Cruz Estagiária: Alina Vieira Design: Lis Camargo Webmaster: Ethon Pezz Prota e Edson Michal Coordenadora Administrativa: Vera Lati Atendimento ao Leitor: Adriana Meneghello e Fabíola Pedrosa C.T. Alvaro Zeti (supervisor), Edmilina Silva, Erika Nakamura, Jauro Macedo, Leandro Mascarin, Leo Ferreira, Regina Soto, Rodrigo Lemos, Vanessa Dalberto e Zucco França

www.capricho.com.br

SERVIÇOS EDITORIAIS

Apoio Editorial: Apoio Técnico e Distribuição: Maria Dedec e Abril Press; Gracice de Souza Treinamento Editorial: Edward Pinatta

PUBLICIDADE CENTRALIZADA Diretores: Marcos Peregrino Gonet, Mariane Ortiz, Roberto Monte e Sandra Sampaio Executivos de Negócio: Alessandra D'Avanzo, Ana Paula Moreno, Caio Souza, Claudia Galvão, Cláudia Gomes, Cristiane Tassoulas, Elani Prado, Heroldo Evans Nery, Marcello Almeida, Marcos Vasconcelos, Nilo Bentes, Pedro Bonaldi, Regina Marano, Tati Mendes, Virginia Any e Willian Happiness **PUBLICIDADE REGIONAL** Diretor: Jacques Baisi Ricardo **PUBLICIDADE RIO DE JANEIRO** Diretor: Paulo Renato Simões Gerente: Cristiano Rygaard Executivos de Negócio: Beatriz Ottino, Caroline Pflaum, Henri Marques, José Rocha **PUBLICIDADE RIO DE JANEIRO** Gerente: Fernando Sebahian. Executivos de Negócio: Alice Ventura, Analucia Bernho, Camilla Fernandez, Cintia Curtz, João Eduardo Dias, Lexis Fernando Lopes e Mara Marques Assistentes: Liliana Moura e Memora Barbosa **MARKETING E CIRCULAÇÃO** Gerente de Marketing: Luise Fontes Gerentes de Publicidade: Renato Capim (Marketing) Publicitário e Edson Bottura Analistas: Flávia Marins e Renata Pavan Estagiárias: Albetto Pantaleão e Carlos Santos Gerente de Eventos: Camilla Mendonça Analistas: Cibele Batista, Luciana Balduino e Szamanda Friso Estagiária: Juliana Louzada Licenciamento: Paulo Alves Vasconcelos Webmaster: Renato Capim (Marketing) Gerente de Circulação Assinaturas: Sergio Ricci **PLANEJAMENTO, CONTROLE E OPERAÇÕES** Gerente: André Vasconcelos Consultora: Sandra Laham Wilner Processos: Fabiano Valim **ASSINATURAS** Operações de Atendimento ao Consumidor: Malvina Galvão **RH DIRETORA:** Claudia Ribeiro Consultora: Katia Batista

Em São Paulo: Redação e Correspondência: Av. dos Naveantes, 7221, 14º andar, Pádua, São Paulo, SP, CEP 05423-902, tel. (11) 3037-2000 Publicidade: São Paulo www.publinter.com.br Classificados 0800-701-2066, Grande São Paulo (11) 3037-2700 ESCRITÓRIOS E REPRESENTANTES DE PUBLICIDADE NO BRASIL: Central-SP tel. (11) 3037-6564; Bauru Gnotton Mídia Representações Comerciais, tel. (14) 3227-0378; Beldem Multicomunicação Belém, tel. (51) 3222-2303; Belo Horizonte Escritório tel. (31) 3282-0635; Viçosa Mídia F&C Campos Consultoria e Assessoria Ltda., tel. (69) 3620-2702; Blumenau M. Marchi Representações, tel. (47) 3329-3820; Brasília Escritório tel. (61) 3315-7554; Representante: Carvalhos Marketing Ltda., tel. (61) 3429-7342; Campinas CZ Press Com. e Representações, tel. (19) 3251-2007; Campo Grande Joana Press Promocões Artísticas Ltda., tel. (67) 3382-2135; Curitiba Agência Representações Comerciais, tel. (41) 3445-0616; Curitiba Escritório tel. (41) 3250-8000; Representante Via Mídia Projeto Editoriais Mkt. e Repres. Ltda., tel. (41) 3234-1224; Florianópolis Intercity Publicidade Ltda., tel. (48) 3232-3817; Fortaleza Multicomunicação Repres. e Negoc., tel. (85) 3254-3939; Goiânia Middle West Representações Ltda., tel. (62) 3215-5158; Manaus Paper Comunicações, tel. (82) 3656-7548; Maringá Atitude de Comunicação e Representação, tel. (44) 3028-6969; Porto Alegre Escritório tel. (51) 3327-2830; Representante: Prati Sul Veículos de Comunicação Ltda., tel. (51) 3235-1344; Recife Multicomunicação Publicidade Ltda., tel. (81) 3327-1397; Ribeirão Preto Gnotton Mídia Representações Comerciais, tel. (16) 3301-3025; Rio de Janeiro tel. (21) 2346-8282; Salvador AGM Consultoria Pública, e Representações, tel. (71) 3311-4994; Vitória Zambra Marketing Representações, tel. (27) 3315-6932

PUBLICAÇÕES DA EDITORA ABRIL: Almanaque Abril, Ana Maria, Arquitetura e Construção, Atividades, Aventuras na História, Bos Formas, Bons Fluidos, Bravo!, Capricho, Casa Claudia, Claudia, Contigo!, Disney, Elle, Estilo, Exame, Exame PME, Fatos & A. Glosa, Guia do Estudante, Guias Quatro Rodas, Info Corporate, Info, Locomotiva, Manusear, Manusear Nova, Meris Health, Minha Vida, Mundo Estranho, Nacional Geographic, Nova, Placar, Playboy, Quatro Rodas, Recreio, Revista A, Revista da Semana, Runner's World, Saúde, Sou Mais Eu!, Superinteressante, Tênis, Veja, Veja Rio, Veja São Paulo, Vejas Regionais, Viagem e Turismo, Vida Simples, Vív, Viva! Mais, Você S.A., Women's Health **Fundação Victor Civita:** Nova Escola

CAPRICHO 1062 ano 57, nº 2 (ISSN 0008-5944) e uma publicação quinzenal da Editora Abril S.A. Distribuída em todo o país pela Ditap S.A., Distribuidora Nacional de Publicações, São Paulo. CAPRICHO não admite publicidade rodacional.

Serviço ao Assinante: Grande São Paulo: (11) 5087-2112 Demais localidades: 0800-775-2112 www.abril.com.br Para assinantes: Grande São Paulo: (11) 3847-2112 Demais localidades: 0800-775-2028 www.assinearabril.com.br IMPRESSA NA DIVISÃO GRÁFICA DA EDITORA ABRIL S.A. Av. Otaviano Alves de Lima 4400, Freguesia do O, CEP 02909-900, São Paulo, SP

IWZ **FIPP** **ANEP**

AbriL
Presidente do Conselho de Administração: Roberto Civita
Presidente Executivo: Giancarlo Civita
Vice-Presidentes: Arnaldo Tibirycki, Douglas Duran,
Marcio Ogliaira, Sidnei Basile
www.abril.com.br

Editorial da edição de número 1062, publicada no dia 18 de janeiro de 2009, na revista Capricho.

ANEXO 3

Oi da editorã

Ilustração: winwin Foto: Nino Andrés



Uma nova atitude

Zoar os outros, mesmo que de longe, é muito cruel. Pense nisso na hora em que voltar para a escola

IsaBOLA. Era esse o apelido de uma colega do primeiro ano do ensino médio. O nome dela, claro, era Isabela (sim, nesse caso, é impossível omitir). E Isabela, claro, era gordinha. No segundo ano, tinha outra garota, de quem eu nem lembro o nome. Ela tinha acabado de entrar na escola e era até gente boa. Mas botaram nela o apelido de DUDA. Ela achava que era porque a Malu Mader, na época, fazia uma novela em que era a Duda, uma top model. Mas, na verdade, é porque ela era... bigoDUDA.

Lembro o dia em que a Isabela descobriu do que era chamada e chorou na frente de todo mundo. E do quanto a DUDA se manteve isolada durante os dois anos em que estive na escola – e ela nem sabia bem o porquê. Eu nem era a popular do colégio, mas me juntava ao coro dos zoadores. Acho que muito mais por insegurança do que porque estava realmente achando engraçado.

Talvez eu me solidarizasse com aquelas meninas ao enxergar meus próprios defeitos. Mas acho que tinha tanto medo

de ser eu o alvo da gozação que acabava zoando também.

Isso tem nome: *bullying*. E pode ter efeitos devastadores sobre quem sofre os ataques. Morro de alívio por não ter sido comigo. E de arrependimento por não ter sido a primeira a defender as garotas e ficar ao lado delas.

Contei tudo isso porque é a SUA hora de voltar para a escola. E porque quero que você pense muito neste assunto: rir junto ou mesmo ignorar o que estão fazendo com seus colegas é ser tão sacana quanto quem comanda a zoação. Por isso, se rolar com alguém da sua escola, não deixe passar.

Um beijo,
Tati



tati
tatiana.schibuela
@abril.com.br

NOSSO COLABORADOR



Foto: Acervo pessoal

O fotógrafo Nino Andrés é um cara muito especial. Tem um jeito meio esquisito, fala pouco – mas, quando diz alguma coisa, todo mundo para pra escutar. Quando, no meio de um editorial, ele escolhe uma cena e diz “ai tem foto”, a gente já sabe que o resultado vai ficar incrível. Você pode conferir uma amostra na página 54: foi ele quem fez as fotos lindas do ensaio de moda *Os Básicos da Escola*. Valeu, Nino!

EDITORIA ABRIL
Fundador: VICTOR CIVITA (1907 - 1990)
Editor: Roberto Civita
Presidente Executivo: Jairo Mendes Leal
Conselho Editorial: Roberto Civita (Presidente), Thomaz Souto Corrêa (Vice-Presidente), Giancarlo Civita, Jairo Mendes Leal, José Roberto Guizzo
Diretor de Assinaturas: Ferrnando Costa
Diretora de Mídia Digital: Fabiana Zanni
Diretor de Planejamento e Controle: Auro Luis de Iasi
Diretora Geral de Publicidade: Thais Chede Soares
Diretor Geral de Publicidade Adjunto: Roberto Gabriel Comprido
Diretor de RH e Administração: Dimas Miedda
Diretor de Serviços Editoriais: Alfredo Ogawa
Diretora Superintendente: Helena Bagnoli
Diretora de Núcleo: Brenda Fucuta

CAPRICHÔ
Redatora-chefe: Tatiana Schibuela

Editora visual: Adriana Yoshida Editora de Arte: Fabiana Yoshikazu Editora: Luiza Takachina (corretorismo) Editores-Assistentes: Cecilia Feres (novela), Isabela Motta Noronha (compertimento), Mariana Aquino (beleza) e Thiago Theodoro (entertainment)
Repórteres: Barbara dos Anjos, Karolina Pinheiro e Rafaela Siqueira Designers: Alberto Lins, Flávia Zimbari, Juliana Scapone e Paula Arruda Estagiárias: Fernanda Casassa, Gabriela Coriano e Nays Nakamura
CAPRICHÔ.COM BR Editora: Gabriela Tadei
Repórter: Phelipe Cruz Estagiária: Aline Vieira Design: Lia Camargo Webmasters: Eliot Pires Prado e Edson Mikhael Coordenadora Administrativa: Vera Leite Atendimento ao Leitor: Adriana Mengibello e Fabiana Peixoto CTE: Alvaro Zini (superior), Edvânia Silva, Erika Nakamura, Izabel Mendes, Leonardo Macielini, Leo Ferreira, Regina Serra, Rodrigo Lemes, Vanessa Dalborno e Zea França

www.capricho.com.br

SERVIÇOS EDITORIAIS
Apio Editorial: Apoio Técnico e Difusão: Bia Miralva Dredoc e Abril Press: Grazi de Souza Treinamento Editorial: Eduarda Pereira

PUBLICIDADE CENTRALIZADA Diretores: Mauro Peregino-Gomez, Mariana Ortiz, Roberto Monte e Sandra Sampayo Executivos de Negócio: Alessandro D'Amico, Ana Paula Moreira, Caio Souza, Claudia Galvão, Cláudio Gomes, Cristiane Tassoules, Eliana Prado, Haroldo Evans Neto, Marcelo Almeida, Marcos Vinícius, Nilo Bastos, Pedro Bonaldi, Regina Marzano, Tati Mendes, Virginia Ary e William Haggman
PUBLICIDADE REGIONAL Diretor: Jacques Galici Ricardo
PUBLICIDADE RIO DE JANEIRO Diretor: Paulo Renato Simões Gerente: Cristiano Rygaard Executivos de Negócios: Beatriz Ottoni, Caroline Platina, Henri Marques, José Rocha, Samara Sampaio de O. Reijnders
PUBLICIDADE NÚCLEO JOVEM Gerente: Fernando Salobida Executivos de Negócio: Alice Ventura, Analice Bertoldi, Camilla Forasteri, Cristiane Curry, Jada Eduarda Dias, Luis Fernando Lopes e Mari Marques Assistentes: Líliana Moon e Monise Barbosa
MARKETING E CIRCULAÇÃO Gerente de Marketing: Louise Falcões Gerentes de Publicações: Renato Cagno (Marketing Publicitário) Edson Botelho Analistas: Flávia Martins, Renata Paron Estagiária: Alisson Pomalino e Carlos Santos Gerente de Eventos: Carolina Mendonça Analistas: Cibele Batista, Luciana Ballester e Samantha Pinto Estagiária: Juliana Lotada Licenciamento: Paulo Alves e Vanessa Wetman Gerente de Criação Anúncios: Magali Superli Gerente de Criação Assinaturas: Sergio Ricci
PLANEJAMENTO, CONTROLE E OPERAÇÕES Gerente: Andre Vasconcelos Consultora: Sandra Lázara Wilson Processos: Fabiano Valim
ASSINATURAS Operações de Atendimento ao Consumidor: Malvina Galvão RH DIRETORA: Claudia Riberti Consultora: Kátia Batista

Em São Paulo: Redação e Correspondência: Av. das Nações Unidas, 7221, 14º andar, Pinheiros, São Paulo, SP, CEP 05425-902, tel. (11) 3037-2000 **Publicidade São Paulo** www.publicidadebr.com.br **Classificados** 0800-701-2006, Grande São Paulo tel. (11) 3037-2700 **ESCRITÓRIOS E REPRESENTANTES DE PUBLICIDADE NO BRASIL:** **Central-SP** tel. (11) 3037-8394; **Baurur** Grupos Mídia Representações Comerciais, tel. (11) 3227-0378; **Belem** Mediaolution; Belem, tel. (91) 3222-2303; **Belo Horizonte** Escritoário tel. (31) 3282-0630; **Triângulo Mineiro** F&C Campos Consultoria e Assessoria Ltda., tel. (61) 3620-2702; **Blumenau** M. Machado Representações, tel. (47) 3329-3820; **Brasília** Escritoário tel. (61) 3315-3554 Representante Carvalho Marketing Ltda., tel. (61) 3426-7542; **Campinas** CZ Press Com. e Representações, tel. (19) 3251-2070; **Campo Grande** Josimar Promoções Artísticas Ltda., tel. (67) 3382-2139; **Cuiabá** Agenciadora Representações Comerciais, tel. (65) 8405-0606; **Curitiba** Escritoário tel. (41) 3251-8000; Representante Via Mídia Projetos Editoriais M&I e Repres. Ltda., tel. (41) 3254-1224; **Florianópolis** Intercio Publicidade Ltda., tel. (48) 5232-1017; **Fortaleza** Mediaolution Repres. e Negoc. tel. (85) 3264-3939; **Goiania** Mídias West Representações Ltda., tel. (62) 3215-5158; **Mauaus** Paper Comunicações, tel. (62) 3636-7588; **Maringá** Atende de Comunicação e Representação, tel. (44) 3028-6969; **Porto Alegre** Escritoário tel. (51) 3322-2830; Representante Print Sol. Veículos de Comunicação Ltda., tel. (51) 3328-1344; **Recife** MultiResistas Publicidade Ltda., tel. (81) 3327-1977; **Ribeirão Preto** Grupos Mídia Representações Comerciais, tel. (16) 3911-5025; **Rio de Janeiro** tel. (21) 2545-0824; **Salvador** AC&N Consultoria Public. e Representação, tel. (71) 3311-4999; **Vitória** Zentha Marketing Representações, tel. (27) 3303-6957

PUBLICAÇÕES DA EDITORA ABRIL: Almanaque Abril, Ana Maria, Arquitetura e Construção, Atividades, Aventuras na História, Boa Forma, Bons Filhos, Bravo!, Capricho, Casa Claudia, Contigo!, Disney, Elle, Estilo, Exame, Exame PME, Freta S.A. Gloss, Guia do Estudante, Guas Quatro Rodas, Izo Corporate, Izo Lovetree, Manequim, Manequim Noiva, Men's Health, Minha Novela, Mundo Estranho, National Geographic, Nova, Páez, Playboy, Quatro Rodas, Receitas, Revista A, Revista da Semana, Runner's World, Saúde, Seu Mais Edu, Superinteressante, Tênis, Veja, Veja Rio, Veja São Paulo, Veja Regionalis, Viagem e Turismo, Vida Simples, Vip, Viva! Mais, Você S.A., Women's Health **Fundação Victor Civita:** Nova Escola

CAPRICHÔ 1063 ano 37 nº 3 (ISSN 0008-5644) é uma publicação quinzenal da Editora Abril S.A. Distribuída em todo o país pela Dinap S.A. Distribuidora Nacional de Publicações, São Paulo. **CAPRICHÔ** não admite publicidade redacional

Serviço ao Assinante: Grande São Paulo: (11) 5087-2112
Demais localidades: 0800-775-2112 www.abril.com.br
Para assinar: Grande São Paulo: (11) 3347-2121
Demais localidades: 0800-775-2828 www.abril.com.br
IMPRESSA NA DIVISÃO GRÁFICA DA EDITORA ABRIL S.A.
Av. Otávio Alves de Lima, 4400, Freguesia do Ó, CEP 02909-900, São Paulo, SP

IVZ **FIPP** **ANER**

ABRIL
Presidente do Conselho de Administração: Roberto Civita
Presidente Executivo: Giancarlo Civita
Vice-Presidentes: Armindo Thyris, Douglas Duran,
Marcio Oglara, Sidnei Basile
www.abril.com.br

Editorial da edição de número 1063, publicada no dia 01 de fevereiro de 2009, na revista Capricho.

ANEXO 4

Oi da editora

Ilustração: Juli Scapucin

EDITORIA
EDITORIA ABRIL
Fundador: VICTOR CIVITA
(1907 - 1990)
Editor: Roberto Civita
Presidente Executivo: Jaime Mendes Leal
Conselho Editorial: Roberto Civita (Presidente),
Thomas Souza Cordeiro (Vice-Presidente), Giancarlo Civita,
Jaime Mendes Leal, José Roberto Guzzo
Diretor de Assinaturas: Fernando Costa
Diretor de Mídia Digital: Fabiana Zanni
Diretor de Planejamento e Controle: Aturo Luís de Lasi
Diretor-Geral de Publicidade: Thais Chede Soares
Diretor-Geral de Publicidade Adjunto: Rogério Gabriel Comprido
Diretor de RH e Administração: Dimas Mielto
Diretor de Serviços Editoriais: Alfredo Ogawa
Diretora Superintendente: Helena Bagnoli
Diretora de Núcleo: Brenda Fucuta

CAPRICHÔ
Redatora-Chefe: Tatiana Schibuola

Editora visual: Adriana Trindade Editora de Arte: Fabiana Yoshikawa Editora: Laíse
Tábia de composições: Edilaine Aquino Editora: Cécilia Fontes (moda), Isabela Alorta
Noronha composições: Marcelle Aquino (beleza) e Tássia Thordson (entretenimento)
Reporters: Bárbara dos Anjos, Karoline Pinheiro e Rafaela Siqueira Designers:
Alberto Lins, Flávia Clemente, Juliana Scapucin e Paula Azevedo Estagiárias: Fernanda
Cátia, Gabriela Catorce e Nuno Valdeiros **CAPRICHÔ.COM BR** Editora: Grislaine Tietzi
Reporter: Pádua Cruz Estagiária: Alana Vieira Design: Luis Coutinho Webmasters: Elton
Pinto Prado e Edson Mihalak Coordenadora Administrativa: Vera Letz Atendimento ao
Leitor: Adriana Veneza e Fabiana Pedroni CTe: Alvaro Zetti (supervisor), Ediana Silva,
Erika Nakamura, Joana Marinho, Leandro Mariani, Leo Ferrera, Regina Sato, Rodrigo Lemos,
Vanessa Dall'ora e Zaira Franco

www.abril.com.br

À prova de roubadas

Num intercâmbio, qualquer probleminha pode virar um problemão

Questão 1, letra a; questão 2, letra b; questão 3... A prova tinha mais de 100 questões e eu levava na boa. Tão na boa que nem liguei de passar o resultado pro Luís, meu amigo havia um mês. Estávamos em Santa Monica, Califórnia, nos Estados Unidos, fazendo intercâmbio.

A nota de corte era 90. Tirei 91. O Luís, 92 – ainda acertou uma a mais que eu! No dia do resultado, fui chamada à sala do diretor, que, até então, vivia me elogiando. O discurso começou com “estou muito decepcionado”, passou por “você trapaceou” e terminou com “por isso o seu resultado não vai valer nada aqui”. Nem eu nem o Luís recebemos o diploma.

Não foi a primeira vez que passei cola pra alguém. No primeiro ano do ensino médio, a Ju e a Gema copiaram toda a minha prova de química. Eu tirei 9, e elas, zero (os enunciados eram iguizinhos, mas os números, diferentes). Mas essa foi a primeira vez em que fui PUNIDA por passar cola – geralmente quem se ferra é quem copia, certo?

Pois ali ficou bem claro que o professor gringo havia percebido todo o movimento: eu mostrando a prova, o Luís copiando. E entendeu que tínhamos todo o direito de fazer isso. Mas que estávamos muito errados. E que teríamos de lidar com as consequências. Acho que foi esse o maior choque cultural que tive nesse mês nos Estados Unidos – que nem é um país tão diferente assim. (Não estou dizendo que não é grave copiar aqui no Brasil. Mas, ao menos nas escolas em que estudei, os professores ameaçavam, mandavam parar...)

Por isso é que, se um intercâmbio está em seus planos, vale a pena ler com cuidado a reportagem de Luciana Hruby e da nossa editora-assistente Isabela Noronha pra não cair em megaroubadas como essa e nem pagar micos longe de casa. Corra até a página 67.

Um beijo,
Tati



Tatiana Schibuola
@abril.com.br

NOSSA COLABORADORA



Vanessa Rozan é a maquiadora responsável pelos looks da matéria *Caia Linda na Folia*. Super talentosa, sabe dosar as cores, os brilhos e as texturas como ninguém. E também adora contar quais produtos ela usa para conseguir uma pele lisinha e sem manchas. Vale dizer que ela é linda de qualquer jeito: com ou sem maquiagem.

Foto: Agência Fotostite

SERVIÇOS EDITORIAIS
Apelo Editorial: Apelo Técnico e Difusão; Elia Mendes Desloc e Abril Press
Grande Saco: Planejamento Editorial: Eduard Elmira

PUBLICIDADE CENTRALIZADA Diretores: Marcos Peregino Gomes, Marlene Ortiz, Roberto Monteiro Sclaus, Sérgio Executivos de Negócio: Alessandra D'Armas, Ana Paula Moreno, Caio Souza, Cláudia Galvão, Cláudia Gomes, Cristiane Tassoules, Eliani Prado, Heráclio Evans, Nao, Marlene Almeida, Mariana Viçoso, Nilo Bastos, Pedro Bonaldi, Regina Mourão, Tat Mendes, Vanessa Lou e Wilian Hageyria **PUBLICIDADE REGIONAL** Diretor: Jacques Issai Ricardo **PUBLICIDADE NO DE JANEIRO** Diretor: Paulo Renato Soares Gerente: Cristiano Ruggieri Executivos de Negócio: Dora Ottoni, Camille Pinilla, Henri Marques, José Roda, Luciano Buzato e Soranilha Prado Estagiária: Juliana Louzada Licenciamento: Paulo Alton e Vinícius Klumpp Gerente de Circulação Anúncios: Mizuki Siqueira Gerente de Circulação Assinaturas: Sérgio Ricci **PLANEJAMENTO, CONTROLE E OPERAÇÕES** Gerente: André Vasconcelos Consultora: Sandra Latham Wilton Processos: Fabiano Vainio **ASSINATURAS** Operações de Atendimento ao Consumidor: Maritza Galvão **REDE DIRETORIA**: Claudio Ribeiro Consultora: Laris Batista

Em São Paulo: Redação e Correspondência: Av. das Nações Unidas, 7221, 14º andar, Pinheiros, São Paulo, SP CEP 05425-902, tel. (11) 3037-2000 **Publicidade São Paulo** www.abril.com.br **Classificados** (0800-707-2064, Grande São Paulo tel. (11) 3037-2700) **ESCRITÓRIOS E REPRESENTANTES DE PUBLICIDADE NO BRASIL:**
Caracas SP tel. (11) 3037-6594; **Bauria** Contato: Milla Representações Comerciais, tel. 0800-3222-4529; **Belo Horizonte** Belo Horizonte: Belo Horizonte Escritório tel. (31) 3282-0650; **Triângulo Mineiro** F&C Campos Consultoria e Assessoria Ltda, tel. (61) 3620-2702; **Blumenau** M. Marchi Representações, tel. (47) 3726-3020; **Brejo** Escritório tel. (61) 3315-7554; **Recemantia** Carvalhos Marketing Ltda, tel. (48) 3429-7242; **Campinas** C2 Press Co. e Representações, tel. (19) 2251-2007; **Campo Grande** Joimar Promoções Artísticas Ltda, tel. (67) 3342-2139; **Cuiabá** Agregações Representações Comerciais, tel. (65) 8403-0806; **Curitiba** Escritório tel. (41) 3234-8606; **Florianópolis** Representante Via Milla Projeção Editora M&L e Repres. Ltda, tel. (48) 3234-1224; **Fortaleza** Interação Publicidade Ltda, tel. (85) 3232-3017; **Fortaleza** Multimedial Repres. e Negoc. tel. (85) 3264-3939; **Goiania** Middle West Representações Ltda, tel. (62) 3215-5158; **Mãnsuas** Popper Comunicações, tel. (62) 3656-7588; **Maringá** Agência de Comunicação e Representação, tel. (14) 3628-6969; **Porto Alegre** Escritório tel. (51) 3327-2959; **Recemantia** Praxel Sul Viçoso de Comunicação Ltda, tel. (11) 3328-1544; **Recife** Multirevistas Publicidade Ltda, tel. (81) 3327-1597; **Ribeirão Preto** Contato Milla Representações Comerciais, tel. (16) 3911-3023; **Rio de Janeiro** tel. (21) 3254-8222; **Salvador** AGM Consultoria Public. e Representação, tel. (71) 3311-6999; **Vitória** Jantzer Marketing Representações, tel. (27) 3333-6952

PUBLICAÇÕES DA EDITORA ABRIL: Almanaque Abril, Ana Maria, Arquitetura e Construção, Aventuras no História, Boa Forma, Bons Filhos, Brasil, Capricho, Casa Claudia, Cláudia, Contigo!, Disney, Elle, Exaite, Exame, Exame PME, Fina S'A, Gloss, Guia do Estudante, Guias Quatro Rodas, Info Corporate, Info Lovelace, Manequim, Manequim Nova, Men's Health, Minha Novela, Mundo Estranho, National Geographic, Nova, Planar, Playboy, Quatro Rodas, Revista, Revista A, Revista da Semana, Runner's World, Saúde!, Sou Mais Eu!, Superinteressante, Tênis, Veja, Veja Rio, Veja São Paulo, Vejas Regionais, Viagem e Turismo, Vida Simples, Viver! Mais, Você S'A, Women's Health **Fundação Victor Civita:** Nova Escola

CAPRICHÔ 1064 ano 37 n° 4 (ISSN 0108-5944) e uma publicação quinzenal da Editora Abril S.A. Distribuída em todo o país pela Linpa S.A. Distribuidora Nacional de Publicações, São Paulo. **CAPRICHÔ** não admite publicidade regional!

Serviço ao Assinante: Grande São Paulo: (11) 5087-2112
Demais localidades: 0800-775-2112 www.abril.com.br
Para assinar: Grande São Paulo: (11) 3347-2121
Demais localidades: 0800-775-2028 www.abril.com.br

IMPRESSA NA DIVISÃO GRÁFICA DA EDITORA ABRIL S.A.
Av. Otávio Alves de Lima, 4400, Progresso do O. CEP 02909-900, São Paulo, SP



Presidente do Conselho de Administração: Roberto Civita
Presidente Executivo: Giancarlo Civita
Vice-Presidentes: Arnaldo Tiburcio, Douglas Duran,
Marcelo Ogilava, Sérgio Basile
www.abril.com.br

6 • CAPRICHÔ

ORTORA

Editorial da edição de número 1064, publicada no dia 15 de fevereiro de 2009, na revista Capricho.

ANEXO 5



Fashion é ser pink!

Moda não é só coisa para meninas muito altas ou muito magras

Há 11 edições (puxa, como passou rápido), CAPRICHÔ lançou o Manifesto Pink. Não sei se você se lembra, mas os dois primeiros itens da nossa campanha diziam que uma garota pink:

1. Ama a si mesma;
 2. Respeita as diferenças (se quiser conhecer o manifesto todo, visite o site www.deixemundomaispink.com.br).
- Há duas edições, a editora de moda Cecília Fontes cumpriu uma verdadeira maratona fashion. Acompanhou de perto as semanas de moda Fashion Rio e São Paulo Fashion Week. Trouxe pra nós as principais tendências do inverno: as jaquetas, as botas, os leggings, os jeans e os acessórios que VÃO pegar.

Mas, quando a gente vê as fotos dos desfiles, em que as roupas sempre têm caimento perfeito e as modelos seguem um padrão rigorosíssimo (são sempre muito magras, sempre superaltas), fica se perguntando: será que a moda dos

desfiles serve para todo mundo? Por isso, em nome do Manifesto Pink, decidimos propor aos principais estilistas das semanas fashion o desafio de vestir garotas comuns do mesmo jeito que se vê nas passarelas: disfarçando os pontos fortes e reforçando os pontos altos. Foi uma enorme (e deliciosa) surpresa saber que as marcas convidadas A-D-O-R-A-R-A-M a ideia e acreditam que a moda pode, sim, ser muito democrática. E assim embaixo do novo item proposto pela Ciça: "Toda garota merece se sentir bonita com o corpo que tem".

O resultado você confere na página 54. Um beijo,



Camila, Juliana e Marília, estilistas da grife Carlota Joakina, ajudaram Paola a escolher o melhor look



Ciça (editora de moda, gravidíssima), Thiago, estilista da 2nd Floor, e a leitora Fernanda: a favor do manifesto fashion

6 • CAPRICHÔ

EDITORIA Abril
Fundador: VICTOR CIVITA (1907-1990)
Editor: Roberto Civita
Presidente Executivo: Jamo Mendes Leal
Conselho Editorial: Roberto Civita (Presidente), Thomaz Souto Corbja (Vice-Presidente), Giancarlo Civita, Jamo Mendes Leal, José Roberto Guzzo
Diretor de Assessoria: Fernando Costa
Diretora de Mídia Digital: Fabiana Zanni
Diretor de Planejamento e Controle: Auro Luis de Iasi
Diretora Geral de Publicidade: Thais Chede Soares
Diretor Geral de Publicidade Adjunto: Roberto Gabriel Comprido
Diretor de RH e Administração: Dimas Motta
Diretor de Serviços Editoriais: Alfredo Ogawa

Diretora Superintendente: Heliana Bagnoli
Diretora de Negócios: Branda Fucata

CAPRICHÔ
Redatora-chefe: Tatiana Schibuola

Editora visual: Adriana Yoshida Editora de Arte: Fabiana Yoshikawa Editora: Laruz Takahashi (compartilhado) Editora Assessoria: Caílla Fontes (moda), Isabela Motta Noronha (compartilhado), Mariana Amato (beleza) e Thais Theodoro (retratamento) Reporters: Bárbara dos Anjos, Kamilla Pinheiro e Raíssa Siqueira Designers: Alberto Lito, Flávia Zimbari, Juliana Scapucin e Paula Anzueto Estagiárias: Fernanda Camilo, Gabriela Carraro e Nays Nakamura CAPRICHÔ.COM.BR Editora: Giuliana Taiti Reporter: Felipe Cruz Estagiária: Alice Vitor Designer: Luis Camargo Webmasters: Elton Pavez Prato e Fabon Michiel Coordenadora Administrativa: Vera Lete Atendimento ao Leitor: Adriana Meneghelli e Fabíola Pedroni-CP; Alvaro Zini (superior), Ediana Silva, Erick Nakamura, Juarez Macedo, Leandro Marzari, Leo Pereira, Regina Seno, Rodrigo Lemes, Vanessa Dalberto e Zeca Frasco www.capricho.com.br

SERVIÇOS EDITORIAIS
Apoio Editorial: Apoio Técnico e Difusão: Bia Mendes Dedoc e Abril Press; Grazi de Souza Treinamento Editorial: Edward Pinera

PUBLICIDADE CENTRALIZADA Diretores: Maria Beatriz Gomez, Mariana Ortiz, Robson Mima e Sandra Sanches Executivos de Negócios: Alessandra D'Amato, Ana Paula Merino, Cao Souza, Claudia Galvão, Cláudia Gomes, Cristiane Tassinari, Eliete Prati, Heráclio Evans Neto, Marcello Almeida, Marcus Vinícius, Nilo Basso, Pedro Bonaldi, Regina Marzano, Tati Mendes Virginia Any e Willian Hagepato **PUBLICIDADE REGIONAL** Diretor: Jacques Basti Ricardo **PUBLICIDADE RIO DE JANEIRO** Diretor: Paulo Renato Simões Gerente: Cristiano Rogiani Executivos de Negócios: Susane Ottoni, Carolina Pinheiro, Henri Marques, José Roda, Sílvia Santana de O. Rojalles **PUBLICIDADE NÚCLEO JOVEM** Gerente: Fernando Sabadin. Executivos de Negócio: Alice Ventura, Analucia Bertola, Camilla Fornasier, Cinthia Curto, João Eduardo Dias, Luis Fernando Lopes e Mara Marques Assistentes: Liliana Moraes e Melissa Barbieri **MARKETING E CIRCULAÇÃO** Gerente de Marketing: Louise Falcões Gerentes de Publicações: Renato Cuzzo (Marketing Publicitário) Edson Botaro Analistas: Flávia Martins e Renata Pavan Estagiárias: Alisson Pantaleão e Carlos Santos Gerente de Eventos: Camille Mendonça Analista: Cibele Batista, Luciana Balduino e Seleninha Pires Estagiária: Juliana Liana Licenciamento: Paula Alves e Vanessa Wehman Gerente de Circulação Anúncios: Muzali Superf Gerente de Circulação Assinaturas: Sergio Ricci **PLANEJAMENTO, CONTROLE E OPERAÇÕES** Gerente: André Vasconcelos Consultora: Sandra Lulham Wilner Processos: Fabiano Vitor **ASSINATURAS** Operações de Atendimento ao Consumidor: Galvina Galvão-RN DIRETORA: Cláudia Ribeiro Consultora: Kátia Batista

Em São Paulo: Redação e Correspondência: Av. das Nações Unidas, 7221, 15º andar, Pinheiros, São Paulo, SP, CEP 05425-902, tel. (11) 3037-2000 Publicidade São Paulo www.publinter.com.br Classificados 0800-701-2066, Grande São Paulo tel. (11) 3037-2700 **ESCRITÓRIOS E REPRESENTANTES DE PUBLICIDADE NO BRASIL:** Central-SP tel. (11) 3037-6984; Bauru Grupos Mídia Representações Comercial, tel. (14) 3227-0328; Belém Madsolunara Belém, tel. (81) 3222-2913; Belo Horizonte Escritório tel. (31) 3282-0630; Triângulo Mineiro F&C Campos Consultoria e Assessoria Ltda., tel. (61) 5620-2702; Blumenau M. Mandi Representações, tel. (47) 3329-5820; Brasília Escritório tel. (61) 3315-7554; Representante Carvalhal Marketing Ltda., tel. (61) 3426-7342; Campinas CZ Press Conte. e Representações, tel. (19) 3251-2957; Campo Grande Jovem Promocões Artísticas Ltda., tel. (67) 3392-2139; Curitiba Agnephotos Representações Comerciais, tel. (41) 8403-0616; Curitiba Escritório tel. (41) 3250-8000; Representante Via Mídia Projetos Editoriais Mkt. e Bppes Ltda., tel. (41) 3254-3254; Florianópolis Interação Publicidade Ltda., tel. (48) 3323-1817; Fortaleza Multimedios Bppes e Nogue, tel. (85) 3264-3970; Goiânia Mídia Vida Representações Ltda., tel. (62) 3215-5158; Manaus Paper Communications, tel. (62) 3636-7388; Maringá Atitude de Comunicação e Representação, tel. (44) 3028-6169; Porto Alegre Escritório tel. (51) 3320-2830; Representante Prati Sol Veículos de Comunicação Ltda., tel. (51) 3328-1344; Recife Multimedios Publicidade Ltda., tel. (81) 3327-1597; Ribeirão Preto Gostosa Mídia Representações Comerciais, tel. (16) 3913-5029; Rio de Janeiro tel. 2548-8282; Salvador AGENCY Consultoria Public. e Representação, tel. (71) 3311-4999; Vitória Zambora Marketing Representações, tel. (27) 3315-6932

PUBLICAÇÕES DA EDITORA ABRIL: Almanaque Abril, Ans Maria, Arquitetura e Construção, Atividades, Aventuras na História, Boa Forma, Bons Fluidos, Bravo!, Capricho, Casa Claudia, Claudia, Contigo!, Disney, Elle, Estilo, Exame, Exame PME, Fofa S.A. Gostos, Guia do Estudante, Guia Quatro Rodas, Info Corporate, Info, Lovelife, Mamegostim, Maragostim, Nova, Men's Health, Minha Novela, Mundo Estranho, National Geographic, Nova, Placar, Playboy, Quatro Rodas, Recreio, Revista A, Revista da Semana, Runner's World, Saúde!, Sou Mais Eu!, Superinteressante, Tênis, Veja, Veja Rio, Veja São Paulo, Veias Regionais, Viagem e Turismo, Vida Simples, Vip, Viva! Mais, Você S.A. Women's Health, Fundação Victor Civita: Nova Escala

CAPRICHÔ 1065 ano 57 nº 5 (ISSN 0108-3944) e uma publicação quinzenal da Editora Abril S.A. Distribuída em todo o país pela Distrib. S.A. Distribuidora Nacional de Publicações, São Paulo. CAPRICHÔ não admite publicidade redacional.

Serviço ao Assinante: Grande São Paulo: (11) 5067-2112
Demais localidades: 0800-775-2112 www.abril.com.br
Para assinar: Grande São Paulo: (11) 3047-2121
Demais localidades: 0800-775-2112 www.abril.com.br

IMPRESSA NA DIVISÃO GRÁFICA DA EDITORA ABRIL S.A.
Av. Otaviano Alves de Lima, 4400, Jd. Pirituba, 040, CEP 02909-900, São Paulo, SP

IVZ FIPP ANER

Presidente do Conselho de Administração: Roberto Civita
Presidente Executivo: Giancarlo Civita
Vice-Presidente: Dimas Motta, Douglas Duran,
Vice-Presidente: Dimas Motta

Editorial da edição de número 1065, publicada no dia 01 de março de 2009, na revista Capricho.

ANEXO 6

Oi da editoria

Ilustração: Juli Scapucin

Uma garota muito especial

Sim, você é a menina mais incrível do mundo, mas os outros só vão perceber isso se você for... autêntica

Descalça. Foi assim que a Mallu Magalhães chegou ao Vista Verde Golf Club em Araçariçuama, no interior de São Paulo, para a sessão de fotos com a CAPRICHÔ. Durante toda a tarde (Mallu não perde a aula de manhã por compromisso nenhum), a garota surpreendeu a equipe com suas maneiras, sua música e sua arte (foi ela mesma que pintou o olho, como você vai ver na pág. 32). Infelizmente, eu não estava lá, mas, ao ver as fotos, assistir ao liiindo vídeo de *making of* que você confere lá no nosso site (o Capricho.com.br) e ouvir os depoimentos de toda a equipe, deu pra sacar que Mallu é uma garota muito especial. Tem talentos de gente grande e jeito de menina. Não está deslumbrada com a fama e só a conquistou porque realmente é muito boa no que faz. Ama o que faz.

E é isso que ela tem em comum com Hayley Williams e Avril Lavigne, outras estrelas da música que aparecem nesta

edição. Cada uma à sua maneira, elas conquistaram uma legião de fãs. E, cada uma à sua maneira, procuram levar a vida do jeito mais simples que podem, como se toda essa história de sucesso simplesmente não existisse.

Pra terminar, acho que isso tudo tem a ver com você. Tenho certeza de que, como Mallu, Hayley e Avril, você também tem talentos e encantos que são só seus. E que, ao ser autêntica e apostar em si mesma, tem todas as chances de alcançar o sucesso – bombando o seu blog, conquistando aquele garoto de que está a fim ou se tornando uma *rock diva*.

Um beijo,

Tatiana Schiboula
@abril.com.br

NOSSO COLABORADOR

Foto: Arquivo pessoal

Ivan Abujamra foi um dos modelos brasileiros de maior reconhecimento no exterior. Em 2000, deixou as passarelas para se dedicar à vida de fotógrafo profissional. É ele quem assina o editorial de moda *Groupies*, em que os modelos tiveram a "difícil tarefa" de fotografar ao lado dos garotos do Fresno. O resultado ficou incrível!

EDITORIA
Fundadora: VICTOR CIVITA
(1907-1990)

Editor: Roberto Civita
Presidente Executivo: Jaime Mendes Leal
Conselho Editorial: Roberto Civita (Presidente), Thomaz Souto Corrêa (Vice-Presidente), Giancarlo Chrita, Jaime Mendes Leal, José Roberto Guzzo
Diretor de Assinaturas: Fernando Costa
Diretora de Mídia Digital: Fabiana Zanini
Diretor de Planejamento e Controle: Auro Luís de Iasi
Diretor Geral de Publicidade: Thais Chede Soares
Diretor Geral de Publicidade Adjunto: Rogério Gabriel Comprido
Diretor de RH e Administração: Dimas Mietto
Diretor de Serviços Editoriais: Alfredo Ogawa

Diretora Superintendente: Helena Bagnoli
Diretora de Núcleo: Brenda Fucuta

Redatora-Chefe: Tatiana Schiboula

Editoria visual: Adriana Yoshida **Editora de Arte:** Fabiana Yoshizawa **Editora:** Larus Takashina (compartimento) **Editores-Assistentes:** Cecilia Flores (moldes), Isabela Motta Nonolala (compartimento) **Masthead:** Aquino (deza) e Thiago Theodoro (entertainment) **Reportagens:** Bárbara dos Anjos, Karoline Pinheiro e Rafaela Siqueira **Designers:** Alberto Lins, Flávia Zambardi, Juliana Scapucin e Paula Azevedo **Estagiárias:** Fernanda Catana, Gabriella Cartano e Naya Nakamura. **CAPRICHÔ.COM.BR:** Editor: Juliana Zanini **Reportar:** Philippe Cruz **Estagiária:** Alim Vieira **Design:** Lu Cumarog **Webmasters:** Elien Faria Prada e Edson Michal **Coordenadora Administrativa:** Vera Lúcia **Atendimento ao Leitor:** Adriana Meneghelli e Fabiolla Pedrosa **CT:** Avaro Zeni **Supervisor:** Edryana Silva, Erika Nakamura, Jaques Macedo, Lendim Marcinari, Leo Ferreira, Regina Sano, Rodrigo Lemes, Vanessa Dalberto e Zeca França

www.capricho.com.br

SERVIÇOS EDITORIAIS

Apoio Editorial: Apoio Técnico e Difusão: Ita Mendes Dedec e Abril Press; Grace de Souza **Treinamento Editorial:** Edward Pimenta

PUBLICIDADE CENTRALIZADA Diretores: Marcos Peregrino Gomez, Marizete Ortiz, Robson Monte e Sandra Sampaio **Executivos de Negócio:** Alessandra D'Armas, Ana Paula Moretti, Caio Souza, Claudia Góllins, Cláudia Gomes, Cristiane Jassouli, Elam Prado, Heriberto Evans Neto, Marcelo Almeida, Marco Vinício, Nilo Santos, Pedro Bonaldi, Regina Moutinho, Rui Mendes, Virginia Ary e William Hagepian **PUBLICIDADE REGIONAL Diretor:** Jacques Basi **Ricardo** **PUBLICIDADE RIO DE JANEIRO Diretor:** Paulo Renato Simões **Gerente:** Cristiano Fagnari **Executivos de Negócio:** Beatriz Ottino, Caroline Paullin, Henri Moraes, José Roda, Sumara Sampaio de O. **Redações PUBLICIDADE NÚCLEO JOVEM:** Gerente: Fernando Sabadin. **Executivos de Negócio:** Alice Ventura, Analicia Bertola, Camilla Forastier, Cláudia Curtz, João Edmarcio Dias, Luis Fernando Lopes e Mara Marques **Assistentes:** Liliana Moura e Mônica Barbosa **MARKETING E CIRCULAÇÃO Gerente de Marketing:** Louisa Faleiros **Gerentes de Publicações:** Renato Casaro (Marketing Publicitário) Edson Botura **Analistas:** Flávia Martins e Renata Pavan **Estagiárias:** Aliesse Pantilem e Carlos Santos **Gerente de Eventos:** Camilla Mendonça **Analistas:** Cibele Batista, Luciana Salteiro e Susannah Pinto **Estagiária:** Juliana Lovada **Locustionamento:** Paulo Alves e Vanessa Wetman **Gerente de Circulação:** Analisa Magalhães **Superf Gerente de Circulação Assinaturas:** Sergio Ricci **PLANEJAMENTO, CONTROLE E OPERAÇÕES Gerente:** André Vasconcelos **Consultora:** Sandra Laham **Wilner Processos:** Fabiano Valim **ASSINATURAS Operações de Atendimento ao Consumidor:** Melvinia Galavim **RH DIRETORA:** Claudio Ribeiro **Consultora:** Tatiana Batista

Em São Paulo: Redação e Correspondência: Av. das Nações Unidas, 7221, 14º andar, Flicórnios, São Paulo, SP, CEP 05425-902. tel. (11) 5037-2000 **Publicidade São Paulo** www.publabel.com.br **Classificados** 0800-701-2066. Grande São Paulo tel. (11) 5037-2700 **ESCRITÓRIOS E REPRESENTANTES DE PUBLICIDADE NO BRASIL:** **Central-SP** tel. (11) 3037-6564; **Baurax** Gestora Mídia Representações Comerciais, tel. (14) 3227-9378; **Belém** Multicomunicação Belém, tel. (91) 3222-2303; **Belo Horizonte** Escriório tel. (31) 3282-9639; **Triângulo Mineiro** F&C Campos Consultoria e Assessoria Ltda., tel. (16) 3620-2702; **Blumenau** M. Marchi Representações, tel. (47) 3329-3820; **Brasília** Escriório tel. (61) 3315-7554; **Representante** Carvalhaw Marketing Ltda., tel. (61) 3426-7342; **Campinas** C2 Press Com. e Representações, tel. (19) 3251-2087; **Campo Grande** Joazeiro e Promotões Artísticas Ltda., tel. (67) 3382-2139; **Cuiabá** Agnomenções Representações Comerciais, tel. (65) 8403-0616; **Curitiba** Escriório tel. (41) 3250-8000; **Representante** Via Mídia Projetos Editoriais Mkt. e Repres. Ltda., tel. (41) 3234-1224; **Florianópolis** Inatracão Publicidade Ltda., tel. (48) 3232-1617; **Fortaleza** Multicomunicação Repres. e Negos, tel. (85) 3284-7919; **Goiânia** Middle West Representações Ltda., tel. (62) 3215-5158; **Mauaus** Paper Comunicações, tel. (92) 5636-7588; **Maringá** Atitude de Comunicação e Representação, tel. (44) 3028-6969; **Porto Alegre** Escriório tel. (51) 3327-2850; **Representante** Prati Sol Veículos de Comunicação Ltda., tel. (51) 3328-1344; **Recife** Multicomunicação Publicidade Ltda., tel. (81) 3327-1597; **Ribeirão Preto** Gestora Mídia Representações Comerciais, tel. (16) 3911-3023; **Rio de Janeiro** tel. (21) 2546-8282; **Salvador** AGM Consultoria Public. e Representação, tel. (71) 3311-4999; **Vitória** Zambira Marketing Representações, tel. (27) 3313-6952

PUBLICAÇÕES DA EDITORA ABRIL: Almanaque Abril, Ana Maria, Arquitetura e Construção, Atividades, Aventuras na História, Boa Forma, Bons Filhos, Bravo!, Capricho, Casa Claudia, Claudia, Contigo!, Disney, Elle, Estilo, Exame, Exame PME, Fofa S.A. Gloss, Guia do Estudante, Guia Quatro Rodas, Info Corporate, Info, Loveless, Manequim, Manequim Nova, Men's Health, Minha Novela, Mundo Estranho, National Geographic, Nova, Placar, Playboy, Quatro Rodas, Recreio, Revista A, Revista da Semana, Runner's World, Saúde!, Sou Mais Eu!, Superinteressante, Tênis, Veja, Veja Rio, Veja São Paulo, Veja Regionalis, Viagem e Turismo, Vida Simples, Vip, Viva! Mais, Você S.A., Women's Health **Fundação Victor Civita:** Nova Escola

CAPRICHÔ 1066 ano 57 nº 6 (ISSN 0008-5944) é uma publicação quinzenal da Editora Abril S.A. Distribuída em todo o país pela Dinap S.A. Distribuidora Nacional de Publicações, São Paulo. **CAPRICHÔ** não admite publicidade redacional.

Serviço ao Assinante: Grande São Paulo: (11) 5087-2112
Demais localidades: 0800-775-2172 www.abril.com.br
Para assinar: Grande São Paulo: (11) 3347-2121
Demais localidades: 0800-775-2828 www.assinabril.com.br

IMPRESSA NA DIVISÃO GRÁFICA DA EDITORA ABRIL S.A.
Av. Otaviano Alves de Lima, 4400, Freguesia do Ó, CEP 02909-900, São Paulo, SP

IVZ	FIPP	ANEP
------------	-------------	-------------

Presidente do Conselho de Administração: Roberto Civita
Presidente Executivo: Giancarlo Chrita
Vice-Presidentes: Arnaldo Tibirycki, Douglas Duran,
Marcelo Ogliara, Sidnei Basile
www.abril.com.br

4 • CAPRICHÔ

Editorial da edição de número 1066, publicada no dia 15 de março de 2009, na revista Capricho.

ANEXO 7

Oi da editora!

Ilustração: Juli Scapucin



EDITORA Abril
Fundador: VICTOR CIVITA (1907 - 1990)

Editor: Roberto Civita
Presidente Executivo: Jairo Mendes Leal

Conselho Editorial: Roberto Civita (Presidente), Thomaz Souto Corrêa (Vice-Presidente), Giancarlo Civita, Jairo Mendes Leal, José Roberto Guzzo
Diretor de Assinaturas: Fernando Costa
Diretora de Mídia Digital: Fabiana Zanini
Diretor de Planejamento e Controle: Altro Luis de Lasi
Diretora Geral de Publicidade: Thais Chedde Soares
Diretor Geral de Publicidade Adjunto: Rogério Gabriel Comprido
Diretor de RH e Administração: Dimas Mietto
Diretor de Serviços Editoriais: Alfredo Ogawa

Diretora Superintendente: Helena Bagnoli
Diretora de Núcleo: Brenda Fucata

CAPRICHÔ

Redatora-chefe: Tatiana Schibuola

Editora visual: Adriana Yoshida Editora de Arte: Fabiana Yoshikawa Editora: Lina Takashima (comportamento) Editores-Assistentes: Cecília Fortes (moda), Isabela Motta Noronha (comportamento), Manuê Aquino (beleza) e Thiago Theodoro (entretimento)
Reporters: Bárbara dos Anjos, Kátalina Pinheiro e Raíssa Siqueira Designers: Alberti Lina, Flávia Zimbarli, Juliana Scapucin e Paula Azevedo Estagiárias: Fernanda Casais, Gabriela Carrazo e Naya Nakamura **CAPRICHÔ COM 80** Editora: Giuliana Basso
Reporter: Philippe Cruz Estagiária: Alim Vieira Design: Lia Camargo Webmasters: Elton Pütz Prado e Edson Michael Coordenadora Administrativa: Vera Letici Atendimento ao Leitor: Adriana Meneghetti e Fabíola Pedrosa CTE: Abam Zemi (supervisor), Edúarda Silva, Érika Nakamura, Jaere Macedo, Leandro Mariani, Leo Ferreira, Regina Sano, Rodrigo Lemos, Vanessa Dalberto e Zeca França

www.abril.com.br

SERVIÇOS EDITORIAIS
Apoio Editorial: Apoio Técnico e Difusão: Bia Mendes Dedos e Abril Press; Grace de Souza Treinamento Editorial: Eba and Pimenta

PUBLICIDADE CENTRALIZADA Diretores: Marcos Pereggrina Gomez, Mariana Ortiz, Roberto Moraes e Sandra Sampaio **Executivos de Negócios:** Alessandro D'Amato, Ana Paula Moraes, Caio Souza, Claudia Galdrin, Cléide Gomes, Cristiane Tassoulas, Eliani Prado, Heráclio Evans Neto, Marcello Almeida, Marcus Vinicius, Nilo Bassos, Pedro Bonaldi, Regina Maurano, Tat Mendes, Virginia Any e Willian Haopian **PUBLICIDADE REGIONAL** Diretor: Jacques Basso **Recursos** **PUBLICIDADE RIO DE JANEIRO** Diretor: Paulo Ricardo Simões Gerente: Cristiano Rysgaard **Executivos de Negócios:** Scazzio Ottom, Genêre Pielha, Henri Marques, José Rocha, Semara Sampaio de O Rejinders **PUBLICIDADE NÚCLEO JOVEM** Gerente: Fernando Sabadin **Executivos de Negócios:** Alice Ventura, Analucia Bertola, Camilla Fernandes, Cinthia Carr, João Eduardo Dias, Luis Fernando Lopes e Mara Marques **Assistentes:** Eliana Moraes e Monia Reis **MARKETING E CIRCULAÇÃO** Gerente de Marketing: Louie; **Faleiros Gerentes de Publicações:** Renato Cagno (Marketing Publicitário) Edson Botura **Analistas:** Flávia Martins e Renata Pavan **Estagiárias:** Alisson Pantaleão e Carlos Santos **Gerente de Eventos:** Camilla Mendonça **Analistas:** Cibele Batista, Luciana Balthazar e Sumantha Prata **Estagiárias:** Juliana Louza **Licenciamento:** Paulo Alvee e Vanessa Wehrman **Gerente de Circulação Avulsas:** Magali Saporiti **Gerente de Circulação Assinaturas:** Sérgio Ricci **PLANEJAMENTO, CONTROLE E OPERAÇÕES** Gerente: André Vasconcelos **Consultora:** Sandra Lahaia **Wilson Processos:** Fabiana Volini **ASSINATURAS** Operações de Atendimento ao Consumidor: Máxima Galalote **RH DIRETORA:** Claudia Ribeiro **Consultora:** Katia Batista

Em São Paulo: Redação e Correspondência: Av. das Nações Unidas, 7221, 10º andar, Pinheiros, São Paulo, SP, CEP 05423-902, tel. (11) 3037-2000 **Publicidade São Paulo** www.publilabril.com.br **Classificados** 0809-701-2066, Grande São Paulo tel. (11) 5057-2700 **ESCRITÓRIOS E REPRESENTANTES DE PUBLICIDADE NO BRASIL:** **Central-SP** tel. (11) 3057-6564; **Baurax** Gnomos Mídia Representações Comerciais, tel. (14) 3227-0578; **Belém** Midiasolution Belém, tel. (91) 3222-2703; **Belo Horizonte** Escritório tel. (31) 3282-4659; **Triângulo Mineiro** F&C Campos Cassinotto e Assessoria Ltda, tel. (16) 5620-2702; **Blumenau** M. Marchi Representações, tel. (47) 3329-3820; **Brasília** Escritório tel. (61) 3515-7554; Representante Carvalhal Marketing Ltda, tel. (61) 3426-7542; **Campinas** C2 Press Com. e Representações, tel. (19) 3230-2007; **Campo Grande** Joimar Promoções Artísticas Ltda, tel. (67) 3342-2159; **Cuiabá** Agnóstica Representações Comerciais, tel. (65) 8405-0616; **Curitiba** Escritório tel. (41) 3250-8000; Representante Via Mídia Projetos Editoriais Mkt e Rappes Ltda, tel. (41) 3254-1224; **Florianópolis** Interação Publicidade Ltda, tel. (48) 3232-1017; **Fortaleza** Midiasolution Repres. e Negoc. tel. (85) 3264-3939; **Goiânia** Middle West Representações Ltda, tel. (62) 3215-5138; **Maringá** Paper Comunicações, tel. (92) 3636-7583; **Maringá** Atitude de Comunicação e Representação, tel. (44) 3028-6969; **Porto Alegre** Escritório tel. (51) 3327-2850; Representante Print Sol Veículos de Comunicação Ltda, tel. (51) 3328-1344; **Recife** Multirevistas Publicidade Ltda, tel. (81) 3327-1597; **Ribeirão Preto** Gnomos Mídia Representações Comerciais, tel. (16) 3911-3025; **Rio de Janeiro** tel. (21) 2546-8242; **Salvador** AICMA Consultoria Public. e Representação, tel. (71) 3313-4999; **Vitória** Zambra Marketing Representações, tel. (27) 3313-6952

PUBLICAÇÕES DA EDITORA ABRIL: Almanaque Abril, Ana Maria, Arquitetura e Construção, Atividades, Aventuras na História, Boa Forma, Bons Filhos, Bravo, Capricho, Casa Claudia, Claudia, Contigo!, Disney, Elle, Estilo, Exame, Exame PME, Fota S/A, Gloss, Guia do Estudante, Guias Quatro Rodas, Info Corporate, Info Lovetext, Manequim, Manequim Nova, Men's Health, Minha Novela, Mundo Estranho, National Geographic, Nova, Ficar, Playboy, Quatro Rodas, Recreio, Revista A, Revista da Semana, Runner's World, Saúde!, Sou Mais Ela!, Superinteressante, TRL, Veja, Veja Rio, Veja São Paulo, Vejas Regionais, Viagem e Turismo, Vida Simples, Vip, Viva! Mais, Viva! S/A, Women's Health **Fundação Victor Civita:** Nova Escola

CAPRICHÔ 1068 ano 37, nº 8 (ISSN 0808-5944) e uma publicação quinzenal da Editora Abril S.A. Distribuída em todo o país pela Dinap S.A. Distribuidora Nacional de Publicações, São Paulo. **CAPRICHÔ** não admite publicidade redacional.

Serviço ao Assinante: Grande São Paulo: (11) 5087-2112
Demais localidades: 0800-775-2112 www.abril.com.br
Para assinar: Grande São Paulo: (11) 3347-2121
Demais localidades: 0800-775-2828 www.assinabril.com.br

IMPRESSA NA DIVISÃO GRÁFICA DA EDITORA ABRIL S.A.
Av. Otávio Alves de Lima, 4400, Freguesia do Ó, CEP 02909-900, São Paulo, SP

IVZ **FIPP** **ANEP**

Abрил
Presidente do Conselho de Administração: Roberto Civita
Presidente Executivo: Giancarlo Civita
Vice-Presidentes: Arnaldo Tibiryçá, Douglas Duran,
Marcio Ogliara, Sidnei Basile
www.abril.com.br

Corra, garota, corra!

Mas bem devagarinho pra não machucar. E nunca sozinha.

Adoro correr. Me sinto leve, feliz! No ano passado, decidi que queria fazer uma maratona (42 km!). E saí correndo feito louca. Num dia, 30 minutos. No outro, 40, e no outro, uma hora. E no sábado uma hora e meia. Não deu outra: lesionei as duas pernas. O médico me mandou parar por pelo menos três meses – sofrimento monstro.

Aí, no fim do ano, comecei de novo, dessa vez com um professor. Durante um mês seguido, corri dia sim, dia não, só por 20 minutos. Depois, no outro mês, aumentei um pouquinho, só cinco minutos. E, agora, corro às vezes 35, às vezes 40. Mês que vem, entro nos 50.

Ainda me parece fácil, perto da hora e meia, mas percebi que, para ir longe, teria que conquistar cada minuto para ter certeza de que meu corpo aguenta. E que não poderia fazer isso sozinha. Por mais que tivesse fôlego, precisava da orientação de alguém mais experiente.

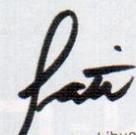
Estou te contando essa história porque, ontem, durante o treino, achei tudo muito parecido com o jeito como a gente leva a vida quando tem 14, 15 anos. A gente já se acha grande e madura, capaz

de fazer tudo: viajar sozinha, voltar às 3 da manhã, dormir na casa do namorado. E, muitas vezes, entra nas maiores roubadas justamente porque não estava preparada. E porque não quis dar ouvidos a ninguém (muito menos nossos pais, né?).

Meu pai sempre dizia, de um jeito bem calmo, que “tudo tem seu tempo”. E eu ficava frustrada, batendo pé. Mas, no fim das contas, sei o quanto foi importante ter que negociar cada balada, cada fim de semana na praia, cada carona com meus amigos que tinham carro. Conquistei minha liberdade aos poucos e me tornei uma garota responsável. Valeu, pai!

E você, leitora, também pode escolher e fazer sua maratona. É só ir aos poucos, cercada de gente que te quer bem e sabe (ao menos um pouco) mais que você.

Um beijo,


 tatiana.schibuola@abril.com.br

NOSSO COLABORADOR



Foto: Arquivo pessoal

Rafael Tonon colabora com a CAPRICHÔ desde 2006. O cara é superversátil: é só pedir que ele escreve sobre beleza, corpo, entretenimento ou comportamento. Nesta edição, o Rafa assina a matéria sobre os micos que os pais fazem as meninas pagarem. Mas do que ele gosta mesmo é falar dos assuntos cabeludos da seção *Alguém Me Explica*, como os conflitos na faixa de Gaza e a crise econômica mundial. Sorte a nossa porque do jeito que ele explica a gente entende tudo!

Editorial da edição de número 1068, publicada no dia 12 de abril de 2009, na revista Capricho.

ANEXO 8

Oi da editoria

Ilustração: Juli Scapucin



Leitora do ano!

Quero dividir com você os méritos por nosso megaprêmio

“Capricho.” Foi assim, depois de uma longa pausa e com voz grave, que Roberto Civita, diretor editorial e presidente do conselho de administração do Grupo Abril, anunciou a vencedora do grande prêmio da noite: Revista do Ano. E então foi um tal de o povo todo da redação se levantar e se abraçar e gritar e pular. E até chorar de tanta emoção.

Explico: segunda-feira, dia 13 de abril, estávamos todos com as nossas melhores roupas (e o melhor make) no auditório da Sala São Paulo, no centro da cidade, prestigiando o 34º Prêmio Abril de Jornalismo, que é, sem exagero, o Oscar aqui, da editora. São escolhidos os melhores trabalhos produzidos pelas revistas e pelos sites da casa no ano anterior.

O maior prêmio da noite, tal qual o melhor filme do Oscar, é a Revista do Ano. O último a ser anunciado. E o mais emocionante é que ninguém tem a menor ideia de quem será o vencedor porque não há, como nas outras

categorias, a divulgação dos indicados.

Confesso que a gente já tinha, na redação, uma esperançazinha. No ano passado, vivemos um tempo muito bom: teve a reforma do projeto gráfico, que deixou a revista mais linda, mais feminina; teve a campanha Deixe o Mundo Mais Pink; teve um monte de entrevistas boooas, com gente como Zac, Brit e Robert Pattinson; o especial do *Crepúsculo*; e teve você, querida leitora, que, mais do que nunca, esteve com a gente no site, no Orkut, no nosso e-mail e no nosso MSN, criticando, sugerindo, elogiando e nos ajudando a fazer uma revista melhor. Boa mesmo: a Revista do Ano! Parabéns pra você também!

Um beijo,



Tatiana Schibuola
@abril.com.br



Repara só nos enormes sorrisos de toda a equipe (e no nosso troféu: a arvorezinha). Esta foto foi tirada logo depois do anúncio do prêmio mais importante da noite!



6 • CAPRICHÔ

EDITORIA **Abril**
Fundador: VICTOR CIVITA
(1907 - 1990)

Editor: Roberto Civita
Presidente Executivo: Jairo Mendes Leal
Conselho Editorial: Roberto Civita (Presidente), Thomaz Scuito Correa (Vice-Presidente), Jairo Mendes Leal, José Roberto Guzzo
Diretor de Assinaturas: Fernando Costa
Diretora de Mídia Digital: Fabiana Zanini
Diretor de Planejamento e Controle: Auro Luis de Iasi
Diretora Geral de Publicidade: Thais Chede Soares
Diretor Geral de Publicidade Adjunta: Rogério Gabriel Comprido
Diretor de RH e Administração: Dimas Mietto
Diretor de Serviços Editoriais: Alfredo Ogawa

Diretora Superintendente: Helena Bagnoli
Diretora de Núcleo: Brenda Fucuta

CAPRICHÔ
Redatora-chefe: Tatiana Schibuola

Editora visual: Adriana Yoshida **Editora de Arte:** Fabiana Yoshikawa **Editora:** Laise Takahisa (comportamento) **Editores-Assistentes:** Cecilia Ferraz (moda), Isabela Mota Nerebio (comportamento), Mariana Aguiar (beleza) e Thiago Theodoro (entertainment) **Reporteres:** Bárbara dos Anjos, Karoline Prudente e Rafaela Siqueira **Designers:** Alberto Lima, Eduardo Rios, Flávia Frazzatti, Juliana Siqueira e Paula Anzorelli **Estagiários:** Fernanda Casati, Gabriela Curtin e Naja Nakamura. **CAPRICHÔ.COM.BR** **Editor:** Giuliano Tadini **Editor assistente:** Phyllis Cruz e Renata Chelbi **Repórter:** Amanda Zaccarini **Designers:** Lu Canagó e Mariana Valente **Webdesigners:** Elton Preti Prado e Edson Midani **Coordenadores Administrativos:** Vinícius Assunção ao Leitor, Alfabia Meneguelli e Fabiana Pedroni **CT:** Alvaro Zetti (supervisor), Edineia Silva, Erica Nakamura, Juarez Macedo, Leandro Marcinari, Leo Ferreira, Ragnara Saes, Rodrigo Lopes, Vanessa Dalberto e Zeca França
www.capricho.com.br

SERVIÇOS EDITORIAIS
Apelo Editorial, Apoio Técnico e Difusão: Eli Mendes Dedoc e Abril Press; Grazi de Sousa Tratamento Editorial; Edward Pinheiro

PUBLICIDADE CENTRALIZADA **Diretores:** Marlene Penegrita Gomez, Mariana Ortiz, Robson Monte e Sandra Sampão **Executivos de Negócios:** Alessandra D. Amaro, Ana Paula Meeiro, Caio Sousa, Claudia Galvão, Cláudia Gomes, Cristiane Tassoulas, Eliani Prado, Heráclio Evans Neto, Marcelo Almeida, Marcos Vinícius, Nilo Basso, Pedro Bonaldi, Regina Mourão, Tat. Mendes, Virginia Azei e William Haganas **PUBLICIDADE REGIONAL** **Diretor:** Jacques Rassi **Ricardo** **PUBLICIDADE RIO DE JANEIRO** **Diretor:** Paulo Renato Smões **Gerente:** Cristiane Riguardi **Executivos de Negócios:** Beatriz Ottoni, Caroline Paulista, Henri Marques José Roda, Sílvia Sara Sampaio de O. Reis **PUBLICIDADE NÚCLEO JOVEM** **Gerente:** Fernando Subtilini **Executivos de Negócios:** Alina Vianna, Analucia Bertoli, Camilla Formasier, Cimília Curti, João Eduardo Dias, Lais Fernando Lopes e Mara Marques **Assistentes:** Líliana Moura e Monze Barbosa **MARKETING e CIRCULAÇÃO** **Gerente de Marketing:** Louisa Faleiros **Gerentes de Publicações:** Raimundo Caputo **Marketing** **Publicidade e Assessoria Ltda.**, tel. (61) 5426-7342 **Campinas** **CZ Press Com. e Representação**, tel. (19) 3251-2007 **Campo Grande** **Insomniac Promotions** **Analistas Ltda.**, tel. (67) 3302-2109 **Curitiba** **Agrupación Representações Comerciais**, tel. (41) 3256-8000 **Curitiba** **Escritório**, tel. (41) 3256-8000 **Curitiba** **Representante Via Mídia Projetos Editoriais Mix e Repres. Ltda.**, tel. (41) 3254-1224 **Florianópolis** **Interação Publicidade Ltda.**, tel. (48) 3232-3617 **Fortaleza** **Multasoluções Repres. e Negoc.**, tel. (85) 3294-3939 **Goiânia** **Midale West Representações Ltda.**, tel. (62) 3215-9338 **Mariana Paper Communications**, tel. (62) 3656-7884 **Manoelândia** **Alitude de Comunicação e Representação**, tel. (44) 3028-6969 **Porto Alegre** **Escritório**, tel. (51) 3327-2850 **Representante: Print Sol** **Vesteval de Comunicação Ltda.**, tel. (51) 3328-1544 **Recife** **Multirevistas Publicidade Ltda.**, tel. (81) 3327-1597 **Ribeirão Preto** **Comun. Mídia Representações Comerciais**, tel. (16) 3941-3025 **Rio de Janeiro**, tel. (21) 2548-8282 **Salvador** **AGMN Consultoria Public. e Representação**, tel. (71) 5311-4999 **Vitória** **Zambro Marketing Representações**, tel. (27) 3315-6952

PUBLICAÇÕES DA EDITORA ABRIL: Almanaque Abril, Ana Maria, Arquitetura e Construção, Atividades, Aventuras na História, Boa Forma, Bons Fluidos, Brasil, Capricho, Casa Claudia, Contigo!, Disney, Elle, Estilo, Exame, Exame PME, Frona S.A. Gloss, Guia de Estudantes, Guia Quatro Rodas, Info Corporate, Info Lovetec, Managem, Managem Nova, Men's Health, Minha Novela, Mundo Estranho, Nacional Geographic, Nova, Placar, Playboy, Quatro Rodas, Recreio, Revista A, Revista da Semana, Runner's World, Saúde!, Sou Mais Ela!, Superinteressante, Tintin, Veja, Veja Rio, Veja São Paulo, Veja Regionais, Viagem e Turismo, Vida Simples, Vip, Viva Mais, Voce S.A., Women's Health, **Fundação Victor Civita**, Nova Escola

CAPRICHÔ 1069 ano 57 nº 9, (ISSN 0808-5944) é uma publicação quinzenal da Editora Abril S.A. Distribuída em todo o país pela Dinap S.A. Distribuidora Nacional de Publicações. São Paulo, **CAPRICHÔ** não admite publicidade redacional

Serviço ao Assinante: Grande São Paulo: (11) 5087-2112
Demais localidades: 0800-775-2112 www.abril.com
Para assinar: Grande São Paulo: (11) 3347-2121
Demais localidades: 0800-775-2112 www.assinabril.com.br

IMPRESSA NA DIVISÃO GRÁFICA DA EDITORA ABRIL S.A.
Av. Otaviano Alves de Lima, 4400, Freguesia do Ó, CEP 02969-900, São Paulo, SP

IVZ **FIPP** **ANEP**

Presidente do Conselho de Administração: Roberto Civita
Presidente Executivo: Giancarlo Civita
Vice-Presidentes: Arnaldo Tiburcio, Douglas Duran,
Marco Ogliara, Sabine Basile
www.abril.com.br

Editorial da edição de número 1069, publicada no dia 26 de abril de 2009, na revista Capricho.

ANEXO 9



Foto: Raquel Espírito Santo

Mães e filhas

Já parou pra pensar que o seu jeito de ser filha muda o jeito da sua mãe ser... mãe?

Nat Vittorini, da Galera Capricho, queria que sua mãe fosse menos estressada e parasse de encher o saco com essa história de arrumar a cama ou ajudar em casa. A Rê Benedetti, que também é da Galera, queria que a mãe fosse menos ocupada e tivesse mais tempo pra ela. Mas... adianta reclamar da mãe?

Em busca dessa resposta, a editora-assistente Isabela Noronha fez às duas garotas uma proposta muito ousada: que tal trocar de mãe por um tempinho? Em clima de *reality* de TV e com um enorme esforço de reportagem, Isa convenceu as mães envolvidas, conciliou agendas e eventos das duas meninas, organizou o levar e o buscar na escola e estabeleceu regras para garantir que as mães dispensassem às novas "filhas" o mesmo tratamento que dão às suas filhas de verdade. Para não perder nenhum detalhe, monitorou diariamente as mães e as filhas e fez até uma visita no penúltimo dia. Depois, ouviu

especialistas no assunto e leu livros para compreender melhor essa relação.

O resultado dessa reportagem (e a resposta à pergunta do primeiro parágrafo), você confere na página 74. Não posso contar muito aqui para não estragar a surpresa. Mas adianta que você não precisa trocar de mãe para entender os motivos dela e aproveitar melhor o tempo que vocês têm juntas. Eu já não posso voltar atrás. A minha felicidade foi descobrir que, mesmo depois que a gente sai da casa dos pais, mãe continua sendo mãe, do mesmo jeito: sempre pronta pra ouvir, apoiar, elogiar e até alertar para as bobagens que a gente faz de vez em quando. No fundo, elas sempre têm razão.

Um beijo,



Tatiana
tatiana.schibuola
@abril.com.br

NOSSO COLABORADOR



Foto: Rodrigo Bueno

Foi o Felipe Cruz, do capricho.com.br, quem descobriu o talento do fotógrafo Rodrigo Bueno, 26 anos. É que o Rodrigo adora fotografar shows e postar as imagens no seu Flickr. Nesta edição, ele clicou a banda Forfun, lá no puxadinho onde eles se reúnem para compor e ensaiar. E, às vezes, é ele quem sobe no palco: é vocalista e guitarrista da banda Feito Feito. Vai ouvir no myspace.com/feitofeito.

EDITORIA **Abriu**
Fundador: VICTOR CIVITA
(1907-1990)

Editor: Roberto Civita
Presidente Executivo: Jaime Mendes Leal
Conselho Editorial: Roberto Civita (Presidente),
Thomaz Souto Corrêa (Vice-Presidente), Giancarlo Civita,
Jaíro Mendes Leal, José Roberto Guzzo
Diretor de Assinaturas: Fernando Costa
Diretora de Mídia Digital: Fabiana Zanni
Diretor de Planejamento e Controle: Auro Luis de Iasi
Diretora Geral de Publicidade: Thais Chede Soares
Diretor Geral de Publicidade Adjunto: Rogério Gabriel Comprido
Diretor de RH e Administração: Dimas Mietto
Diretor de Serviços Editoriais: Alfredo Ogawa

Diretora Superintendente: Helena Bagnoli
Diretora de Núcleo: Brenda Fucuta

CAPRICHÔ
Redatora-chefe: Tatiana Schibuola

Editora visual: Adriana Yoshida; Editora de Arte: Fabiana Yoshizawa; Editora: Lizete Takahira (compartilhado); Editores-Assistentes: Cecília Fontes (moda); Isabela Motta (novelas) (compartilhado); Mariana Aquino (beleza); Thiago Theodoro (entretenimento); Reporters: Bárbara dos Anjos, Karolina Pinheiro e Rafaela Siqueira; Designers: Alberto Lara, Eduardo Bossa, Flávia Zimbará, Juliana Scopio e Paula Azevedo; Estagiárias: Fernanda Catana, Geórgia Curtoso e Neia Nakamura; CAPRICHÔ.COM.BR Editora: Giuliana Taffel; Editor assistente: Priscila Cruz e Renata Chelot; Reporter: Amanda Zaccarias; Designers: Líia Caranga e Mariana Valent; Webmasters: Elton Petz Prado e Edson Michael; Coordenadora Administrativa: Vera Leite; Atendimento ao Leitor: Adriana Metzgheloff e Fabiana Pedrosa CTE; Alvaro Zenti (suspensão); Edvânia Silva, Erika Nakamura, Izaura Macedo, Leandro Maracani, Leo Pereira, Regina Sano, Rodrigo Lopes, Vanessa Dalberto e Zeca Franca
www.capricho.com.br

SERVÇOS EDITORIAIS
Apelo Editorial: Apelo Técnico e Difusão; Ita Mídias Dedicadas e Abril Press; Graze de Souza Treinamento Editorial; Edward Presente

PUBLICIDADE CENTRALIZADA Diretores: Marcos Peregina Gomez, Mariano Ortiz, Robson Monte e Semira Sampaio; Executivos de Negócio: Alessandra D'Amaro, Ana Paula Moreno, Caio Souza, Claudia Galdino, Cláudia Gomes, Cristiane Bassolas, Eliani Prado, Heráclito Evans Neto, Marcello Almeida, Marcos Vinícius, Nilo Bostes, Pedro Bonaldi, Regina Marcano Taff Mendes, Virginia Aze e Willian Hagegrip; **PUBLICIDADE REGIONAL** Diretor: Jacques Basti; Ricardo; **PUBLICIDADE RIO DE JANEIRO** Diretor: Paulo Renato Simões; Gerente: Cristiano Ruyani; Executivos de Negócio: Beatriz Diniz, Gabriela Pinheiro, Hans Marques, José Rodica, Semara Sampaio de O. Rejinders; **PUBLICIDADE NÚCLEO JOVEM** Gerente: Fernando Sabadin; Executivos de Negócio: Alice Ventura, Analicia Bertóla, Camilla Forastier, Clelinda Curry, João Eduardo Dias, Luis Fernando Lopes e Maria Marques; Assistentes: Líliana Mozer e Mônica Barros; **MARKETING E CIRCULAÇÃO** Gerente de Marketing: Luciete Faleiros; Gerentes de Publicações: Renato Cagno (Marketing Publicitário) e Edson Botura; Analistas: Flávia Martins e Renata Pavan; Estagiárias: Alisson Pantaleu e Carlos Santos; Gerente de Eventos: Camilla Mendonça; Analistas: Cibele Batista, Luciana Balduino e Soraia Pinho; Estagiárias: Juliana Louzada; **Entendimento**: Paulo Alves e Vanessa Wetman; Gerente de Circulação Avulsas: Magali Superli; Gerente de Circulação Assinaturas: Sergio Ricci; **PLANEJAMENTO, CONTROLE E OPERAÇÕES** Gerente: André Vasconcelos; Consultora: Sandra Luliani; Wilton; Processos: Fabiano Valim; **ASSINATURAS** Operações de Atendimento ao Consumidor: Márcia Galatiotti; RH DIRETORA: Claudia Ribeiro; Consultora: Kátia Batista

Em São Paulo: Redação e Correspondência: Av. das Nações Unidas, 7221, 14º andar, Pinheiros, São Paulo, SP, CEP 05425-902. Tel. (11) 3037-2000; Publicidade São Paulo www.publisa.com.br; Classificados 0800-701-2066; Grande São Paulo tel. (11) 3037-2700; **ESCRITÓRIOS E REPRESENTANTES DE PUBLICIDADE NO BRASIL**: Central-SP tel. (11) 3037-8258; Bahia: Camilla Mendes Representações Comerciais, tel. (41) 3227-6378; **Belem**: Midiasolution Belem, tel. (91) 3222-2510; **Belo Horizonte**: Escritório tel. (31) 3282-8630; **Triângulo Mineiro** F&C Campos Consultoria e Assessoria Ltda., tel. (46) 3620-2702; **Blumenau** M. Marchi Representações, tel. (47) 3328-7920; **Brasília** Escritório tel. (61) 3332-7354; Representante: Carvalho Marketing Ltda., tel. (61) 3426-7442; **Campinas** CZ Press Com. e Representações, tel. (19) 3251-2907; **Campo Grande** Joimar Promoções Artísticas Ltda., tel. (67) 3382-2139; **Cuiabá**: Agregações Representações Comerciais, tel. (65) 8403-0618; **Curitiba** Escritório tel. (41) 3250-8008; Representante: Via Mídia Printos Editórias Mkt. e Repres. Ltda., tel. (41) 3234-2224; **Floresópolis**: Iteração Publicidade Ltda., tel. (48) 3232-1017; **Fortaleza**: Midiasolution Repres. e Negoc., tel. (85) 3264-3939; **Goiania**: Midia West Representações Ltda., tel. (62) 3215-9158; **Manaus**: Paper Comunications, tel. (62) 3658-7588; **Maringá**: Atitude de Comunicação e Representação, tel. (44) 3028-6969; **Porto Alegre** Escritório tel. (51) 3327-2830; Representante: Print Soluções de Comunicação Ltda., tel. (51) 3328-1344; **Recife**: Multilevitas Publicidade Ltda., tel. (81) 3327-1397; **Ribeirão Preto**: Gostoso Mídia Representações Comerciais, tel. (16) 3941-5025; **Rio de Janeiro** tel. (21) 2548-8282; **Salvador**: AGMN Consultoria Public. e Representação, tel. (71) 3311-4999; **Vitória**: Zambor Marketing Representações, tel. (27) 3315-6952

PUBLICAÇÕES DA EDITORA ABRIL: Almanaque Abril, Ana Maria, Arquitetura e Construção, Atividades, Aventuras na História, Boa Forma, Boas Fofocas, Bravo!, Capricho, Casa Claudia, Claudia, Contop, Disney, Elle, Estilo, Exame, Exame PME, Fofa S.A. Gloss, Guia do Estudante, Guia Quatro Rodas, Info Corporate, Info, L'Espresso, Manequim, Manequim Nova, Men's Health, Minha Novela, Mundo Estranho, National Geographic, Nova, Pícaro, Playboy, Quatro Rodas, Recreio, Revista A, Revista da Semana, Runner's World, Saúde, Seu Malo Lar, Superinteressante, Tinta, Veja, Veja Rio, Veja São Paulo, Vejas Regionais, Viagem e Turismo, Vidas Simples, Vip, Vitta, Mais, Você S.A. Women's Health; **Fundação Victor Civita**: Nova Escola

CAPRICHÔ 1070 anos 57, nº 8 (ISSN 0008-5944) é uma publicação quinzenal da Editora Abril S.A. Distribuída em todo o país pela Dinap S.A. Distribuidora Nacional de Publicações. São Paulo. **CAPRICHÔ** não admite publicidade redacional.

Serviço ao Assinante: Grande São Paulo: (11) 5087-2112
Demais localidades: 0800-775-2112 www.abril.com.br
Para assinar: Grande São Paulo: (11) 8447-2121
Demais localidades: 0800-775-2828 www.assinabril.com.br

IMPRESSA NA DIVISÃO GRÁFICA DA EDITORA ABRIL S.A.
Av. Ottoniano Alves de Lima, 4400, Freguesia do Ó, CEP 02006-000, São Paulo, SP

IWZ **FIPP** **ANER**

Abriu
Presidente do Conselho de Administração: Roberto Civita
Presidente Executivo: Giancarlo Civita
Vice-Presidentes: Arnaldo Tiboni, Douglas Duran,
Marcio Ogilvia, Sidney Basile
www.abril.com.br

ANEXO 10

Oi da editora

Ilustração: Juli Scapucin



15 novamente

Não é nem um pouco fácil ser adolescente. E, eu juro, a gente te entende.

“Nã o me peçam para pensar com uma cabeça de 40 anos. Nem me falem sobre a vida como se eu tivesse 8. Eu tenho 15 anos. 15, entende?” Essa frase eu tirei da minha agenda. Foi o que eu escrevi no dia 25 de junho de 1990. Como já te contei aqui, no meu tempo (ai!) não tinha esse negócio de postar em blog. Então, a gente escrevia tudo o que pensava, tudo mesmo, na agenda. Às vezes, inventava uns códigos para falar de coisas “proibidas” – as mães ficavam doidas atrás das nossas agendas. (Duro é que hoje não consigo mais entender nada dos códigos também.)

Rever as agendas foi uma ideia que tivemos aqui, na redação, dia desses. A Bárbara trouxe a dela. A Isa e a Cíça também. Eu trouxe várias. O mais legal dessa troca de experiências e dessa viagem no tempo foi lembrar por que ser adolescente é, assim, tão difícil. E também tão especial: ao mesmo tempo em que estamos descobrindo

um monte de coisas sobre nós mesmas, não temos a menor noção de quem vamos ser. Ao mesmo tempo em que experimentamos a independência pela primeira vez, precisamos dos nossos pais para autorizar e bancar nossos sonhos. Ao mesmo tempo em que temos que escolher uma profissão pro resto da vida, temos que estudar pra passar na prova de inglês.

Lembrar direitinho como era ter 15 anos foi muito legal. Porque é mesmo um grande desafio falar com você sem estar, exatamente, na sua pele. E este é um dos grandes desafios de todo mundo que trabalha na CAPRICH O: entender você.

Um beijo,



Tatiana
tatiana.schibuola@abril.com.br

NOSSO COLABORADOR



Foto: Cintia Sanchez

Foi o Paulo Cabral, em parceria com Cintia Sanchez, quem fotografou o editorial de moda desta edição, sobre as IT girls. Paulo já foi editor de arte da CAPRICH O. É um dos caras mais talentosos que já conheci: além de designer, ele fotografa, faz arte em Photoshop como ninguém e ainda pinta quadros incríveis. Vai ver na pág. 66!

6 • CAPRICH O

EDITORIA ABRIL
Fundador: VICTOR CIVITA (1907 - 1990)
Editor: Roberto Civita
Presidente Executivo: Jairo Mendes Leal

Conselho Editorial: Roberto Civita (Presidente), Thomaz Souto Corrêa (Vice-Presidente), Giancarlo Civita, Jairo Mendes Leal, José Roberto Guzzo
Diretor de Assinaturas: Fernando Costa
Diretora de Mídia Digital: Fabiana Zanni
Diretor de Planejamento e Controle: Auro Luis de Iasi
Diretora Geral de Publicidade: Thais Chele Soares
Diretor Geral de Publicidade Adjunto: Rogério Gabriel Comprido
Diretor de RH e Administração: Dimas Michto
Diretor de Serviços Editoriais: Alfredo Ogawa

Diretora Superintendente: Helena Bagnoli
Diretora de Múrcelo: Brenda Fucuta

CAPRICH O
Redatora-chefe: Tatiana Schibuola

Editora visual: Adriana Yoshida **Editora de Arte:** Fabiana Yoshikawa **Editora:** Luise Takahashi (comportamento) **Editoras-Assistentes:** Cecília Pomes (moda), Isabela Motta Noronha (comportamento), Mariana Aquino (beleza) e Thiago Theodoro (entretenimento) **Repórteres:** Bárbara dos Anjos, Karolina Pinheiro e Rafaela Siqueira **Designers:** Alberto Lins, Eduardo Bessa, Flávia Zimbará, Juliana Scapucin e Paula Azeredo **Estagiárias:** Fernanda Casarin, Gabriela Cardoso e Nana Nakamura. **CAPRICH O COM BR** **Editora:** Giuliana Taito **Editor assistente:** Patrícia Cruz e Renata Cheloni **Reporter:** Amanda Zaccaria **Designers:** Lia Camargo e Mariana Valente **Webmasters:** Eliot Pez Prodo e Ebon Michael **Coordenadora Administrativa:** Vera Lize Atendimento ao Leitor: Adriana Meneghelli e Fabíola Pedrosa **CT:** Alvaro Zetti (supervisor), Edvânia Silva, Érika Nakamura, Jaqueline Macedo, Leandro Marconini, Leo Perrini, Regina Sara, Rodrigo Lemos, Vanessa Dalberto e Zeca Pinna www.capricho.com.br

SERVIÇOS EDITORIAIS

Apoio Editorial: Carlos Grassini (Arte), Leiza Fra (Gratografia) **Apoio Técnico e Difusão:** Bia Mendes Dedec e Abril Press; Graça de Souza **Treinamento Editorial:** Edward Pimenta

PUBLICIDADE CENTRALIZADA **Diretores:** Marcos Pergrina Gomez, Mariana Ortiz, Robson Monte e Sandra Sampaio **Executivos de Negócio:** Alessandra D'Amato, Ana Paula Moreno, Caio Souza, Claudia Goldoni, Cláudia Gomes, Cristiane Tassoulas, Eliani Prado, Hemildo Evans Neto, Marcelo Almeida, Marcus Viacava, Nilo Basseto, Pedro Bonaldi, Regina Munarato, Tati Mendes, Virginia Any e Willian Hagepim **PUBLICIDADE REGIONAL** **Diretor:** Jacques Baisi **Ricardo** **PUBLICIDADE RIO DE JANEIRO** **Diretor:** Paulo Renato Simões **Gerente:** Cristiano Pignatari **Executivos de Negócio:** Beatriz Oltus, Camille Paillha, Henri Marques, José Roda, Samara Sampaio de I. **Repórteres** **PUBLICIDADE NÚCLEO JOVEM** **Gerente:** Fernando Sabadin. **Executivos de Negócio:** Alice Ventura, Analicia Bertola, Camilla Fornasser, Cinthia Curty, João Eduardo Dias, Luis Fernando Lopes e Mara Marques **Assistentes:** Liliana Moura e Monise Barbosa **MARKETING E CIRCULAÇÃO** **Gerente de Marketing:** Luciane Faleiros **Gerentes de Publicidade:** Edson Botelho, Kátia Ojeda, Renata Pavan, Renato Cagno **Analistas:** Giovanna Campacci, Juliana Fortini, Thyss Patrícia **Estagiárias:** Allisson Pantalea, Carlos Santos, Milena Fiuza **Gerente de Eventos:** Camilla Mesquita **Analistas:** Cibele Bastista, Luciana Balduino e Samantha Pinto **Estagiárias:** Juliana Louzada **Licenciamento:** Vanessa Wittmann **Gerentes de Circulação:** Anelise Magalhães **Supervisor Gerente de Circulação:** Assinaturas: Sergio Ricci **PLANEJAMENTO, CONTROLE E OPERAÇÕES** **Gerente:** Andre Vasconcelos **Consultora:** Sandra Lahan **Wilder** **Processos:** Fabiano Valim **ASSINATURAS** **Operações de Atendimento ao Consumidor:** Malvina Galaviz **RH DIRETORA:** Claudia Ribeiro **Consultora:** Kátia Batista

Em São Paulo: Redação e Correspondência: Av. das Nações Unidas, 7221, 14º andar, Pinheiros, São Paulo, SP. CEP 05425-902. tel. (11) 3037-2000 **Publicidade São Paulo** www.publicidadebr.com.br **Classificados** 0800-701-2066. **Grande São Paulo** tel. (11) 3037-2700 **ESCRITÓRIOS E REPRESENTANTES DE PUBLICIDADE NO BRASIL:** **Central-SP** tel. (11) 3037-6564. **Raura** Gnotas Mídia Representações Comerciais, tel. (14) 3227-0578. **Belem** Xunge - Consult. e Serv. Comunic. tel. (91) 3222-2303. **Belo Horizonte** Cross Mídia Representações, tel. (31) 3511-7612. **Escritória** tel. (31) 3282-0630. **Triângulo Mineiro** F&C Campos, Consultoria e Assessoria Ltda., tel. (61) 3620-2702. **Blumenau** M. Marchi Representações, tel. (47) 3329-5820. **Brasília** Escritório tel. (61) 3335-7554. **Representante** Carvalhos Marketing Ltda., tel. (61) 3426-7342. **Campinas** CZ Press Com. e Representações, tel. (19) 3251-2007. **Campo Grande** DM Comunicação & Marketing, tel. (67) 8235-2828. **Curitiba** Agneregócios Representações Comerciais, tel. (41) 3443-8616. **Curitiba** Escritório tel. (41) 3256-8000. **Representante** Via Mídia Projetos Editoriais M&I e Repres. Ltda., tel. (41) 3254-1224. **Florianópolis** Interacao Publicidade Ltda., tel. (48) 3232-1617. **Fortaleza** MídiaSolution Repres. e Negoc., tel. (85) 3264-3039. **Goiania** Middle West Representações Ltda., tel. (62) 3215-5158. **Manaus** Paper Comunicações, tel. (92) 3656-7388. **Maringá** Atitude de Comunicação e Representação, tel. (44) 3028-9969. **Porto Alegre** Executivos, tel. (51) 3327-9970. **Representante** Print Sol. Veículos de Comunicação Ltda., tel. (51) 3328-1344. **Recife** Multibrevistas Publicidade Ltda., tel. (81) 3327-1597. **Ribeirão Preto** Gnotas Mídia Representações Comerciais, tel. (16) 3911-3025. **Rio de Janeiro** tel. (21) 2546-8282. **Salvador** AGMN Consultoria Public. e Representação, tel. (71) 3311-4999. **São Paulo** Mídia Company, tel. (11) 3022-7077. **Vitoria** Zantra Marketing Representações, tel. (27) 3315-6932

PUBLICAÇÕES DA EDITORA ABRIL: Almanaque Abril, Ana Maria, Arquitetura e Construção, Atividades, Aventuras na História, Boa Forma, Bons Fluidos, Bravo!, Capricho, Casa Claudia, Claudio, Contop!, Disney, FHO, Estilo, Exame, Exame PME, Gloss, Guia do Estudante, Guias Quatro Rodas, Info Corporate, Info, Lovetech, Managem!, Managem! Noiva, Men's Health, Minha Novela, Mundo Estranho, National Geographic, Nova, Placar, Playboy, Quatro Rodas, Recreio, Revista A, Revista da Semana, Runner's World, Saúde!, Sop Meia Lu!, Superintendente, Tati!, Viva, Viva Rio, Viva São Paulo, Viva Regionalis, Viagens e Turismo, Vida Simples, Vix, Viva! Mãe, Você RH, Você S.A., Women's Health **Fundação Victor Civita:** Nova Escola

CAPRICH O 1071 ano 57, nº 9 (ISSN 0108-5944) é uma publicação quinzenal da Editora Abril S.A. Distribuída em todo o país pela Dinap S.A. Distribuidora Nacional de Publicações, São Paulo. **CAPRICH O** não admite publicidade redacional.

Serviço ao Assinante: Grande São Paulo: (11) 5087-2112
Demais localidades: 0800-775-2112 www.abril.com
Para assinar: Grande São Paulo: (11) 3307-2121
Demais localidades: 0800-775-2828 www.assineabril.com.br

IMPRESSA NA DIVISÃO GRÁFICA DA EDITORA ABRIL S.A.
Av. Otaviano Alves de Lima, 4400, Freguesia do O. CEP 02909-900, São Paulo, SP

IVZ **FIPP** **ANER**

Abril
Presidente do Conselho de Administração: Roberto Civita
Presidente Executivo: Giancarlo Civita
Vice-Presidentes: Arnaldo Tibyrcia, Douglas Duran,
Marco Ogliara, Sidnei Basile
www.abril.com.br

Editorial da edição de número 1071, publicada no dia 24 de maio de 2009, na revista Capricho.

ANEXO 12



Ilustração: Tereza Bettinardi

Foto: Manuel Nogueira

Gargalo

A resposta de selecionar 35 entre quase 14 mil garotas

"Tenho bastante tempo disponível para o ócio (risos), mas o meu ócio é criativo", "Eu criaria blusas diferentes com estampas com humor, como *I Am with a Stupid* ->", "Prefiro dormir arrependida que acordar com vontade", "Sou a surpresa do *Vale a Pena Ver de Novo*". Calma, não fiquei doída. Essas frases eu extraí de algumas das milhares de inscrições que recebemos para a seleção da Galera Capricho 2009/2010. Uma melhor e mais divertida que a outra! A repórter e porta-voz da Galera, Karol Pinheiro, foi quem fez a primeira triagem - juro, ela leu e-mail por e-mail, carta por carta. Depois, eu e toda a redação nos envolvemos para fazer a seleção final. E ainda nos reunimos com as candidatas de São Paulo para termos ainda mais certeza de nossa decisão. (Pena que não podemos fazer isso com as garotas de todo o Brasil!)

Foram três reuniões muito legais, em que a gente morreu de dar risada e até se emocionou com as histórias de algumas garotas. Ao final de uma delas, a repórter Bárbara dos Anjos Lima perguntou: será que eu entraria para a Galera? Essa pergunta ficou ecoando na

minha cabeça. Primeiro, pela enorme responsabilidade de escolher 35 entre quase 14 mil garotas - todas, sem exceção, cheias de qualidades e histórias legais pra contar. Depois porque me lembrei que, ao longo da nossa vida, estamos escolhendo e sendo escolhidas o tempo todo. Na escola, na balada, no curso de inglês, no Enem, no vestibular, no trabalho, na Galera! E, por mais que nem sempre o nosso nome apareça na lista dos aprovados, as coisas sempre dão certo no final. E, no final das contas, a gente acaba comemorando: "Ainda bem que foi assim!" Pode acreditar!

Um beijo,



Tatiana
tatiana.schibuola@abril.com.br

* P.S. - Na próxima edição, você vai conhecer a nova Galera. Nesta, fique com a despedida da Galera 2008/2009! (pág. 10)

NOSSAS COLABORADORAS



Foto: Arquivo pessoal

Mariana Milanezi e Sabrina Eras não fotografam e tampouco produzem moda e escrevem textos. As BFFs estão aqui porque... colecionam Blythes, aquelas bonecas fofoas e expressivas que ilustram os dramas das leitoras na seção *About Me*. Sabrina, que é ilustradora, e Mari, arquiteta, dividem a paixão pela boneca e estão sempre a postos quando a repórter visual Rafa Siqueira e a designer Pebi Azevedo precisam de novas roupinhas e acessórios para as fotos.

EDITORA **AbriL**
Fundador: VICTOR CIVITA
(1907 - 1990)

Editor: Roberto Civita
Presidente Executivo: Jairo Mendes Leal
Conselho Editorial: Roberto Civita (Presidente),
Thomaz Souto Corrêa (Vice-Presidente), Giancarlo Civita,
Jairo Mendes Leal, José Roberto Guzzo
Diretor de Assinaturas: Fernando Costa
Diretora de Mídia Digital: Fabiana Zanini
Diretor de Planejamento e Controle: Auro Luis de Iasi
Diretora Geral de Publicidade: Thais Chede Soares
Diretor Geral de Publicidade Adjunto: Rogério Gabriel Comprido
Diretor de RH e Administração: Dinaia Oletto
Diretor de Serviços Editoriais: Alfredo Ogawa

Diretora Superintendente: Helena Ragnoli
Diretora de Fúcuta

CAPRICHÔ

Redatora-chefe: Tatiana Schibuola

Editora visual: Adriana Vialatti Editora de Arte: Fabiana Yoshikawa Editora: Lizbe Talschtein (reaportamento) Editores-Assistentes: Cecilia Freitas (model), Isabela Meda Norelha (comportamento), Mariana Aquino (beleza) e Thiago Theodoro (entertainment)
Reporters: Bárbara dos Anjos, Karollina Pinheiro e Rafaela Siqueira Designers: Alberto Luis, Fernando Bessa, Flávia Zimbarth, Juliana Sappachi e Paula Azevedo Estagiárias: Fernanda Gouveia, Gabriela Cardoso e Naya Nakamura. **CAPRICHÔ.COM.BR** Editora: Cláudia Tatini Editoras-Assistentes: Philippe Cruz e Renata Cibiel Reporters: Amanda Zaccarini Designers: Lúcia Camargo e Mariana Valente Webmasters: Elton Pretz Prado e Edson Michalci Coordenadora Administrativa: Vera Lúcia Atendimento ao Leitor: Adriana Menezes e Fátima Petros **CT**: Alvaro Zotti (superior), Edilaine Silva, Ericka Nakamura, Joana Macedo, Leandro Marcatat, Leo Ferreira, Regina Saon, Rodrigo Lemos, Vanessa Dalberto e Zeca Franca
www.capricho.com.br

SERVIÇOS EDITORIAIS

Apoio Editorial: Carlos Grassini (Arte), Luiz Iria (Infografia) Apoio Técnico e Difusão: Iliá Mendes Dredos e April Press. Grupos de Suporte: Tratamento Editorial: Edvaldo Fereschi
PUBLICIDADE CENTRALIZADA Diretores: Mariana Pringim Gomez, Mariana Ortiz, Roberto Monteiro e Sandra Strumpf Executivos de Negócios: Alessandro D'Amato, Ana Paula Moreno, Caio Souza, Claudia Galdino, Cleide Gomes, Cristiane Tassoulas, Eliani Prado, Heráclito Evans Neto, Marcello Almeida, Marcus Vinícius, Nile Barros, Pedro Bonaldi, Regina Maurazo, Tati Mendes, Virginia Aze e William Fagnano **PUBLICIDADE REGIONAL** Diretor: Jacques Rossi
Fornecedores: Gabeira Cardoso e Naya Nakamura. **CAPRICHÔ.COM.BR** Editora: Cláudia Tatini Editoras-Assistentes: Philippe Cruz e Renata Cibiel Reporters: Amanda Zaccarini Designers: Lúcia Camargo e Mariana Valente Webmasters: Elton Pretz Prado e Edson Michalci Coordenadora Administrativa: Vera Lúcia Atendimento ao Leitor: Adriana Menezes e Fátima Petros **CT**: Alvaro Zotti (superior), Edilaine Silva, Ericka Nakamura, Joana Macedo, Leandro Marcatat, Leo Ferreira, Regina Saon, Rodrigo Lemos, Vanessa Dalberto e Zeca Franca
www.capricho.com.br

Em São Paulo: Redação e Correspondência: Av. das Nações Unidas, 7221, 14º andar, Pinheiros, São Paulo, SP. CEP 05425-902. tel. (11) 3033-2000 **Publicidade São Paulo** www.publicidade.com.br **Classificados** 0800-700-2906. **Gazeta** São Paulo tel. (11) 3059-2000 **ESCRITÓRIOS E REPRESENTANTES DE PUBLICIDADE NO BRASIL:** **Carvalho-SP** tel. (11) 5037-6564. **Bauru** Góttlieb Mídia Representações Comerciais, tel. (14) 3227-0578. **Belém** Xing - Consult. e Serv. Comunic. tel. (91) 3222-2303. **Belo Horizonte** Cross Mídia Representações, tel. (31) 2511-7612. **Escárto**, tel. (31) 3352-0650. **Triângulo Mineiro** F&C Campos Consultoria e Assessoria Ltda., tel. (35) 3626-2762. **Blumenau** M. Marchi Representações, tel. (47) 3329-5820. **Brasília** Escárto tel. (61) 3315-7334. **Brasília** Carvalho Marketing Ltda., tel. (61) 3426-7342. **Campinas** CZ Press Com. e Representações, tel. (19) 3231-2007. **Campo Grande** DM Comunicação & Marketing, tel. (67) 8125-2828. **Cuiabá** Agroprom Representações Comerciais, tel. (65) 3615-8066. **Curitiba** Escárto tel. (41) 3250-8000. **Representante Via Mídia** Progresso Editoriais Mkt. e Repres. Ltda., tel. (41) 3254-1224. **Florianópolis** Interação Publicidade Ltda., tel. (48) 3232-1617. **Fortaleza** Mídia Solution Repres. e Negoc. tel. (85) 3264-3959. **Goiania** Mídia West Representações Ltda., tel. (62) 3215-5159. **Manaus** Paper Comunicações, tel. (62) 3636-7388. **Maringá** Atitude de Comunicação e Representação, tel. (144) 3024-4969. **Porto Alegre** Escárto, tel. (51) 3327-2850. **Representante Petrol Sul** Veículos de Comunicação Ltda., tel. (51) 3328-1344. **Recife** Multivestias Publicidade Ltda., tel. (81) 3327-1597. **Ribeirão Preto** Góttlieb Mídia Representações Comerciais, tel. (16) 3911-3023. **Rio de Janeiro** tel. (21) 2546-8282. **Salvador** AGENCY Consultoria Public. e Representação tel. (71) 3311-4999. **São Paulo** Mídia Company, tel. (11) 3022-7377. **Vitória** Zambra Marketing Representações, tel. (27) 3315-6952.

PUBLICAÇÕES DA EDITORA ABRIL: Almanaque Abril, Ana Maria, Arquitetura e Construção, Atividades, Aventuras na História, Boa Forma, Bons Filhos, Bravo!, Capricho, Casa Claudia, Contigo!, Disney, Elle, Estilo, Exame, Exame PME, Gloss, Guia do Estudante, Graças Quatro Rodas, Info Corporate, Info, Lovetext, Manequim, Manequim Nova, Men's Health, Minha Novela, Mundo Estranho, National Geographic, Nova, Planar, Playboy, Quatro Rodas, Recreio, Revista A, Revista da Semana, Business World, Saúde!, Sou Mais Eu!, Superinteressante, Tênis, Veja, Veja Rio, Veja São Paulo, Viagem Regional, Viagem e Turismo, Vida Simples, Vip, Viva! Mais, Você RH, Você S/A, Women's Health. **Fundação Victor Civita:** Nova Escola

CAPRICHÔ 1875 ano 37: nº 11 (ISSN 0108-9944) e uma publicação trimestral da Editora Abril S.A. Distribuída em todo o país pela Dinap S.A. Distribuidora Nacional de Publicações. São Paulo. **CAPRICHÔ** não admite publicidade redacional.

Serviço ao Assinante: Grande São Paulo: (11) 3068-2112
Demais localidades: 0800-775-2112 www.abril.com.br
Para assinar: Grande São Paulo: (11) 3343-2121
Demais localidades: 0800-775-2828 www.abril.com.br

IMPRESSA NA DIVISÃO GRÁFICA DA EDITORA ABRIL S.A.
Av. Otaviano Alves de Lima, 4401, Freguesia do Ó, CEP 02069-900, São Paulo, SP

IWZ **FIPP** **ANEP**

AbriL

Presidente do Conselho de Administração: Roberto Civita
Presidente Executivo: Giancarlo Civita
Vice-Presidentes: Arnaldo Teixeira, Douglas Duran,
Marcio Ogliara, Salton Paulista
www.abril.com.br

ANEXO 13

Oi da editorã

Ilustração: Tereza Bettinardi

Amizade, sim. Grude, não

Aproveite os seus melhores anos pra fazer amigas (muitas delas)

Depois de ensaiar bastante, enchi o peito de ar e finalmente disse: "Não quero mais ser sua amiga". Eu e a Dani (ela não se chamava Dani, mas vou usar esse nome), num sábado de manhã, voltávamos a pé de um vestibulinho – uma seleção de novos alunos para o ensino médio. Paramos na esquina de casa. (Ela morava num quarteirão da rua e eu no outro. A gente quase conseguia se ver pela janela.) Uma única lágrima escorreu pelo rosto dela. Virei as costas e fui pra casa com uma sensação de alívio e a de que estava prestes a começar uma nova fase.

Deixa eu explicar. Não sou uma monstra sem sentimentos, capaz de virar as costas para a minha BFF. É que, durante quase dois anos, me senti refém dessa amizade. Quando me dei conta, eu não tinha mais uma turma de amigas. Tinha uma só, que sentia ciúme da galera do prédio, do clube e da escola. Que queria ler tudo o que eu escrevia na agenda. Que me ligava todo dia, 500 vezes. Que ficava brava quando eu não a convidava para ir para a praia no fim de semana.

Não sei como deixei isso acontecer. A coisa toda devia estar tão clara que, uma

vez, até minha mãe veio me dizer: "Não vale a pena ter uma amiga só. O legal é ter muitas, muitas amigas".

Pra variar, minha mãe estava certa. Quando enfim mudei de escola, pude pôr em prática os conselhos dela. Estou escrevendo tudo isso por causa da nossa matéria de capa, sobre a Selena e a Demi. Elas falam das delícias de ter uma BFF pra fazer tudo junto. Eu concordo. Mas lembre: também é muito bom ter mais gente ao redor para dividir as alegrias e as angústias de ser adolescente e tornar seus dias mais divertidos. Não há fase melhor na vida para fazer amigas pra sempre. Gema, Ju, Carol, Tata, Bê e Lu que o digam!
Beijo,

fati

tatiana.schibuola@abril.com.br

* P.S. – Espero que você curta o especial férias desta edição. Tem ideias de moda, beleza, exercícios... Tudo para fazer em casa!

NOSSO COLABORADOR

Foto: Arquivo pessoal

Foi o gaúcho Manuel Nogueira quem clicou as fotos da matéria *Spa em Casa*, que começa na pág. 40. A ideia veio da editora de beleza, Manuela Aquino, e do designer Alberto Lins. Observar o Manuca (assim a gente chama ele) trabalhar é muito legal. Ele fica olhando o cenário um tempão, sem falar nada, e só começa a clicar quando tudo está em ordem. O curioso é que a dupla Manuca e Manu deu os primeiros passos junto: tudo começou seis anos atrás, no Curso Abril de Jornalismo.

6 • CAPRICHÔ

EDITORIA
Fundador: VICTOR CIVITA
(1907 - 1990)

Editor: Roberto Civita
Presidente Executivo: Jaime Mendes Leal
Conselho Editorial: Roberto Civita (Presidente), Thomaz Souto Corrêa (Vice-Presidente), Giancarlo Civita, Jaime Mendes Leal, José Roberto Guzzo
Diretor de Assinaturas: Fernando Costa
Diretora de Mídia Digital: Fabiana Zanini
Diretor de Planejamento e Controle: Aury Luis de Lasi
Diretora Geral de Publicidade: Thais Chelê Soares
Diretor Geral de Publicidade Adjunto: Rogerio Gabriel Comprido
Diretor de RH e Administração: Dimas Mietto
Diretor de Serviços Editoriais: Alfredo Ogawa

Diretora Superintendente: Helena Bagnoli
Diretora de Núcleo: Brenda Fucuta

Redatora-chefe: Tatiana Schibuola

Editora visual: Adriana Yoshida Editora de Arte: Fabiana Yoshikawa Editora: Luise Takahashi (compartilhada) Editores-Assistentes: Cecília Fontes (moda), Isabela Motta Novais (compartilhada), Mariana Aquino (fórmula) e Thibago Theodoro (entretenimento) Reporters: Bárbara dos Anjos, Karolina Frattini e Rafaela Siqueira Designers: Alberto Lins, Eduardo Bessa, Flávia Zimbari, Juliana Scapato e Paula Azevedo Estagiários: Fernando Casata, Gabriela Carraro e Naya Nakamura. CAPRICHÔ.COM.BR Editora: Giuliana Titiú Editores-Assistentes: Philippe Cruz e Renata Chelbi Reporter: Amanda Zacarias Designers: Luí Camargo e Mariana Valente Webmasters: Elias Pires Prado e Edson Michael Coordenadora Administrativa: Vera Lete Atendimento ao Letor: Adriana Mengelberg e Fabiana Pedroni CTe: Alvaro Zeti (superior), Edvânia Silva, Erika Nakamura, Jaizete Maciel, Leandro Marcinari, Leo Ferreira, Regina Sans, Rodrigo Lemos, Vanessa Diaberto e Zeca Franco www.capricho.com.br

SERVIÇOS EDITORIAIS
Apoio Editorial: Carlos Grassi (foto), Lisa Faria (editorial) Apoio Técnico e Difusão: Bia Mendes Dedoc e Abril Press; Grace de Souza Treinamento Editorial: Edward Pinheiro

PUBLICIDADE CENTRALIZADA Diretores: Marcos Pevzinger Gontez, Mariane Ortiz, Roberto Monte e Sandra Sampaio Executivos de Negócio: Alessandra D'Alman, Ana Paula Moreno, Cássia Souza, Claudia Galdino, Cleoza Gomes, Cristiane Jassonilha, Eliani Prado, Heriberto Evans Neto, Marcelo Almeida, Marcos Viacava, Nilo Bastos, Pedro Bonaldi, Regina Mouton, Tat Mendes, Virginia Any e Willian Haggopian **PUBLICIDADE REGIONAL** Diretor: Jacques Rossi Ricardo **PUBLICIDADE RIO DE JANEIRO** Diretor: Paulo Renato Simões Gerente: Cristiano Blyssant Executivos de Negócios: Beatriz Ortolan, Caroline Pinheiro, Henri Marques, José Rocha, Samara Sampaio de O Regadas **PUBLICIDADE NÚCLEO JOVEM** Diretor: Fernando Sabadin, Executivos de Negócio: Alice Vertum, Analucia Berzola, Camilla Fornasser, Cinthia Curry, João Eduardo Dias, Luis Fernando Lopes e Mara Marques Assistentes: Liliana Moore e Mariana Barbosa **MARKETING & CIRCULAÇÃO** Gerente de Marketing: Luciele Falcato Gerentes de Publicidade: Edson Bottura, Katia Otsu, Renata Faria, Renato Cagno Analistas: Giovana Campacci, Juliana Fortini, Thyas Pontiza Estagiários: Alisson Pinheiro, Carlos Santos, Melina Fiuza Gerente de Eventos: Camilla Mendonça Analistas: Cibele Batista, Luciana Bolognini, Samantia Fiuza Estagiários: Juliana Cezar Lorençianetti, Vanessa Wetman Gerente de Circulação Avulsa: Magali Siqueira Gerente de Circulação Assinaturas: Sergio Ricci **PLANEJAMENTO, CONTROLE E OPERAÇÕES** Gerente: André Vasconcelos Consultora: Sandra Lacham Willzer Processos: Fabiano Vallan **ASSINATURAS** Operações de Atendimento ao Consumidor: Márvina Galatieri RH DIRETORIA: Claudia Ribeiro Consultora: Kátia Brito

Em São Paulo: Redação e Correspondência: Av. das Nações Unidas, 7221, 14º andar, Pinheiros, São Paulo, SP, CEP 05425-902, tel. (11) 3037-2000 **Publicidade São Paulo** www: publicidade.com.br Classificados 0800-701-2066, Grande São Paulo tel. (11) 3037-2700 **ESCRITÓRIOS E REPRESENTANTES DE PUBLICIDADE NO BRASIL:** Central-SP tel. (11) 3037-6564, Baum, Grottel, Mídia Representações, Conexões, tel. (14) 3227-6758, Bielefeld, Nogueira - Consult. e Serv. Com. tel. (61) 3222-2303, Belo Horizonte Conex Mídia Representações, tel. (31) 2511-7812, Eclimonta tel. (51) 3282-0639, Triângulo Mineiro F&C Campos Consultoria e Assessoria Ltda., tel. (61) 3620-2702, Blumenau M. Marchi Representações, tel. (47) 3329-3800, Brasília Escritório tel. (61) 3315-7534, Representante: Carvalhos Marketing Ltda., tel. (61) 3429-7542, Campinas C2 Press Con. e Representações, tel. (19) 3251-2007, Campo Grande DM Comunicação & Marketing, tel. (67) 8225-2029, Curitiba Agronegócios Representações Comarcas, tel. (61) 8403-0616, Curitiba Escritório tel. (41) 3259-8000, Representante: Via Mídia Projetos Editoriais Mkt e Repres. Ltda., tel. (41) 3234-2224, Florianópolis Itarazão Publicidade Ltda., tel. (48) 3232-2617, Fortaleza MídiaSonhos Repres. e Negoc. tel. (85) 3284-9039, Goiânia Média W&P Representações Ltda., tel. (62) 3215-5158, Manaus Paper Comunicações, tel. (66) 3656-7588, Maringá Atitude de Comunicação e Representação, tel. (44) 3028-6969, Porto Alegre Escritório, tel. (51) 3327-2850, Representante: Print Sul Veículos de Comunicação Ltda., tel. (51) 3328-1344, Recife Multiverdes Publicidade Ltda., tel. (81) 3327-1591, Ribeirão Preto Conex Mídia Representações Comarcas, tel. (66) 3911-3025, Rio de Janeiro tel. (21) 2546-8292, Salvador AGMN Consultoria Public. e Representação, tel. (71) 3311-4999, São Paulo Mídia Company, tel. (11) 3022-7077, Vitória Zumbini Marketing Representações, tel. (27) 3335-6952

PUBLICAÇÕES DA EDITORA ABRIL: Almanaque Abril, Ana Maria, Arquitetura e Construção, Atividades, Aventuras na História, Boa Forma, Boas Filodias, Brasil, Capricho, Casa Claudia, Cláudia, Cuntigol, Disney, Elle, Estilo, Exame, Exame PME, Globo, Guia do Estudante, Guia Quatro Rodas, Inimigo Corporativo, Inimigo Lovelorn, Managem, Managem Nova, Men's Health, Miralá, Miralá Novela, Mundo Estranho, National Geographic, Nova, Placar, Playboy, Quatro Rodas, Recreio, Revista A, Runner's World, Saúde!, Sou Mais Espi., Superinteressante, Tênis, Veja, Veja Rio, Veja São Paulo, Vejas Regionais, Viagem e Turismo, Vida Simples, Vip, Viva!, Mais, Voz R&R, Voz S/A, Women's Health **Fundação Victor Civita:** Nova Escola.

CAPRICHÔ 1074 ano 57, nº 12 (ISSN 0108-5944) é uma publicação quinzenal da Editora Abril S.A. Distribuída em todo o país pela Dimap S.A. Distribuidora Nacional de Publicações. São Paulo. CAPRICHÔ não admite publicidade redacional.

Serviço ao Assinante: Grande São Paulo: (11) 5087-2112 Demais localidades: 0800-775-2112 www.abril.com.br Para assinar: Grande São Paulo: (11) 2847-2111 Demais localidades: 0800-775-2828 www.assinabril.com.br

IMPRESSA NA DIVISÃO GRÁFICA DA EDITORA ABRIL S.A.
Av. Otaviano Alves de Lima, 4400, Freguesia do Ó, CEP 02909-900, São Paulo, SP

Presidente do Conselho de Administração: Roberto Civita
Presidente Executivo: Giancarlo Civita
Vice-Presidentes: Arnaldo Tiberyn, Douglas Duran, Mario Ogliara, Sidnei Basile
www.abril.com.br

Editorial da edição de número 1074, publicada no dia 05 de julho de 2009, na revista Capricho.

ANEXO 14

Oi da editorã,

Ilustração: Tereza Bettinardi



EDITORIA
Fundador: VICTOR CIVITA
(1907 - 1990)

Editor: Roberto Civita
Presidente Executivo: Jairo Mendes Leal

Conselho Editorial: Roberto Civita (Presidente),
Thomas Souto Corrêa (Vice-Presidente), Giancarlo Civita,
Jairo Mendes Leal, José Roberto Guzzo
Diretor de Assinaturas: Fernando Costa
Diretora de Mídia Digital: Fabiana Zanni

Diretor de Planejamento e Controle: Auro Luis de Lasi
Diretora Geral de Publicidade: Thais Chede Soares
Coordenadora Administrativa: Vera Lúcia Almeida do Amaral
Diretor de RH e Administração: Dimas Mietto
Diretor de Serviços Editoriais: Alfredo Ogawa

Diretora Superintendente: Helena Bagnoli
Diretora de Núcleo: Brenda Fucata

Ficar ou namorar?

Namoro! Desde que ele seja, na maior parte do tempo, bom de viver

Ele morre de ciúme quando saio com as minhas amigas. Tem medo de que eu fique me oferecendo para outras garotas. E, por ser mais velho, não quer sair com a gente. "Namorei por três meses, mas terminamos. Que alívio! Me sentia muito presa. Gosto mesmo é de ficar." "Ele dizia que, por estar namorando, a gente tinha que transar. Me sentia tão pressionada que terminei tudo."

Aos 14 anos, tudo o que eu queria era perder o BV e arrumar um namorado. Antes de dormir, passava horas fantasiando sobre como seria o meu namoro, tudo o que a gente (qualquer que fosse o namorado) faria junto... Por isso, fiquei bem passada quando ouvi, numa conversa com garotas como você, tantas coisas ruins sobre o namoro.

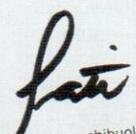
Foi por isso que decidimos, rapidinho, fazer um guia do namoro perfeito, assinado pela repórter Renata Repe e pela editora Luise Takashina, lá na pág. 78. Só pra adiantar, mas sem tirar a surpresa, nossa ideia era contar pra você que o namoro tem que ser a consequência de um sentimento - quer dizer: tem que ter amor e respeito para querer ficar junto. E depois

que o namoro tem que ser bom, e não uma fonte de angústias.

Eu mesma namorei muito pouco, um pouco por timidez, um pouco porque não era muito boa em construir relações. E, em toda a minha vida, tive uma grande paixão. A gente namorou, terminou, namorou, terminou, até o dia em que descobrimos que, pra dar certo, a gente tinha que admirar um ao outro. Confiar um no outro. Perceber que duas pessoas, para ficarem juntas, não precisam ser iguais. E, acima de tudo, entender que ninguém é perfeito. Pra sacar tudo isso, levou mais ou menos dez anos. Uma eternidade!

Espero que você não precise de tanto tempo nem sofra demais com seu aprendizado. Mas fique certa de que, no fim, até a parte dolorida vale a pena.

Beijo,



tatiana.schibuola
@abril.com.br

QUEM FEZ



Foto: Múrcio del Nero

Manu, editora de beleza, e Alberto Lins, designer, são os idealizadores do editorial de beleza **Poder nos Cachos**, pág. 44. Não por acaso, os dois são donos de lindos cachos. "Nas poucas vezes em que fiz escova, me senti muito estranha. Parece que falta um pedaço de mim", diz Manu, que tem cachos inspiradores. Albie demorou um pouco mais para se entender com os seus, mas, enfim, resolveu assumi-los (com a ajuda de leave-in, mousse e difusor!).

EDITORIA
Fundador: VICTOR CIVITA
(1907 - 1990)

Editor: Roberto Civita
Presidente Executivo: Jairo Mendes Leal

Conselho Editorial: Roberto Civita (Presidente),
Thomas Souto Corrêa (Vice-Presidente), Giancarlo Civita,
Jairo Mendes Leal, José Roberto Guzzo
Diretor de Assinaturas: Fernando Costa
Diretora de Mídia Digital: Fabiana Zanni

Diretor de Planejamento e Controle: Auro Luis de Lasi
Diretora Geral de Publicidade: Thais Chede Soares
Coordenadora Administrativa: Vera Lúcia Almeida do Amaral
Diretor de RH e Administração: Dimas Mietto
Diretor de Serviços Editoriais: Alfredo Ogawa

Diretora Superintendente: Helena Bagnoli
Diretora de Núcleo: Brenda Fucata

CAPRICHÔ

Redatora-chefe: Tatiana Schibuola

Editora visual: Adriana Yoshida Editora de Arte: Fabiana Yoshikawa Editora: Luise Takashina (comportamento) Editores-Assistentes: Cecília Fontes (moda), Isabela Matz Norechia (comportamento), Marcela Aquino (beleza) e Thiago Theodoro (entertainment) Reporters: Bárbara dos Anjos, Karolima Pinheiro e Rafaela Siqueira Designers: Alberto Lins, Eduardo Bessa, Flávia Zimbari, Juliana Siqueira e Paula Azevêdo Estagiárias: Fernanda Catania, Gabriela Cartier e Nays Nakamura. **CAPRICHÔ COM BR** Editora: Gráziela Taiti Editores-Assistentes: Flávia Cruz e Renata Chel Reporters: Amanda Zaccarin Designer: Luísa Campagni e Mariana Valente Webmasters: Eliot Pucci Pedro e Edison Michael Coordenação Administrativa: Vera Lúcia Almeida do Amaral Editor: Adriano Mengelblat e Fabíola Pedrosa CT: Alvaro Zeti (supervisor), Eukávia Silva, Erika Nakamura, Joaze Macedo, Leandro Maronari, Leo Ferreira, Regina Sano, Rodrigo Lemes, Vanessa Dalberto e Zeca Franca www.capricho.com.br

SERVÇOS EDITORIAIS
Apoio Editorial: Carlos Grassi / Arte, Luiz Iria, Indigênia Apoio Técnico e Difusão: Rita Mendes Doidos e Abril Press: Graça de Sousa Tratamento Editorial: Edvaldir Pinheiro

PUBLICIDADE CENTRALIZADA Diretores: Marcos Peregrina Gomez, Marlene Ortiz, Robson Monte e Sandra Sampaio Executivos de Negócio: Alessandra D. Amam, Ana Paula Moreno, Caio Souza, Cláudia Galvão, Cláudia Gomes, Cristiane Tassoulas, Eliani Prado, Heráclio Evans Neto, Marcelo Almeida, Marcos Vinícius, Nêgo Basso, Pedro Bonaldi, Regina Marinho, Tat Mendes, Virginia Any e Willian Haganon **PUBLICIDADE REGIONAL** Diretor: Jacques Sassi Ricardo **PUBLICIDADE RIO DE JANEIRO** Diretor: Paulo Renato Simões Gerente: Cristiano Ruyard Executivos de Negócio: Beatriz Ottoni, Caroline Pinilla, Henri Marques, José Rocha, Simeon Sampaio de Sá **PUBLICIDADE NÚCLEO/GOVERNO** Gerente: Frenyana Salobim Executivos de Negócio: Alice Ventura, Analucia Bertoni, Camilla Ferraes, Cinthia Curry, João Eduardo Dias, Luis Fernando Lopes e Mara Marques Assistentes: Líliana Moura e Monise Barbosa **MARKETING E CIRCULAÇÃO** Gerente de Marketing: Luise Takashina Gerentes de Publicidade: Edson Botelho, Kátia Otoni, Renata Faria, Renato Caprio Analistas: Giovanna Campacci, Juliana Fortini, Thyas Pinizza Estagiárias: Alisson Porteleira, Carlos Santos, Melina Ficzá Gerente de Eventos: Camilla Mesquita Analistas: Cibele Batista, Luciana Balduino Samambá Pinto Estagiária: Juliana Lorenzi Lorenziamento Vanessa Whitton Gerente de Circulação Analistas: Magali Superino Gerente de Criação e Assinaturas: Sergio Ricci **PLANEJAMENTO, CONTROLE E OPERAÇÕES** Gerente: André Vasconcelos Consultora: Sandra Lahaia Wilner Processos: Fabiano Valim **ASSINATURAS** Operações de Atendimento ao Consumidor: Márcia Galgavete **RH DIRETORA:** Cláudia Ribem Consultora: Kátia Bastos

Em São Paulo: Redação e Correspondência: Av. das Nações Unidas, 7221, 14º andar, Pinheiros, São Paulo, SP, CEP 05425-902, tel. (11) 3037-2000 **Publicidade São Paulo** www.abril.com.br **Classificados** (0800-701-2016) Grande São Paulo tel. (11) 3037-2700 **ESCRITÓRIOS E REPRESENTANTES DE PUBLICIDADE NO BRASIL:** Central-SP tel. (11) 3037-6564, **Baur** Gestões Mídia Representações Comerciais, tel. (14) 3227-0378, **Belem Xingu - Consult. e Ser. Com.**, tel. (91) 3222-2303, **Belo Horizonte** Cross Mídia Representações, tel. (31) 3251-2020, **Escritório**, tel. (51) 3205-0650, **Florianópolis** F&C Campo Consultoria e Assessoria Ltda., tel. (49) 3620-2702, **Blumenau** M. Mierha Representações, tel. (47) 3329-3820, **Brasília** Escritório, tel. (61) 3335-7354, Representante: Carvalho Marketing Ltda., tel. (61) 3426-7342, **Campinas** CZ Press Com. e Representações, tel. (19) 3291-2007, **Campo Grande** DM Comunicação & Marketing, tel. (67) 8023-2028, **Caribá** Agregações Representações Comerciais, tel. (65) 8403-0616, **Curitiba** Escritório, tel. (41) 3250-8000, Representante: Via Mídia Projetos Editoriais Mit. e Repres. Ltda., tel. (41) 3234-1224, **Florianópolis** Interativa Publicidade Ltda., tel. (48) 3232-1617, **Fortaleza** M&K Assessoria Repres. e Negoc., tel. (85) 3284-3939, **Goiania** M&K Web Representações Ltda., tel. (62) 3235-9198, **Mauá** Paper Comunicações, tel. (92) 9596-7368, **Maringá** Atitude de Comunicação e Representação, tel. (44) 3028-6060, **Porto Alegre** Escritório, tel. (51) 3327-2850, Representante: Print Sol Veículos de Comunicação Ltda., tel. (51) 3328-1544, **Recife** MultiVersos Publicidade Ltda., tel. (81) 3327-1597, **Ribeirão Preto** Cosmos Mídia Representações Comerciais, tel. (16) 3911-3023, **Rio de Janeiro** tel. (21) 2046-8242, **Salvador** MCM Consultoria Public. e Representação, tel. (71) 3311-4099, **São Paulo** Mídia Company, tel. (11) 3022-7177, **Vitória** Zambra Marketing Representações, tel. (27) 3333-6952

PUBLICAÇÕES DA EDITORA ABRIL: Almanaque Abril, Ana Maria, Arquitetura e Construção, Atividades, Aventuras no História, Boa Forma, Bons Fluidos, Brasil, Capricho, Casa Claudia, Claudia, Contigo!, Disney, Elle, Estílo, Exame, Exame PME, Gloss, Guia do Estudante, Guia Quatro Rodas, Info Corporate, Info, Lovellens, Maniquim, Maniquim Noiva, Men's Health, Minha Novela, Mundo Estranho, National Geographic, Nova, Placar, Playboy, Quatro Rodas, Recreio, Revista A, Runner's World, Saúde!, Sou Mais Eu!, Superinteressante, Tati, Veja, Veja Rio, Veja São Paulo, Vejas Regionais, Viagem e Turismo, Vida Simples, Vip, Viva! Mais, Você RH, Você S/A, Women's Health **Fundação Victor Civita:** Nova Escola

CAPRICHÔ 1075 ano 57 nº 15 (ISSN 0008-5944) é uma publicação quinzenal da Editora Abril S. A. Distribuída em todo o país pela Dinap S. A. Distribuição Nacional de Publicações, São Paulo. **CAPRICHÔ** não admite publicidade redacional.

Serviço ao Assinante: Grande São Paulo: (11) 3087-2112
Demais localidades: 0800-775-2112 www.abril.com
Para assinar: Grande São Paulo: (11) 3347-2124
Demais localidades: 0800-775-0828 www.abril.com.br

IMPRESSA NA DIVISÃO GRÁFICA DA EDITORA ABRIL S.A.
Av. Otaviano Alves de Lima, 4406, Freguesia do O. CEP 02909-900, São Paulo, SP






 Presidente do Conselho de Administração: Roberto Civita
 Presidente Executivo: Giancarlo Civita
 Vice-Presidentes: Arnaldo Tibyriça, Douglas Duran,
 Marcio Ogliara, Sidnei Basile
 www.abril.com.br

Editorial da edição de número 1075, publicada no dia 19 de julho de 2009, na revista Capricho.

ANEXO 15

Oi da editora

Ilustração: Tereza Bettinardi



Dos 15 ao infinito!

Acabo de tomar uma decisão: mudei o tema do Oi da Editora

Putz, são 10 da noite, sexta-feira chuvosa, fria, fechamento. Eu tinha me programado para escrever sobre a festa de 15 anos (dá pra ver pela ilustração, né?). Havia até começado um texto sobre isso, mas hoje, no meio da tarde, eu perdi o documento no word e agora estou recomendo. E, então, decidi mudar o tema.

Como eu me atrasei, acabei atrasando também a vida da Juli Scapucin, que é designer desta página, da Fabi Yoshikawa, que é editora de arte, e do Paulo Kaiser, que é o nosso revisor. Um verdadeiro dominó. E isso me fez lembrar do filme *Efeito Borboleta* (o primeiro da série, lembra, com o Ashton Kutcher) e outro divertidíssimo, que eu adorava assistir com o meu pai: *De Volta para o Futuro*.

Para quem não assistiu, eu explico: nesses filmes, o destino é uma coisa que não existe. A vida da gente é determinada segundo a segundo e pode mudar completamente, tipo 180°, por qualquer coisa que a gente faça. Se amanhã, por exemplo, você decidir ir para a balada, em vez de ficar com preguiça em casa, pode

dar de cara com o garoto dos seus sonhos. Se, em vez de estudar, decidir entrar no Orkut do cara de que você é a fim, pode ficar arrasada ao vê-lo trocando ideias com outra garota. E por aí vai...

Mais que mudar a sua vida, cada decisão que você toma, por mais boba que seja, faz toda a diferença na vida de pessoas que você conhece – e até das que nem imagina que têm a ver com você.

Enfim, todo esse papo maluquete é para dizer pra você, querida leitora, que aos 15, 14, 17... não importa a idade: o seu futuro (e isso pode ser daqui a cinco minutos ou daqui a cinco anos) depende só de você. E para que você saiba que as suas decisões não são fatos isolados: na verdade, elas podem mudar o mundo.

Um beijo!



Tatiana Schibula

tatiana.schibula@abril.com.br

NOSSA COLABORADORA



Foto: Paulo Vitale

Amo as colunas da Thais Losso. Engraçado porque eu a conheci pessoalmente há tempos, numa entrevista para um instituto de pesquisas que queria saber o que pensam os jovens mais cool do Brasil. Estava morrendo de medo de encontrar uma garota metida, mas a Thais me recebeu na casa dela, descalça, sem a menor pretensão. Tudo a ver com o jeito dos textos dela: falam de moda de um jeito direto, simples e até engraçado. ADORO!

EDITORIA ABRIL
Fundação: VICTOR CIVITA (1907-1990)

Editor: Roberto Civita
Presidente Executivo: Jairo Mendes Leal
Conselho Editorial: Roberto Civita (Presidente), Thomaz Souto Corrêa (Vice-Presidente), Giancarlo Civita, Jairo Mendes Leal, José Roberto Guzzo
Diretor de Assinaturas: Fernando Costa
Diretora de Mídia Digital: Fabiana Zatti
Diretor de Planejamento e Controle: Auro Lutz de Iasi
Diretora Geral de Publicidade: Thais Chelê Soares
Diretor Geral de Publicidade Adjunto: Rogério Gabriel Comprido
Diretor de RH e Administração: Dimas Mietto
Diretor de Serviços Editoriais: Alfredo Ogawa

Diretora Superintendente: Helena Bagnoli
Diretora de Núcleo: Brenda Fucuta

CAPRICHÔ
Redatora-chefe: Tatiana Schibula

Editora visual: Adriana Yoshida Editora de Arte: Fabiana Yoshikawa Editora: Larise Takashina (comportamento) Editores-Assistentes: Cecília Fontes (moda), Isabela Motta Noronha (comportamento), Maricéia Aquino (beleza) e Thiago Theodoro (reestretimento) Reportagens: Bárbara dos Anjos, Karoline Pufreio e Raíssa Siqueira Designers: Alberto Lins, Eduardo Bessa, Flávia Zambardi, Juliana Siqueira e Paula Azevedo Estagiárias: Fernanda Catarina, Gabriela Cardoso, Naya Nakamura, CAPRICHÔ COM.BR Editora: Gulliana Tadini Editores-Assistentes: Philippe Cruz e Renata Chelê Reporter: Armanda Zaccarini Designers: Lia Caravaggio e Mariana Valente Webmasters: Elien Fozzi Prado e Edson Michael Coordenadora Administrativa: Vera Lette Atendimento ao Leitor: Adriana Meneghelo e Fabiana Pedrosa CTE: Alvaro Zeti (supervisor), Edkária Silva, Erika Nakamura, Juana Macedo, Lourenço Marcinus, Leo Ferreira, Regina Sara, Rodrigo Loures, Vanessa Dalberto e Zeca Franca www.capricho.com.br

Serviços Editoriais Apoio Editorial: Carlos Graedel (New York) Apoio Editorial: Apolo Técnico e Difusão: Bja Mendes Dedeoc e Abril Press, Graça de Souza Treinamento Editorial: Edward Pinheiro

PUBLICIDADE CENTRALIZADA Diretores: Marcos Pergratin Gomez, Mariano Ortiz, Robson Mente e Sandra Kampato Executivos de Negócio: Alessandra D'Amato, Ana Paula Moreira, Cássio Souza, Cláudia Galdino, Cláudia Gomes, Cristiane, Tassoulas Elton Prado, Heráclio Knops Neto, Marcelo Almeida, Marcos Vinícius, Nelo Borges, Pedro Benedito, Regis, Maurício, Tati Mendes, Virginia Any e William Huggren **PUBLICIDADE REGIONAL** Diretor: Jacques Buzzi Ricardo **PUBLICIDADE RIO DE JANEIRO** Diretor: Paulo Renato Simões Gerente: Cristiano Ruyard **Executivos de Negócios:** Beatriz, Odine, Caroline Pinheiro, Heron Marques, José Rocha, Senara Sampaio e D. Reijnders **PUBLICIDADE NÚCLEO JOVEM** Gerente: Fernando Sabadin **Executivos de Negócio:** Alice Ventura, Analucia Bertola, Camilla Forastiere, Cinthia Curti, João Eduardo Dias, Luis Fernando Lopes e Mara Marques **Assistentes:** Liliana Moura e Moisés Barbosa **MARKETING E CIRCULAÇÃO** Gerente de Marketing: Luciane Falcões **Gerentes de Publicidade:** Edson Benfatti, Kátia Usua, Renata Pavan, Ricardo Cagno **Analistas:** Giovana Campocci, Juliana Fortes, Thays Panizza **Estagiárias:** Allisson Pantaleira, Carlos Santos, Melina Finza **Gerente de Eventos:** Camilla Mendonça **Analistas:** Cláudia Bortola, Luciana Bultrini e Susannah Punt **Estagiárias:** Juliana Louzada **Assistentes:** Vanessa Wittman **Gerente de Criação:** Avelino, Marceli **Supervisor Gerente de Criação:** Assinaturas: Sergio Ricci **PLANEJAMENTO, CONTROLE E OPERAÇÕES** Gerente: André Vasconcelos **Consultora:** Sandra Laßan **Wilder** **Processos:** Fabiano Valim **ASSINATURAS** Operações de Atendimento ao Consumidor: Márcia Galvão **RUBRICADORAS:** Cláudia Bortola **Consultoras:** Kátia Bortola

Em São Paulo: Redação e Correspondência: Av. das Nações Unidas, 7221, 14º andar, Pinheiros, São Paulo, SP, CEP 05424-902, tel. (11) 3037-2000 Publicidade São Paulo: www.publinter.com.br Classificados (0800-701-2066, Grande São Paulo tel. (11) 3037-2700 ESCRITÓRIOS E REPRESENTANTES DE PUBLICIDADE NO BRASIL: Central-SP tel. (11) 3037-6564; Bauri Grupos Mídia Representações Comerciais tel. (14) 3227-0579; Belém: Viagem - Consult e Serv. Comarcim, tel. (81) 3222-2303; Belo Horizonte: Cms Mídia Representações, tel. (31) 3531-7802; Esmeraldas, tel. (31) 3282-0630; Triângulo Mineiro: F&C Campos Consultoria e Assessoria Ltda., tel. (66) 3620-2202; Blumenau: M. Marchi Representações, tel. (47) 3324-3620; Brasília: EscrítoRio tel. (61) 3313-7334; Representante: Carluhaz Marketing Ltda., tel. (61) 3428-7342; Campinas: C2 Press Com e Representações, tel. (19) 3239-2807; Campo Grande: DM Comunicação & Marketing, tel. (67) 8125-2828; Curitiba: Agroprecis Representações Comerciais, tel. (65) 8405-8606; Curitiba: EscrítoRio tel. (41) 3250-8000; Representante: Via Mídia Projetos Editoriais Mkt e Repres. Ltda., tel. (41) 3254-3224; Florianópolis: Interação Publicidade Ltda., tel. (48) 3232-1807; Fortaleza: Midas&more Repres. e Negoc., tel. (85) 3284-3939; Goiânia: Middle West Representações Ltda., tel. (62) 3235-5158; Manaus: Paper Comunicações, tel. (92) 3656-7388; Maringá: Atitude de Comunicação e Representação, tel. (44) 3028-6909; Porto Alegre: Fastribeiro, tel. (51) 3327-2850; Representante: Print Sol Veículos de Comunicação Ltda., tel. (51) 3338-1344; Recife: Multivestis Publicidade Ltda., tel. (81) 3327-1599; Ribeirão Preto: Grupos Mídia Representações Comerciais, tel. (16) 3911-5023; Rio de Janeiro: tel. (21) 2546-8262; Salvador: AGMN Consultoria Public e Representação, tel. (71) 3311-4999; São Paulo: Mídia Company, tel. (11) 3022-7377; Vitória: Zambini Marketing Representações, tel. (27) 3315-6932

PUBLICAÇÕES DA EDITORA ABRIL: Almanaque Abril, Ana Maria, Arquitetura e Construção, Atividades, Aventuras na História, Boa Forma, Bons Fluidos, Bravo!, Capricho, Casa Claudia, Claudia, Contigo!, Disney, Elle, Exa!to, Exame, Exame PME, Gloss, Guia do Estudante, Guias Quatro Rodas, Info Corpora, In!to, Lovemem, Manequim, Manequim Nova, Men's Health, Minha Novela, Mundo Estranho, National Geographic, Nova, Placar, Playboy, Quatro Rodas, Recreio, Revista A, Runner's World, Saúde!, Sou Mais Eu!, Superinteressante, Tênis, Veja, Veja Rio, Veja São Paulo, Vejas Regionais, Viagem e Turismo, Vida Simples, V!vo!, V!vo! Mais, Voz & RH, Voz & A, Women's Health **Fundação Victor Civita:** Nova Escola

CAPRICHÔ 1076 ano 37 nº 14 (ISSN 0108-3944) é uma publicação quinzenal da Editora Abril S.A. Distribuída em todo o país pela Ditap S.A. Distribuidora Nacional de Publicações, São Paulo. CAPRICHÔ não admite publicidade redacional.

Serviço ao Assinante: Grande São Paulo: (11) 5087-2112 Demais localidades: 0800-775-2112 www.abril.com Para assinar: Grande São Paulo: (11) 3347-2121 Demais localidades: 0800-775-2828 www.abril.com.br IMPRESSA NA DIVISÃO GRÁFICA DA EDITORA ABRIL S.A. Av. Otávio Alves de Lima, 4400, Freguesia do Ó, CEP 02989-900, São Paulo, SP

IWZ **FIPP** **ANER**

ABRIL
Presidente do Conselho de Administração: Roberto Civita
Presidente Executivo: Giancarlo Civita
Vice-Presidentes: Arnaldo Tiberyci, Douglas Duran, Marcio Ogliaira, Sidnei Basile
www.abril.com.br

Editorial da edição de número 1076, publicada no dia 02 de agosto de 2009, na revista Capricho.

ANEXO 16



Oi da editora

Ilustração: Tereza Beltinardi

Pense novamente

As grandes tragédias nos fazem rever o jeito de viver a vida

Fiquei supermal desde que li, pela primeira vez, a história da Jacqueline Ruas – uma garota de 15 anos que teve sua vida interrompida ao fim de uma conturbada viagem à Disney. Jacque teria contraído pneumonia e, de acordo com as reportagens publicadas, não recebeu o tratamento adequado. E morreu no voo da volta.

Esse caso não poderia ter passado despercebido, a menos para mim. Eu mesma fui para lá em março e vi os olhinhos dos meus filhos brilharem de emoção. Neste ano, a gente fez uma supermatéria sobre viagens à Disney – a nossa repórter Karol Pinheiro realizou o seu sonho de adolescente em missão especial para a CAPRICHÔ. A Marina Freire, queridíssima da ex-Galera Capricho, de Aracaju, esteve lá em julho passado e mandou pra gente as lindas fotos de sua viagem. A Nicole, uma das mais estilosas da Galera deste ano, contou pra gente que quer muito ir pra lá também.

Quando um sonho assim termina em tragédia, mesmo que não tenha sido com a gente ou com a nossa família, não há

como não sentir um grande chacoalhão nas nossas ideias. Tenho certeza de que, para cada garota, a triste história da Jacque vai ter um significado. Para mim, independentemente do que tenha de fato acontecido, a lição que fica é que devemos levar os nossos problemas a sério, mesmo que para isso seja preciso interromper algo muito bom. E sempre, sempre mesmo, devemos pedir ajuda. Principalmente àqueles que nos amam.

Em entrevista à nossa editora Luise Takashina, a Carol Trupel, a melhor amiga de Jacque e que esteve com ela na viagem, fez questão de nos dar uma entrevista para homenageá-la: Jacque era superleitora de CAPRICHÔ. Então, fica para ela também a minha homenagem neste Oi da Editora.



Luise
Luise Takashina
@abril.com.br

QUEM FEZ



Luise Takashina, editora de comportamento, é quem assina *A Incrível História* de Caroline Trupel, a melhor amiga de Jacqueline Ruas, na página 82. Mais uma vez, Luise mostrou qualidades de uma grande jornalista. Foi ágil o suficiente para que conseguíssemos publicar a matéria sobre a Carol ainda nesta edição e, ao mesmo tempo, teve a sensibilidade necessária para falar de um tema tão difícil como esse.

6 • CAPRICHÔ

EDITORIA ABRIL
Fundador: VICTOR CIVITA (1907 - 1990)
Editor: Roberto Civita
Presidente Executivo: Jairo Mendes Leal
Conselho Editorial: Roberto Civita (Presidente), Thomaz Souto Crisma (Vice-Presidente), Giancarlo Civita, Jairo Mendes Leal, José Roberto Guzzo
Diretor de Assinaturas: Fernando Costa
Diretora de Mídia Digital: Fabiana Zanni
Diretor de Planejamento e Controle: Auro Luis de Iasi
Diretora Geral de Publicidade: Thais Chede Soares
Diretor Geral de Publicidade Adjunto: Rogério Gabriel Comprido
Diretor de RH e Administração: Dimas Miotto
Diretor de Serviços Editoriais: Alfredo Ogawa

EDITORIA SUPERINTENDENTE: Helena Bagnoli
Diretora de Núcleo: Brenda Fucuta

CAPRICHÔ
Redatora-chefe: Tatiana Schibulo

Editora visual: Adriana Yoshida. Editora de Arte: Fabiana Yoshikawa. Editor: Luiz Takashina (comportamento), Mariana Aquino (beleza) e Thiago Theodoro (entretenimento). Reportagens: Barbara dos Anjos, Karolina Pinheiro e Raíssa Siqueira. Designers: Alberto Lira, Eduardo Bessa, Flávia Zimbardo, Juliana Scopello e Paula Anselmi. Estagiárias: Fernanda Calazini, Gabriela Carraro e Nays Nakamura. CAPRICHÔ BR Editora: Giuliana Tatini. Editores-Assistentes: Felipe Cruz e Renata Cibiel. Repórter: Amanda Zaccarini. Designers: Lu Camargo e Mariana Valente. Webmasters: Eliot Frett Prado e Edson Micheli. Coordenadora Administrativa: Vera Lúcia Assandimento ao Labor. Adm. Mestrópolis e Fábriola Pedrosa CTE. Alvaro Zenti (supervisor), Edvânio Silva, Erika Nakamura, Jaqueline Macedo, Luciana Marizani, Leo Ferreira, Ragner Sano, Rodrigo Lemes, Vanessa Dalberto e Zeca Franca
www.capricho.com.br

SERVIÇOS EDITORIAIS
Apoio Editorial: Carlos Grossi Amor, Lutz Ina (Inglês) Apoio Técnico e Difusão: Bia Mendes Dedoc e Abril Press. Graze de Souza. Treinamento Editorial: Edward Pinheiro

PUBLICIDADE CENTRALIZADA Diretores: Marcos Perdigão Gomez, Mariana Ortiz, Roberto Monte e Sandra Sarpaio. Executivos de Negócio: Alessandra D'Amato, Ana Paula Moraes, Caio Souza, Claudio Galvão, Cleide Gomes, Cristiane Tassuldas, Elani Prado, Heráclio Evans, Nery, Marcello Almeida, Marco Vinícius, Nilo Soares, Pedro Bonaldi, Regina Marziani, Tati Mendes, Virginia Amy e William Hagejian. **PUBLICIDADE REGIONAL** Diretor: Jacques Babi Ricardo. **PUBLICIDADE RIO DE JANEIRO** Diretor: Paulo Renato Simões Gerente: Cristiano Riquart. **Executivos de Negócio:** Beatriz Ottoni, Caroline Platina, Henri Marques, José Roda, Samara Sarpaio de Oliveira. **PUBLICIDADE DE NÚCLEO JOVEM** Gerente: Fernando Sabadin. **Executivos de Negócio:** Alice Ventura, Analucia Bertola, Camilla Fereschini, Cinthia Curry, João Eduardo Dias, Luis Fernando Lopes e Mara Marques. **Assistentes:** Liliara Moura e Monise Barbosa. **MARKETING E CIRCULAÇÃO** Gerente de Marketing: Luise Takashina. **Gerentes de Publicações:** Edson Bottura, Katia Otoni, Renata Pariz, Renato Cayo. **Analistas:** Giovanna Campari, Juliana Fortini, Thays Patrícia Estagiárias: Alonzo Pantaleão, Carlos Santos, Melitta Frazza. **Gerente de Eventos:** Camilla Mendonça. **Analista:** Cibele Batista. **Licenciadora:** Luciana Balduino. **Serviços de Tradução:** Juliana Louza. **Licenciamento:** Vanessa Wolfrum. **Gerentes de Circulação:** Anaclara, Miguil Superbi. **Gerentes de Circulação:** Assinaturas: Sérgio. **RISCS PLANEJAMENTO, CONTROLE E OPERAÇÕES** Gerente: André Vasconcelos. **Consultoria:** Sandra Lahaím Wilner. **Processos:** Fabiano Valim. **ASSINATURAS** Operações de Atendimento ao Consumidor: Márcia Galvottini. **RH DIRETORAS:** Claudia Roberto. **Consultoras:** Raísa Batista

Em São Paulo: Redação e Correspondência: Av. das Nações Unidas, 7221, 14º andar, Fúlbulo, São Paulo, SP. CEP 05425-902. tel. (11) 3037-2009. **Publicidade São Paulo:** www.publinter.com.br. **Classificados:** 0800-701-2066. **Grande São Paulo:** tel. (11) 3037-0000. **ESCRITÓRIOS E REPRESENTANTES DE PUBLICIDADE NO BRASIL:** **Central-SP** tel. (11) 3037-6564. **Baurax** Grátis. **Mídia Representações Comerciais**, tel. (14) 3227-0570. **Belém** Nunga - Consult. e Serv. Com. tel. (91) 3222-2303. **Belo Horizonte** Cross Mídia Representações, tel. (31) 3211-7025. **Brasília** Escrítoir tel. (61) 3315-7554. **Brasília** Representante: Carollaw Marketing Ltda., tel. (61) 3426-7342. **Campinas** CZ Press Com. e Representações, tel. (19) 3273-2007. **Campo Grande** DMI Comunicação & Marketing, tel. (67) 3125-2426. **Curitiba** Agência Representações Comerciais, tel. (41) 8405-0616. **Curitiba** Fazerio tel. (41) 3250-8000. **Florianópolis** Interação Publicidade Ltda., tel. (48) 3252-1017. **Fortaleza** Multivision Repres. e Neg. tel. (85) 3264-3970. **Goiânia** Middle West Representações Ltda., tel. (62) 3215-3158. **Maringá** Paper Comunicações, tel. (92) 3655-7598. **Maringá** Atitude de Comunicação e Representação, tel. (44) 3028-6969. **Porto Alegre** Escrítoir, tel. (51) 3327-2850. **Representante:** Petrus Sul Veículos de Comunicação Ltda., tel. (51) 3328-1344. **Recife** Multivision Publicidade Ltda., tel. (81) 3327-1599. **Ribeirão Preto** Goethe Mídia Representações Comerciais, tel. (16) 3903-5025. **Rio de Janeiro** tel. (21) 2340-8282. **Salvador** AGM Consultoria Public. e Representação, tel. (71) 3311-4999. **São Paulo** Mídia Company, tel. (11) 3022-7177. **Vitória** Zambra Marketing Representações, tel. (27) 3245-6952.

PUBLICAÇÕES DA EDITORA ABRIL: Almanaque Abril, Ana Maria, Arquitetura e Construção, Atividades, Aventuras na História, Boa Forma, Boas Filodias, Brav!, Capricho, Casa Claudia, Claudia, Contigo!, Disney, Elle, Fátima, Exame, Exame PME, Gloss, Guia do Estudante, Guia Quatro Rodas, Info Corporate, Inho, Lovetec, Managim, Managim Nova, Men's Health, Minha Vereda, Mundo Estranho, National Geographic, Nova, Placar, Playboy, Quatro Rodas, Recreio, Revista A, Runner's World, Saúde!, Seu Mais Eu!, Superinteressante, Tênis, Veja, Veja Rio, Veja São Paulo, Vejas Regionais, Viagem e Turismo, Voz, Voz Mais, Voz RH, Voz S/A, Women's Health. **Fundação Victor Civita**, Nova Escola

CAPRICHÔ 1077 ano 57 nº 15 (ISSN 0018-3944) é uma publicação quinzenal da Editora Abril S.A. Distribuída em todo o país pela Diáspora S.A. Distribuidora Nacional de Publicações, São Paulo. CAPRICHÔ não admite publicidade redacional.

Serviço ao Assinante: Grande São Paulo: (11) 5087-2112
Demais localidades: 0800-775-2112 www.abril.com.br
Fax assinar: Grande São Paulo: (11) 3347-2132
Demais localidades: 0800-775-2823 www.assineabril.com.br

IMPRESSA NA DIVISÃO GRÁFICA DA EDITORA ABRIL S.A.
Av. Otávio Alves de Lima, 4400. Freguesia de O. CEP 02909-900, São Paulo, SP

IVZ **FIPP** **ANER**

Abрил
Presidente do Conselho de Administração: Roberto Civita
Presidente Executivo: Giancarlo Civita
Vice-Presidentes: Arnaldo Tibiryçá, Douglas Duran,
Marco Ogliara, Sidnei Basile
www.abril.com.br

Editorial da edição de número 1077, publicada no dia 16 de agosto de 2009, na revista Capricho.

ANEXO 17

Oi da editora

Ilustração: Tereza Bettinardi



CAPRICHÓ na TV!

Você não pode perder a estreia de *Temporada de Moda CAPRICHÓ*

Já contei pra você. Sou mesmo uma sortuda por trabalhar em CAPRICHÓ (desculpe se pareço metida ao dizer isso). Veja só: fazemos a maior revista teen do Brasil – a única que chega às bancas duas vezes por mês. Temos o maior site teen do Brasil, coordenado pela Giu Tatini e por sua grande equipe. Também temos os produtos mais legais que uma adolescente pode querer: não raro, a gente se perde aqui, aprovando fragrâncias de perfumes e estojos de sombrinhas, capas de cadernos e fichários, mochilas, estampas de lingerie, biquínis, meias – entre muitos outros. Sem falar no NoCapricho, o evento teen que já vai para a sua nona edição! Pra completar, temos o público mais legal do mundo (e isso eu afirmo sem sombra de dúvida): você.

E, por sermos tão grandes (me aguentem!), a gente vive pensando muito, muito grande. O primeiro pensamento grande é que trabalhar em CAPRICHÓ é o emprego dos sonhos de nove entre dez garotas. O segundo é que, já que as leitoras de CAPRICHÓ amam *reality shows*, por que é que a gente não teria que ter um também?

E foi aí que nasceu a ideia do *Temporada de Moda CAPRICHÓ*, o *docu-reality* que transforma a seleção de um estagiário de moda em programa de TV. Adriana Yoshida, nossa editora criativa, mergulhou de cabeça nesse projeto: criou roteiros, deu ideias para o nosso lindo cenário, ensinou tudo o que sabia

aos nossos candidatos e, pasmem, ainda se transformou em apresentadora! Você vai adorar vê-la em ação.

Nada disso teria sido possível, claro, sem grandes parceiros. Por sorte, toda a equipe do canal Boomerang acreditou loucamente em nossa megalomania e apostou suas fichas para produzir o projeto com a gente. Para isso, chamaram a galera da competíssima produtora Primo! Filmes. Cara, quanta gente legal a gente conheceu!

O incrível resultado você verá a partir de 9/9/9 às 9 horas da noite (impossível esquecer!) no canal Boomerang, da TV a cabo. Mas já dá pra saber um monte sobre o programa (e até participar!) no site temporadademoda.com.br. Vai lá!



A matéria *Beauty awards* será a despedida da nossa querida editora Manu Aquino. Em busca de voos mais altos (tudo bem, vou contar: ela vai ser dona de um restaurante!), ela deixa nossa equipe. Sabe do que eu mais vou sentir falta? Das gargalhadas gostosas que animavam os nossos fechamentos. Valeu, Manu!

Beijo,



Tatiana
tatiana.schibuola@abril.com.br

EDITORIA
Fundador: VICTOR CIVITA (1907 - 1990)
Editor: Roberto Civita
Presidente Executivo: Jairo Mendes Leal
Conselho Editorial: Roberto Civita (Presidente), Thomaz Souto Cordeiro (Vice-Presidente), Giancarlo Civita, Jairo Mendes Leal, José Roberto Guzzo
Diretor de Assinaturas: Fernando Costa
Diretora de Mídia Digital: Fabiana Zamil
Diretor de Planejamento e Controle: Amro Luis de Lazi
Diretora Geral de Publicidade: Thais Chede Soares
Diretor Geral de Publicidade Adjunto: Rogério Gabriel Comprido
Diretor de RH e Administração: Dimas Mietto
Diretor de Serviços Editoriais: Alfredo Ogawa
Diretora Superintendente: Helena Bagnoli
Diretora de Núcleo: Brenda Fucuta

CAPRICHÓ
Redatora-chefe: Tatiana Schibuola

Editora visual: Adriana Yoshida Editora de Arte: Fabiana Yoshikawa Editora: Lúise Takashina (responsável) Editores-Assistentes: Cecília Fontes (moda), Isabela Motta Novotna (reportagem), Mariana Aguiar (beleza) e Thiago Theodoro (entertainment) Reportagens: Bárbara dos Anjos, Karoline Pinheiro e Raíssa Siqueira Designers: Alberto Lins, Eduardo Bessa, Flávia Zambardi, Juliana Scapato e Paula Azevedo Destagierias: Fernanda Caldeira, Gabriela Cerzoni e Nays Nakamura. CAPRICHÓ.COM.BR Editora: Giuliana Tadini Editores-Assistentes: Philippe Cruz e Karan Cheloni Reporters: Amanda Zaccarini, Nony, Marcello Almeida, Marco Vinício, Nilo Bastos, Pedro Bonaldi, Regina Maurano, Tat Mendes, Virginia Ary e Wilson Hagepian PUBLICIDADE REGIONAL Diretor: Jacques Bais Ricardo PUBLICIDADE RIO DE JANEIRO Diretor: Paulo Renato Simões Gerente: Cristiano Ruggard Executivos de Negócio: Bomir Otton, Caroline Paçolla, Henri Marques, José Saladin; Executivos de Negócio: Alice Ventura, Analucia Bertola, Camilla Fornasice, Cimília Curtz, João Eduardo Dias, Luis Fernando Lopes e Mara Marques Assistentes: Lilliane Moura e Mônica Barbosa MARKETING E CIRCULAÇÃO Gerente de Marketing: Luísa Falcão Gerente de Publicações: Edson Bottura, Kátia Otton, Renata Parise, Renato Caputo Analistas: Goreana Campacci, Juliana Fortini, Thays Pinheiro Estagiários: Afonso Pantaleão, Carlos Santos, Melina Fuzza Gerente de Eventos: Camilla Mendonça Analista: Cibele Bottura, Larissa Balduino e Soraia Pinho Estagiária: Juliana Louzada Licenciamento: Vanessa Wotzjak Gerente de Circulação Avulsas: Magali Superf Gerente de Circulação Assinaturas: Sérgio Ricci PLANEJAMENTO, CONTROLE E OPERAÇÕES Gerente: André Vasconcelos Consultora: Sandra Latham Wilmer Processos: Fabiano Valim ASSINATURAS Operações de Atendimento ao Consumidor: Márcia Gelvanini RH DIRETORA: Cláudia Ribeiro Consultora: Kátia Bastos

SERVIÇOS EDITORIAIS
Apelo Editorial: Carlos Grossi Arte: Luis Iral (Ilustração) Apoio Técnico e Difusão: Bia Mendes Dedec e Abril Press: Gracie de Souza Treinamento Editorial: Edward Pimenta

PUBLICIDADE CENTRALIZADA Diretores: Marcos Peregiani Gomez, Mariana Ortiz, Robson Montez e Sandra Sampaio Executivos de Negócio: Alessandra D'Amato, Ana Paula Moreno, Caio Souza, Claudia Galvão, Cleide Gomes, Cristiano Bassolada, Eliani Prado, Heráclio Evans, Nony, Marcello Almeida, Marco Vinício, Nilo Bastos, Pedro Bonaldi, Regina Maurano, Tat Mendes, Virginia Ary e Wilson Hagepian PUBLICIDADE REGIONAL Diretor: Jacques Bais Ricardo PUBLICIDADE RIO DE JANEIRO Diretor: Paulo Renato Simões Gerente: Cristiano Ruggard Executivos de Negócio: Bomir Otton, Caroline Paçolla, Henri Marques, José Saladin; Executivos de Negócio: Alice Ventura, Analucia Bertola, Camilla Fornasice, Cimília Curtz, João Eduardo Dias, Luis Fernando Lopes e Mara Marques Assistentes: Lilliane Moura e Mônica Barbosa MARKETING E CIRCULAÇÃO Gerente de Marketing: Luísa Falcão Gerente de Publicações: Edson Bottura, Kátia Otton, Renata Parise, Renato Caputo Analistas: Goreana Campacci, Juliana Fortini, Thays Pinheiro Estagiários: Afonso Pantaleão, Carlos Santos, Melina Fuzza Gerente de Eventos: Camilla Mendonça Analista: Cibele Bottura, Larissa Balduino e Soraia Pinho Estagiária: Juliana Louzada Licenciamento: Vanessa Wotzjak Gerente de Circulação Avulsas: Magali Superf Gerente de Circulação Assinaturas: Sérgio Ricci PLANEJAMENTO, CONTROLE E OPERAÇÕES Gerente: André Vasconcelos Consultora: Sandra Latham Wilmer Processos: Fabiano Valim ASSINATURAS Operações de Atendimento ao Consumidor: Márcia Gelvanini RH DIRETORA: Cláudia Ribeiro Consultora: Kátia Bastos

Em São Paulo: Redação e Correspondências: Av. das Nações Unidas, 7221, 14º andar, Fátima, São Paulo, SP. CEP 05425-902. tel. (11) 3637-3100 Publicidade São Paulo: www.publinter.com.br Classificados 0800-701-2066. Grande São Paulo: tel. (11) 3037-2700

ESCRITÓRIOS E REPRESENTANTES DE PUBLICIDADE NO BRASIL: Central-SP tel. (11) 3037-6564. Baurax Gerente Mídia Representações: Concessionária: tel. (14) 3227-0578. Belém Xinga - Consultoria e Serv. Comunic. tel. (91) 3222-2703. Belo Horizonte Onix Mídia Representações: tel. (31) 2511-7612. Esportes: tel. (31) 3282-0651. Triângulo Mineiro F&C Campos Consultoria e Assessoria Ltda. tel. (61) 3620-2702. Blumenau M. Mercado Representações: tel. (47) 3329-3820. Brasília Escriório tel. (61) 3315-7574. Representante: Curvelum Marketing Ltda. tel. (61) 3426-7422. Campinas C2 Press Com. e Representações: tel. (19) 3251-2007. Campo Grande DM Comunicação & Marketing: tel. (67) 8123-2828. Curitiba Agronegócios Representações Comerciais: tel. (41) 4047-0616. Curitiba Escriório tel. (41) 3250-8000. Representante Via Mídia Proxos Editora Mkt e Repres. Ltda. tel. (41) 3234-1224. Florianópolis Interação Publicidade Ltda. tel. (48) 3232-8517. Fortaleza MídiaSolution Reser. e Negoc. tel. (85) 3304-9579. Goiânia Mídia West Representações Ltda. tel. (62) 3215-3158. Manaus Paper Comunicações: tel. (62) 3656-7588. Maringá Atitude de Comunicação e Representação: tel. (44) 3028-6969. Porto Alegre Escriório tel. (51) 3327-2830. Representante Print Sul Veículos de Comunicação Ltda. tel. (51) 3320-1544. Recife MultiRespostas Publicidade Ltda. tel. (81) 3325-1597. Ribeirão Preto Gozmo Mídia Representações Comerciais: tel. (16) 3911-3023. Rio de Janeiro tel. (21) 2546-8282. Salvador AGMN Consultoria Public. e Representação: tel. (71) 3311-4999. São Paulo Mídia Company: tel. (11) 3022-7177. Vitória Zambra Marketing Representações: tel. (27) 3385-9952.

PUBLICAÇÕES DA EDITORA ABRIL: Almanaque Abril, Ana Maria, Arquitetura e Construção, Atividades, Aventuras na História, Boa Forma, Bons Filhos, Brasil, Capricho, Casa Claudia, Claudia, Contigo!, Disney, Elle, Estilo, Exame, Exame PME, Guia do Estudante, Guia Quatro Rodas, Info Corporate, Info Lovemag, Marie Claire, Managem News, Men's Health, Minha Novela, Mundo Estranho, National Geographic, Nova, Placar, Playboy, Quatro Rodas, Recreio, Revista A, Runner's World, Saúde!, Sou Mais Eu!, Superinteressante, Tênis, Veja, Veja Rio, Veja São Paulo, Vejas Regionais, Viagem e Turismo, Vida Simples, Vix, Vixal Mais, Vozes RH, Vozes A, Women's Health Fundação Victor Civita: Nova Escola.

CAPRICHÓ 1078 ano 57 nº 16 (ISSN 0808-5944) é uma publicação quinzenal da Editora Abril S.A. Distribuída em todo o país pela Dinaap S.A. Distribuidora Nacional de Publicações, São Paulo. CAPRICHÓ não admite publicidade redacional.

Serviço ao Assinante: Grande São Paulo: (11) 5087-2112
Demais localidades: 0800-775-2112 www.abril.com
Para assinar: Grande São Paulo: (11) 3347-4121
Demais localidades: 0800-775-2828 www.assinabril.com.br
IMPRESSA NA DIVISÃO GRÁFICA DA EDITORA ABRIL S.A.
Av. Otaviano Alves de Lima, 4400, Freguesia do O. CEP 02569-900, São Paulo, SP

IVZ	FIPP	ANER
-----	------	------

AbriL
Presidente do Conselho de Administração: Roberto Civita
Presidente Executivo: Giancarlo Civita
Vice-Presidentes: Arnaldo Tilyrécia, Douglas Duran,
Marcio Oghara, Sidnei Basile
www.abril.com.br

ANEXO 18

Oi da editorã

Ilustração: Tereza Bettinardi



Futuro do... presente?

É natural querer saber o que vem depois. Mas quer saber? Viver o agora é muito mais legal...

Já ouviu falar do novo filme do cineasta Tim Burton, *Alice no País das Maravilhas*? Aposto que sim – o bonitón Johnny Deep vai estar lá. O longa só vai estrear em março de 2010, mas já está bombando em todo lugar: virou referência dos editoriais das revistas internacionais, dos desfiles, dos anúncios.

O que isso tem a ver com o começo da CAPRICHÔ? É que me peguei pensando nessa história de que todo mundo anda perdendo tempo demais procurando o que vem depois. Queremos saber quem será o próximo ídolo, o próximo filme, a próxima tendência, o próximo Orkut, enfim...

E aí acabamos vivendo uma espécie de... futuro do presente. Ou futuro do pretérito (?). Se você me acompanhou até aqui, sabe aonde quer chegar: se a gente vive o presente pensando no amanhã, acaba não vivendo em tempo nenhum... E acho que ser adolescente tem muito a ver com isso. Nada mais natural que viver

angustiada por não saber exatamente quem é ou quem será, que profissão vai seguir (ou não), se vai ser famosa, com quem vai se casar, se vai ter grana pra se bancar, se um dia vai poder realizar o sonho de dar a volta ao mundo. Ou se aquele garoto incrível com quem você ficou vai cruzar o seu caminho de novo.

Então... Antes de sair por aí como uma cool hunter (caçadora de tendências) da sua vida, experimente viver o hoje com toda a intensidade que puder. E aí, daqui a cinco minutinhos, quando o tempo daquela ficada incrível terminar, tenho certeza de que as suas lembranças serão muito mais... presentes. Pirel!



flávia
tatiana.schibuola
@abril.com.br

QUEM FEZ

Foto: Arquivo pessoal



Flávia Zimbari é designer da CAPRICHÔ. A Tereza Bettinardi já foi. Flá é carioca, a Tê, de Santa Maria. Flá descobre os cabelos. Tê coleciona caixas. Em comum, as duas têm uma enorme criatividade – e, o melhor de tudo, complementar. Quer dizer: cada uma faz uma parte do trabalho. Nesta edição, elas assinam a ilustração da pág. 24. Enquanto isso, planejam o lançamento do site canetinhas.com, mas ainda mantém segredo sobre o que vai ter lá. (Pode ter certeza de que será incrível!)

6 • CAPRICHÔ

EDITORA **Abril**
Fundador: VICTOR CIVITA
(1907 - 1990)

Editor: Roberto Civita
Presidente Executivo: Jairo Mendes Leal
Conselho Editorial: Roberto Civita (Presidente),
Thomaz Souto Cortês (Vice-Presidente), Giancarlo Civita,
Jairo Mendes Leal, José Roberto Guzzo
Diretor de Assinaturas: Fernando Costa
Diretora de Mídia Digital: Fabiana Zanini
Diretor de Planejamento e Controle: Auro Luis de Lasi
Diretora Geral de Publicidade: Thais Chede Soares
Diretor Geral de Publicidade Adjunto: Rogério Gabriel Comprido
Diretor de RH e Administração: James Miletto
Diretor de Serviços Editoriais: Alfredo Ojavea

Diretora Superintendente: Helena Bagnoli
Diretora de Núcleo: Brenda Fucita

CAPRICHÔ

Redatora-chefe: Tatiana Schibuola

Editora visual: Adriana Yoshida Editora de Arte: Fabiana Yoshikawa Editora: Laise Takahashi (compartilhamento) Editores-Assistentes: Cecilia Fontes (moda), Juleide Motta Noronha (compartilhamento), Mariana Aquino (beleza) e Thiago Theodoro (entretenimento) Reporters: Bárbara dos Anjos, Karolina Pinheiro e Raíssa Siqueira Designers: Alberto Lins, Edson Bessa, Flávia Zimbari Juliana Sappim e Paula Azevedo Estagiárias: Fernanda Catania, Gabriela Caravato Naya Nakamura CAPRICHÔ.COM.BR Editora: Guiziana Taitel Editores-Assistentes: Phelipe Cruz e Renato Chelot Reporter: Amanda Zaccaron Designers: Lú Camargo e Mariana Valente Webmasters: Elton Pezo Prado e Edson Michael Coordenadores Administrativa: Vera Leite Atendimento ao Leitor: Adriana Menezes e Fabiana Pedroni CR: Alison Zeti (supervisor), Ediana Silva, Erla Naldamura, Jaqueline Macedo, Luciano Marziani, Leo Ferreira, Regina Seno, Rodrigo Lemes, Vanessa Dulberio e Zora Franca www.capricho.com.br

SERVIÇOS EDITORIAIS

Apoio Editorial: Carlos Grassini (Arte), Luiz Inês (Ilustração) Apoio Técnico e Difusão: Elia Mendes Dedos e Abril Press: Graça de Souza, Treinamento Editorial: Edwar Pinheiro

PUBLICIDADE CENTRALIZADA Diretores: Marcos Fregatinho Gomez, Mariana Ortu, Roberto Alente e Sandra Sampaio Executivos de Negócio: Alessandra D'Amorim, Ana Paula Moraes, Caio Souza, Claudia Galdrin, Cláudia Gomes, Cristiane Tassoulas, Elani Prado, Heráclito Evaristo Neto, Marcello Almeida, Marcus Vinicius, Nilo Basso, Pedro Bonaldi, Regina Maurano, Tati Mendes, Virginia Any e Willian Hageplun PUBLICIDADE REGIONAL Diretor: Jacques Raab Ricardo PUBLICIDADE RIO DE JANEIRO Diretor: Paulo Roman Simões Gerente: Cristiano Ruyard Executivos de Negócio: Beatriz Ottonio, Caroline Platilha, Henri Marques, José Roda, Samara Sampaio de O. Rejzines PUBLICIDADE NÚCLEO JOVEM Gerente: Fernando Sabadin, Executivos de Negócio: Alice Ventura, Analice Bertoli, Camila Ferrazior, Cleidson Curty, João Eduardo Dias, Luis Fernando Lopes e Maria Marques Assistentes: Lilliana Moura e Monise Barbosa MARKETING E CIRCULAÇÃO Gerente de Marketing: Louise Falero Gerentes de Publicações: Edson Botura, Natã Osso, Renata Pavan, Renato Cagno Analistas: Giovana Campacci, Juliana Fortini, Thays Patriza Estagiárias: Alisson Paranhos, Carlos Santos, Melissa Faria Gerente de Eventos: Camilla Monteiro Analistas: Cibele Batista, Luciana Balveiro e Samantha Prado Estagiária: Juliana Louzada Licenciamento: Vanessa Wetman Gerente de Circulação Avaliada: Magali Superi Gerente de Circulação Assinaturas: Sergio Ricci PLANEJAMENTO, CONTROLE E OPERAÇÕES Gerente: André Vasconcelos Consultores: Sandra Latham Wilmer Processos: Fabiano Valim ASSINATURAS Operações de Atendimento ao Consumidor: Malvina Galatone RH DIRETORA: Claudia Ribeiro Consultora: Katia Batista

Em São Paulo: Redação e Correspondência: Av. das Nações Unidas, 7221, 14º andar, Pinheiros, São Paulo, SP, CEP 05425-902, tel. (11) 3037-2000 Publicidade São Paulo vvvv: publicid@abril.com.br Classificados 0800-702-2000, Grande São Paulo tel. (11) 3037-2700 ESCRITÓRIOS E REPRESENTANTES DE PUBLICIDADE NO BRASIL: Curitiba-SP tel. (11) 3037-6964 Baurax Gestão Mídia Representação, Comercial, tel. (14) 3227-0378, Belém Xinga - Consult. e Serv. Comunc. tel. (91) 3222-2303; Belo Horizonte Onex Mídia Representações, tel. (31) 2511-7612; Escrição, tel. (31) 3282-0630; Triângulo Mineiro F.O.C. Campos Consultoria e Assessoria Ltda., tel. (16) 3620-2702; Blumenau M. Marezzi Representações, tel. (47) 3326-3020; Brasília Escrição tel. (61) 3335-7554; Representação: Carulhaz Marketing Ltda., tel. (61) 3426-7342; Campinas CZ Press Com. e Representações, tel. (19) 3251-2007; Campo Grande DM Comunicação & Marketing, tel. (67) 8125-2828; Curitiba Agenciamento Representações Comerciais, tel. (45) 8403-3016; Curitiba Escrição tel. (41) 3250-8000; Representação Via Mídia Projeto Educator M&A e Repres. Ltda., tel. (41) 3254-1234; Florianópolis Interação Publicidade Ltda., tel. (48) 3232-1617; Fortaleza Mídia&Action Repres. e Negoc. tel. (85) 3264-5959; Goiânia Middle West Representações Ltda., tel. (62) 3215-5338; Manaus Paper Comunicações, tel. (69) 3656-7388; Maringá Atividade de Comunicação e Representação, tel. (44) 3028-6009; Porto Alegre Escrição, tel. (51) 3322-2950; Representação: Print Sol Veículos de Comunicação Ltda., tel. (51) 3328-1344; Recife MultiRevistas Publicidade Ltda., tel. (81) 3327-1597; Ribeirão Preto Gestão Mídia Representações Comerciais, tel. (16) 3911-3025; Rio de Janeiro tel. (21) 2546-8282; Salvador AGM Consultoria Public. e Representação, tel. (71) 3311-4899; São Paulo Mídia Company, tel. (11) 3022-7177; Vitória Zambon Marketing Representações, tel. (27) 3353-6992.

PUBLICAÇÕES DA EDITORA ABRIL: Almanaque Abril, Ana Maria, Arquitetura e Construção, Atividades, Aventuras na História, Boa Forma, Bons Filhos, Brasil, Capricho, Casa Claudia, Claudia, Contigo!, Disney, Elle, Estilo, Exame, Exame PME, Gloss, Guia do Estudante, Guias Quatro Rodas, Info Corporate, Info Lovetee, Manequim, Manequim Nova, Men's Health, Minha Novela, Mundo Estranho, National Geographic, Nova, Placar, Playboy, Quatro Rodas, Recreio, Revista A, Runner's World, Saude!, Sou Mais Eu!, Superinteressante, Tê!, Veja, Veja Rio, Veja São Paulo, Veias Regionais, Viagem e Turismo, Vida Simples, Vip, Vita! Mais, Vozes RH, Vozes S'A, Women's Health Fundação Victor Civita: Nova Escola

CAPRICHÔ 1079 ano 57, nº 17 (ISSN 0008-5944) é uma publicação quinzenal da Editora Abril S.A. Distribuída em todo o país pela Dinap S.A., Distribuidora Nacional de Publicações. São Paulo. CAPRICHÔ não admite publicidade redacionária.

Serviço ao Assinante: Grande São Paulo: (11) 5087-2112

Demais localidades: 0800-775-2112 www.abril.com.br

Para assinar: Grande São Paulo: (11) 3343-2123

Demais localidades: 0800-775-2828 www.abril.com.br

IMPRESSA NA DIVISÃO GRÁFICA DA EDITORA ABRIL S.A.

Av. Otaviano Alves de Lima, 4400, Freguesia do O, CEP 02069-900, São Paulo, SP

IVZ

FIPP

ANER

Abril

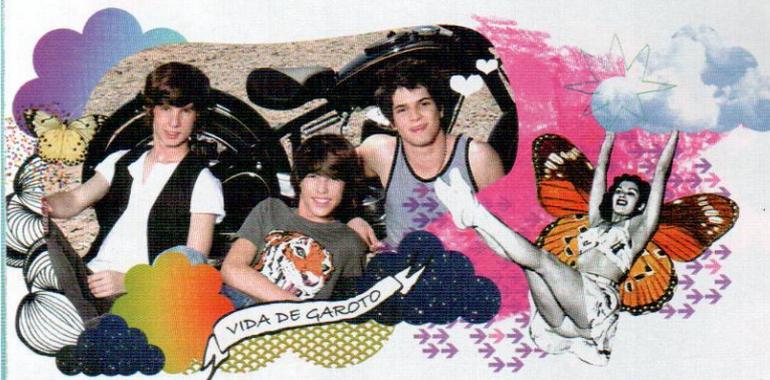
Presidente do Conselho de Administração: Roberto Civita
Presidente Executivo: Giancarlo Civita
Vice-Presidentes: Arnaldo Tiburcio, Douglas Duran,
Marcio Ogilava, Suelen Basile
www.abril.com.br

Editorial da edição de número 1079, publicada no dia 13 de setembro de 2009, na revista Capricho.

ANEXO 19

Oi da editora

Ilustração: Tereza Bettinardi



Cabeça de garoto

Reunimos os três meninos mais quentes do momento para desvendar os segredos deles. De todos eles.

Foi só o Dudu Surita, do blog Vida de Garoto, aparecer na pré-estreia de High School Band para a CAPRICHO que começou a rolar tumulto. As garotas gritavam, queriam tocar nele e gritavam seu nome cada vez que rolava uma cena romântica no filme.

Pois é esse tipo de reação que tem provocado o Dudu, o Federico e o Caique toda vez que eles fazem um post, twitam um vídeo ou vão a uma badaladinha nova. Não é pra menos. Federico é superatencioso – responde a quase todos os tweets. Caique é o garoto dos sonhos: fofo, romântico e... tímido. E o Dudu é o tipo skatista desencanadinho.

A gente já tava superafim de fazer uma reportagem pra ajudar você a entender os meninos e conquistar aquele de quem você é a fim (ou esquecê-lo de vez). E nada melhor do que os mais

desejados do momento para responder suas dúvidas. A editora-assistente Isabela Noronha ainda ouviu a opinião de 107 garotos, leu livros e falou com especialistas – você vai querer saber!

E, para deixar a matéria linda de morrer, a editora criativa Adriana Yoshida reuniu os três em São Paulo e uma equipe megatalentosa para um ensaio de fotos escândalo! \o/ Corra para a pág. 72 e confira o making of no site: capricho.com.br.

Beijo,



Tatiana
tatiana.schibuola
@abril.com.br

BASTIDORES



Dudu não largou o skate da produção



Karol trocou muita ideia com Federico



Adri ajudou Caique a acertar a pose

Fotos: Philippe Cruz

EDITORIA **Abril**
Fundador: VICTOR CIVITA
(1907 - 1990)

Editor: Roberto Civita
Presidente Executivo: Jaime Mendes Leal
Conselho Editorial: Roberto Civita (Presidente), Thomas Souto Corrêa (Vice-Presidente), Giancarlo Civita, Jaime Mendes Leal, José Roberto Guzzo
Diretor de Assinaturas: Fernando Costa
Diretora de Mídia Digital: Fabiana Zanini
Diretor de Planejamento e Controle: Auro Luís de Lasi
Diretora Geral de Publicidade: Thais Cheib Soares
Diretor Geral de Publicidade Adjunto: Rogério Gabriel Comprido
Diretor de RH e Administração: Dimas Micilo
Diretor de Serviços Editoriais: Alfredo Ogawa

Diretora Superintendente: Helena Bagnoli
Diretora de Núcleo: Brenda Fucata

CAPRICHÔ

Redatora-chefe: Tatiana Schibuola

Editora visual: Adriana Yoshida Editora de Arte: Fabiana Yoshikawa Editora: Laise Takashina (comportamento) Editores-Assistentes: Cecília Fontes (moda), Isabela Mota Noronha (comportamento) e Thiago Theodoro (entretenimento) Reportagens: Rafaela Siqueira (holera) Bárbara dos Anjos, Karolina Pinheiro e Designers: Alberto Luis, Eduardo Bessa, Flávia Zimbará, Juliana Scopinaro e Paulo Augusto Estagnari. Fernanda Catana, Gabriela Cardoso e Vera Nakamura. CAPRICHÔ.COM.BR Editora: Giuliana Tattai Editores-Assistentes: Flávia Cruz e Renata Chelbi Reportar: Amanda Zaccaroni Designers: La Camargo e Mariana Valente Webmasters: Ellen Peco Prado e Edson Micheli Coordenadora Administrativa: Von Leite Atendimento ao leitor: Adriana Moschella e Fabiola Pedrosa CT: Alvaro Zeti (supervisor), Erika Silva, Erika Nakamura, Jaqueline Maciel, Leonardo Mariani, Leo Ferreira, Regina Sano, Rodrigo Lenes, Vanessa Dulberro e Zeca França

www.capricho.com.br

SERVIÇOS EDITORIAIS

Apoio Editorial: Carlos Grassi (Arte), Luiz Iria (Ilustração) Apoio Técnico e Difusão: Bia Mendes, Dedes e Abril Press, Graziela Sousa, Trindade Editorial, Edvard Pereira

PUBLICIDADE CENTRALIZADA Diretores: Marcos Peregutini Gonet, Marlene Ortiz, Robson Monte e Sandra Sampaio Executivos de Negócio: Ana Paula Moreno, Cati Souza, Claudia Galdino, Cleide Gomes, Cristiane Tassoulas, Eliani Prado, Heraklydo Evaras Neto, Marcelo Almeida, Marcus Vinícius, Nilo Bastos, Pedro Bonaldi, Regina Maurano, Zoi Mendes, Yvonne Any e William Hampton **PUBLICIDADE REGIONAL** Diretor: Jacques Bassi **PUBLICIDADE RIO DE JANEIRO** Diretor: Paulo Renato Simões Gerente: Cristiano Ruyard Executivos de Negócio: Beatriz Ottoni, Camille Flávia, Hellen Marques, José Roda, Sumara Sampaio de O. Rapinchen **PUBLICIDADE NÚCLEO JOVEM** Gerente: Fernando Subtilini Executivos de Negócio: Alvaro Ventura, Analisa Barreira, Carolina Frenhauser, Cláudia Carri, João Eduardo Dias, Lúcio-Fernando Lopes e Maria Marques Assistentes: Líliana Moura e Moisés Barbosa **MARKETING E CIRCULAÇÃO** Gerente de Marketing: Louise Paletto Gerentes de Publicações: Edson Bottum, Kátia Oso, Renata Pavan, Natalia Cagno Assinaturas: Giovanna Campari, Juliana Ferreira, Thays Pastriza **ASSINATURAS**: Alberto Pantalone, Carlos Santos, Melissa Fiuza Gerente de Eventos: Camilla Mendonça Analistas: Cibele Batista, Luciana Balistro e Sumantha Pinto Estagiária: Juliana Lozada **LICENCIAMENTO**: Vanessa Weintraub Gerente de Circulação: Aline Mendes Magali Soprini Gerente de Circulação Assinaturas: Sergio Ruiz **PLANEJAMENTO, CONTROLE E OPERAÇÕES** Gerente: André Vasconcelos Consultora: Sandra Latham Wilner Processos: Fabiano Valente **ASSINATURAS Operações de Atendimento ao Consumidor**: Máthia Galatrin RH DIRETORA: Claudia Ribeiro Consultora: Kátia Batista

Em São Paulo: Redação e Correspondência: Av. das Nações Unidas, 7221, 14º andar, Pinheiros, São Paulo, SP, CEP 05425-902, tel. (11) 3057-2000 Publicidade São Paulo www.julianabonelli.com.br Classificados (0800) 703-2006, Grande São Paulo, tel. (11) 3035-2200 **ESCRITÓRIOS E REPRESENTANTES DE PUBLICIDADE NO BRASIL**: **Central-SP** tel. (11) 3037-6584; **Baurax** Comunicação Representações Comerciais, tel. (14) 3227-6578; **Belem Xingó** - Comercial e Ser. Clientes, tel. (91) 3222-2503; **Bejo Horizonte** Ceres Mídia Representações, tel. (31) 3211-7612; **Escritório**, tel. (71) 3202-9620; **Triângulo Mineiro F&C** Campos Consultoria e Assessoria Ltda., tel. (36) 5620-2202; **Buenama** M. Murdi Representações, tel. (47) 3328-3820; **Brasília** Escritório tel. (61) 3313-7534; **Representante** Carvalho Marketing Ltda., tel. (61) 3426-7342; **Campinas** CZ Press Com. e Representações, tel. (19) 3251-2047; **Campo Grande** DM Comunicação & Marketing, tel. (16) 8123-2628; **Calabá** Agregações Representações Comerciais, tel. (65) 8485-0616; **Curitiba** Escritório tel. (41) 3250-8000; **Representante** Via Mídia Projetos Editoriais M&I e Repres. Ltda., tel. (41) 3234-1224; **Florianópolis** Interação Publicidade Ltda., tel. (48) 3232-1817; **Fortaleza** MídiaSolutions Repres. e Negoc. tel. (85) 3264-3939; **Goiania** Middle West Representações Ltda., tel. (62) 3215-3138; **Manaus** Paper Comunicações, tel. (62) 3636-7584; **Maringá** Alôde de Comunicação e Representação, tel. (44) 3028-6969; **Porto Alegre** Escritório, tel. (51) 3327-2850; **Representante** Pittir Sul Vecinos de Comunicação Ltda., tel. (51) 3328-1344; **Recife** MídiaRevista Publicidade Ltda., tel. (81) 3327-1907; **Ribeirão Preto** Grottes Mídia Representações Comerciais, tel. (16) 3913-3023; **Bio de Janeiro** tel. (21) 2346-8282; **Salvador** MGMN Consultoria Public. e Representação, tel. (71) 3311-4999; **São Paulo** Midia Company, tel. (11) 3022-7107; **Vitória** Zambora Marketing Representações, tel. (27) 3315-6952

PUBLICAÇÕES DA EDITORA ABRIL: Almanaque Abril, Ana Maria, Arquitetura e Construção, Atividades, Aventuras na História, Boa Forma, Bons Fluidos, Bravo!, Capricho, Casa Claudia, Claudia, Contigo!, Disney, Elle, Estilho, Exame, Exame PME, Glória, Guia de Estádios, Guias Quatro Rodas, Isto Corporate, Info, Lowcost, Managazine, Managazine Nova, Men's Health, Minha Novela, Mundo Estranho, National Geographic, Nova, Placar, Playboys, Quatro Rodas, Recreio, Revista A, Runner's World, Saúde!, Son Mais Lu!, Superinteressante, Tóti, Veja, Veja Rio, Veja São Paulo, Vejas Regionais, Viagem e Turismo, Vida Simples, Vip, Viva! Mais, Você RH, Você S/A, Women's Health **Fundação Victor Civita**: Nova Escola

CAPRICHÔ 1080 ano 58, nº 17 (ISSN 0008-9344) é uma publicação quinzenal da Editora Abril S.A. Distribuída em todo o país pela Diapax S.A. Distribuidora Nacional de Publicações, São Paulo. **CAPRICHÔ** não admite publicidade redacional.

Serviço ao Assinante: Grande São Paulo: (11) 5087-2112
Demais localidades: 0800-775-2112 www.abril.com.br
Para assinar: Grande São Paulo: (11) 3343-2121
Demais localidades: 0800-775-2028 www.assinabril.com.br

IMPRESSA NA DIVISÃO GRÁFICA DA EDITORA ABRIL S.A.
Av. Otávio Alves de Lima, 4400, Freguesia do O. CEP 02709-900, São Paulo, SP



Presidente do Conselho de Administração: Roberto Civita
Presidente Executivo: Giancarlo Civita
Vice-Presidentes: Arnaldo Tiziana, Douglas Duran,
Marco Ogliari, Sabina Basile
www.abril.com.br

ANEXO 20

Oi da editora

Ilustração: Tereza Bettinardi



Foto: Feco Hamburger

Mil coisas

Quero deixar o seu mundo mais pink. De um monte de jeitos diferentes. Quer apostar?

Pelos meus cálculos, você está lendo esta edição pela primeira vez (porque revista que a gente gosta a gente relê umas 30 vezes) entre sexta-feira, dia 23 de outubro, e domingo, dia 25. Enquanto isso, pode ter certeza, estarei no NoCapricho, no Espaço das Américas, em São Paulo, experimentando ao vivo as páginas de CAPRICHO. Além de nossas bandas favoritas, teremos desfiles muito legais, atrações especiais, como os meninos do Vida de Garoto, e muitas outras. Você não tem ideia do quanto isso tudo me deixa ansiosa e feliz! Se estiver na cidade, não deixe de ir. Vou adorar ouvir, de você, o que está achando. Se não puder, acompanhe tudo em nocapricho.com.br. A equipe do site vai fazer você se sentir uma vip no evento!

Acabo de receber um vídeo muito legal em que a cantora americana Ciara conta como Deixa o Mundo mais Pink: "Encorajo as pessoas a perseguir seus sonhos" (confira em capricho.com.br/diversao). E você também vai ver, nesta edição, o segundo anúncio (lindo!) da segunda fase de nossa

campanha, que agora se chama Eu Deixo o Mundo Mais Pink. Nele, Tatis Ortolan, da Galera Capricho, conta como ajudou uma garota a vencer o *bullying*. Se também quer participar desse movimento, corra para o site www.eudeixomundomaispink.com.br. Lá você lê o Manifesto Pink, conta sua história e posta uma foto.

Pra terminar... Além do lindo ensaio de moda festa produzido durante as gravações do programa *Temporada de Moda CAPRICHO*, a editora de moda Erica Folloni deu um gás danado para ajudar você a encontrar O VESTIDO que vai te fazer feliz na sua festa de 15 anos na sua formatura. São mais 17 vestidos para inspirá-la. Espero que ajude!

Beijo,



fati
tatiana.schibuola
@abril.com.br



Acabam de chegar às bancas dois especiais de CAPRICHO, missão cumprida pelo supereditor Thiago Theodoro. O especial *Lua Nova* traz os bastidores das gravações, fotos lindas e entrevistas com Rob, Kristen e Taylor. O de Robert Pattinson é um verdadeiro dossiê sobre a vida do ator. Da infância ao megasucesso. Do primeiro beijo ao envolvimento com KStew. Não perca!

EDITORIA
Fundador: VICTOR CIVITA (1907 - 1990)
Editor: Roberto Civita
Presidente Executivo: Jaime Mendes Leal
Conselho Editorial: Roberto Civita (Presidente), Thomaz Souto Corêa (Vice-Presidente), Giancarlo Civita, Jaime Mendes Leal, José Roberto Guzzo
Diretor de Assinaturas: Fernando Costa
Diretora de Mídia Digital: Fabiana Zanni
Diretor de Planejamento e Controle: Auro Luis de Jasi
Diretora Geral de Publicidade: Thais Chede Soares
Diretor Geral de Publicidade Adjunto: Rogério Gabriel Comprido
Diretor de RH e Administração: Dimas Miltto
Diretor de Serviços Editoriais: Alfredo Ogawa

Diretora Superintendente: Helena Bagnoli
Diretora de Núcleo: Brenda Fucata

CAPRICHO
Redatora-chefe: Tatiana Schibuola

Editoria visual: Adriana Yoshida **Editora de Arte:** Fabiana Yoshikawa **Editora:** Lenne Takahata (compartilhada) **Editores-Assistentes:** Cecilia Fontes (moda), Isabella Molta Norella (compartilhada), e Thiago Theodoro (entretenimento) **Reporters:** Rafaela Siqueira (beleza) Bárbara dos Anjos, Karolina Pinheiro e **Designers:** Alberto Lins, Eduardo Bessa, Flávia Zimbará, Juliana Scapone e Paula Azevedo **Estagiárias:** Fernanda Cabrita, Gabriela Carraro e Nora Nakamura **CAPRICHO.COM BR** **Editor:** Giuliano Tatti **Editores-Assistentes:** Priscila Cruz e Renata Chelid **Reporters:** Amanda Zaccaroni **Designers:** Lúcia Casarato e Mariana Valente **Webmasters:** Eliete Patti Prado e Edson Michael **Coordenadora Administrativa:** Vera Leite **Atendimento ao Leitor:** Adriano Moteghelo e Fabiana Pedroni **CTE:** Alison Zevi (supervisor), Erika Lima Silva, Erika Nakamura, Jaques Macedo, Leandro Marinho, Leo Ferreira, Regina Sosa, Rodrigo Lemos, Vanessa Dübener e Zeca França www.capricho.com.br

SERVÇOS EDITORIAIS
Apoio Editorial: Carlos Grassoti (Arte), Lúcia Iria (Infografia)
Dedoc e Abril Press: Graça de Souza **Treino Editorial:** Edward Pereira

PUBLICIDADE CENTRALIZADA **Diretores:** Marcos Peregrino Gomez, Mariana Ortiz, Robson Mendes e Sandra Sampaio **Executivos de Negócio:** Ana Paula Morim, Caio Souza, Claudia Goldoni, Cleide Gomes, Cristiane Tassinari, Eliani Prado, Heráclito Evans Neto, Marcello Almeida, Marcus Vinícius, Nilo Bastos, Pedro Bonaldi, Regina Mairano, Tati Mendes, Virginia Any e Willian Hagepatt **PUBLICIDADE REGIONAL** **Diretor:** Jacques Baisi Ricardo **PUBLICIDADE RIO DE JANEIRO** **Diretor:** Paulo Renato Simões **Gerente:** Cristiano Rygaard **Executivos de Negócio:** Joana Otton, Caroline Fialho, Henri Marques, José Roda, Selenara Sampaio de O Regadas **PUBLICIDADE NÚCLEO JOVEM** **Gerente:** Fernando Sabatini **Executivos de Negócio:** Alice Vettore, Analucia Berola, Camilla Formasier, Cunha Curry, João Edson Dha, Luis Fernando Lopes e Mauro Marques **Assistentes:** Eliana Moira e Mercedes Barbosa **MARKETING E CIRCULAÇÃO** **Gerente de Marketing:** Louise Luferos **Gerentes de Publicidade:** Edson Bittora, Katia Oso, Renata Farias, Renata Caspary **Análises:** Govano Campos, Juliana Fortini, Thays Puntzer **Estagiários:** Alisson Pantaleão, Carlos Santos, Melina Fiuza **Gerente de Eventos:** Camilla Mendonça **Analista:** Cibele Batista, Luciane Balduino e Sarmelina Pini **Estagiária:** Juliana Lazzari **Licenciamentos:** Vanessa Wirtman **Gerente de Circulação Anúncios:** Marçal Sorbri **Gerente de Circulação Assinaturas:** Sérgio Ricci **PLANEJAMENTO, CONTROLE E OPERAÇÕES** **Gerente:** André Vasconcelos **Consultor:** Edson Marques Oliveira **Processos:** Fabiano Valenti **ASSINATURAS** **Operações de Atendimento ao Consumidor:** Márcia Galatone **RH DIRETORA:** Claudia Ribeiro **Consultora:** Natia Santos

Em São Paulo: Redação e Correspondência: Av. das Nações Unidas, 7221, 11º andar, Pinheiros, São Paulo, SP, CEP 05422-902, tel. (11) 5075-2000 **Publicidade São Paulo** www.publinter.com.br **Classificados** (0800-701-2086, Grande São Paulo tel. (11) 5077-2700) **ESCRITÓRIOS E REPRESENTANTES DE PUBLICIDADE NO BRASIL:** **Central-SP** tel. (11) 3037-6944; **Baurax** Gestões Mídia Representações Comerciais, tel. (14) 3227-6378; **Belém** Xinga - Consult. e Serv. Comarcia, tel. (91) 3222-2505; **Belo Horizonte** Cross Mídia Representações, tel. (31) 3511-7612; **Escritório** tel. (31) 3292-0620; **Brasília** Miroso F&C, Campos Consultoria e Assessoria Ltda., tel. (61) 3620-2702; **Blumenau** M. Mardel Representações, tel. (47) 3328-3820; **Brasília** Escritório tel. (61) 3315-7534; **Representante** Carvalhal Marketing Ltda., tel. (61) 3426-7342; **Campinas** CZ Press Com. e Representações tel. (19) 3251-2007; **Campo Grande** DM Comunicação & Marketing, tel. (67) 3123-2838; **Cuiabá** Agroprecios Representações Comerciais, tel. (65) 8407-0636; **Curitiba** Escritório tel. (41) 3250-8000; **Representante** Via Mídia Projetos Editoriais M&L e Repes, Ltda., tel. (41) 3234-1224; **Florianópolis** Interação Publicidade Ltda., tel. (48) 3232-1617; **Fortaleza** M&S&S&S Repres. e Negoc. tel. (85) 3264-3939; **Goiania** Middle West Representações Ltda., tel. (62) 3235-5238; **Maringá** Attitude de Comunicação e Representação, tel. (44) 3028-6969; **Porto Alegre** Escritório, tel. (51) 3327-2853; **Representante** Print Sol Veículos de Comunicação Ltda., tel. (51) 3328-1544; **Recife** MultiReves Publicidade Ltda., tel. (81) 3327-1397; **Ribeirão Preto** Grotto Mídia Representações Comerciais tel. (16) 3911-3025; **Rio de Janeiro** tel. (21) 2546-8282; **Salvador** AGM&N Consultoria Public. e Representação, tel. (71) 3311-4999; **São Paulo** Mídia Company, tel. (11) 3022-7177; **Vitória** Zanatta Marketing Representações, tel. (71) 3313-6952

PUBLICAÇÕES DA EDITORA ABRIL: Almanaque Abril, Ana Maria, Arquitetura e Construção, Atividades, Aventuras na História, Boa Forma, Bons Flavors, Bravos, Capricho, Casa Claudia, Claudia, Contigo!, Disney, Elle, Estilo, Exame, Exame PME, Gloss, Guia de Lacustante, Guia Quatro Rodas, Isto Corporate, Isto Live.com, Manequim, Marequim Netas, Men's Health, Minha Novela, Mundo Estranho, National Geographic, Nova, Placar, Playboy, Quatro Rodas, Récord, Revista A, Runner's World, Saúde!, Sou Mais Eu!, Superinteressante, Tati, Veja, Veja Rio, Veja São Paulo, Vejas Regionais, Viagem e Turismo, Vida Simples, Vip, Viral! Mais, Voce RH, Voce S/A, Women's Health **Fundação Victor Civita:** Nova Escola

CAPRICHO 1082 ano 58 - n° 20 (ISSN 0008-5944) é uma publicação quinzenal da Editora Abril S.A. Distribuída em todo o país pela Dinap S.A. Distribuidora Nacional de Publicações, São Paulo. **CAPRICHO** não admite publicidade redacional.

Serviço ao Assinante: Grande São Paulo: (11) 5087-2112
Demais localidades: 0800-775-2112 www.abril.com.br
Para assinar: Grande São Paulo: (11) 3347-2121
Demais localidades: 0800-775-2828 www.abril.com.br

IMPRESSA NA DIVISÃO GRÁFICA DA EDITORA ABRIL S.A.
Av. Otaviano Alves de Lima, 4490, Freguesia de O, CEP 02909-900, São Paulo, SP

IVZ **FIPP** **ANER**

EDITORIA
Presidente do Conselho de Administração: Roberto Civita
Presidente Executiva: Giancarlo Civita
Vice-Presidentes: Arnábia Thylicky, Douglas Duran,
Marcio Ogilava, Sidnei Basile
www.abril.com.br

Editorial da edição de número 1082, publicada no dia 25 de outubro de 2009, na revista Capricho.

ANEXO 21

Oi da editora

Foi bom demais!

Os bastidores da edição mais emocionante de NoCapricho

Domingo, 10 da noite. Toda a equipe de CAPRICHO pulava ao som de *I Gotta Feeling*, do Black Eyed Peas, do alto da área VIP, e comemorava, emocionada, o imenso sucesso da 9ª edição do NoCapricho. Foram três dias das melhores bandas, dos desfiles mais bacanas e, claro, dos garotos mais lindos do mundo!

Dudu, Caíque e Federico, os blogueiros do Vida de Garoto, foram a grande sensação do NoCapricho: dividiram-se entre o palco e a área VIP, sempre escortados por muitos seguranças; distribuíram autógrafos e tiraram muitas fotos; faziam as garotas chorar e gritar tamanha era a emoção de ficar tão pertinho. Foi por isso que ganharam mais um ensaio exclusivo e a capa (linda!) desta edição. Tenho a certeza de que você vai amar. E, a partir da página 23, você confere a cobertura completíssima do evento. Ano que vem, tem mais!

Beijo,



tati
tatiana.schibuola
@abril.com.br



Foto: Juliana Urata

Eu entre os meninos do Fresno, que fizeram um show lindo e emocionante



Foto: Daigo Oliveira

Fernanda, Thiago e Bárbara ralaram na cobertura dos ídolos que passaram por lá. Além das bandas, teve Caio Castro, Humberto Carrão, Rafael Almeida...



Foto: Acervo pessoal

Karol Pinheiro cuidou de receber 17 meninas da Galera Capricho. Ana Clara Elias veio de Goiânia, Ana Luiza e Paola, de BH, Tati e Bianca chegaram do Rio, Sara, de Campinas... Luxo!



Foto: Daigo Oliveira

Adri Yoshida, nossa editora-apresentadora, deu autógrafos e subiu ao palco para comandar o prêmio As Mais Estilosas.



Foto: Juliana Urata

Aline Vieira e Andressa fizeram a melhor cobertura online ever, com supervisão do editor Felipe Cruz e da cheffona, Giu Tatini

EDITORA Abril
Fundador: VICTOR CIVITA (1907 - 1990)
Editor: Roberto Civita
Presidente Executivo: Jairo Mendes Leal
Conselho Editorial: Roberto Civita (Presidente), Thomaz Souto Corrêa (Vice-Presidente), Giancarlo Civita, Jairo Mendes Leal, José Roberto Guzzo
Diretor de Assinaturas: Fernando Costa
Diretora de Mídia Digital: Fabiana Zanni
Diretor de Planejamento e Controle: Auro Luis de Lasi
Diretora Geral de Publicidade: Thais Chede Soares
Diretor Geral de Publicidade Adjunto: Rogério Gabriel Comprido
Diretor de RH e Administração: Dimas Mietto
Diretor de Serviços Editoriais: Alfredo Ogawa

Diretora Superintendente: Helena Bagnoli
Diretora de Núcleo: Brenda Fucata

Diretora de redação: Tatiana Schibuola

Editora visual: Adriana Yoshida Editora de Arte: Fabiana Yoshikawa Editores-Assistentes: Cecília Fomes (moda), Isabela Motta Noronha (comportamento) e Thiago Theodoro (entretenimento) Reporters: Rafaela Siqueira (beleza), Bárbara dos Anjos (entretenimento), Karolina Pinheiro (comportamento) Reporter visual: Fernanda Milani e Designers: Alfredo Lins, Flávia Zambelli e Juliana Scopel Estagiárias: Fernanda Catania, Gabriela Cantano e Nara Nakamura. CAPRICHO.COM.BR Editores sênior: Gabriela Tatini Editores-Assistentes: Pâmela Cruz e Renata Charbel Designers: Lia Camargo e Mariana Valente Webmasters: Elton Pedro Prado e Edson Michael Coordenadora Administrativa: Vera Leite Atendimento ao Leitor: Adriana Menghele e Fabiana Pedrossi CTE: Alvaro Zeti (supervisor), Edvânia Silva, Letícia Nakamura, Jaqueline Macedo, Leandro Marzari, Leo Ferreira, Regine Sato, Rodrigo Lemos, Vanessa Dalberto e Zeca Franco
www.capricho.com.br

SERVIÇOS EDITORIAIS
Apoio Editorial: Carlos Grassot (Arte), Lúcia Iria (Infografia)
Dedoc e Abril Press: Gracie de Souza Treinamento Editorial: Edward Pinheiro

PUBLICIDADE CENTRALIZADA Diretores: Marcos Percegas Gomez, Mariane Ortiz, Roberto Monte e Sandra Sampaio Executivos de Negócio: Ana Paula Moreno, Caio Souza, Claudio Galvão, Cláudio Gomes, Cristiano Tassoulas, Eliani Prado, Heraklo Evans Neto, Mariana Almeida, Marcus Vinicius, Nilo Bastos, Pedro Bonaldi, Regina Marzano, Tati Monte, Virginia Any e William Hageopin PUBLICIDADE REGIONAL Diretor: Jacques Babi Ruzinski PUBLICIDADE RIO DE JANEIRO Diretor: Paulo Renato Simões Gerente: Cristiano Ripartit Executivos de Negócios: Beatriz Ottoni, Caroline Pinilla, Henri Marques, José Rocha, Samuel Sampaio de O. Reimões PUBLICIDADE NÚCLEO JOVEM Gerente: Fernando Salbuchi Executivos de Negócio: Alice Ventura, Analucia Bertoli, Camilla Feresster, Cathia Carr, João Eduardo Dias, Luis Fernando Lopes e Mara Marques Assistentes: Lânia Moura e Mariana Barbosa MARKETING E CIRCULAÇÃO Gerente de Marketing: Louise Faleiros Gerente de Publicações: Edson Bottura, Katia Osso, Renata Pavan, Renato Cagnon Analistas: Giovanna Campacci, Juliana Fortini, Thays Patriza Estagiárias: Alisson Parolinha, Carolina Santos, Melina Fiuza Gerente de Eventos: Camilla Mendonça Analistas: Cibele Santana, Luciana Balastro e Samantha Pinto Estagiária: Juliana Lotada Licenciamento: Vanessa Wittman Gerente de Circulação Avulsas: Magali Superbi Gerente de Circulação Assinaturas: Sergio Ricci PLANEJAMENTO, CONTROLE E OPERAÇÕES Gerente: André Vasconcelos Consultor: Edson Marques Oliveira Processos: Fabiano Viana ASSINATURAS Operações de Atendimento ao Consumidor: Mariana Galante RH DIRETORA: Claudia Ribeiro Consultora: Katia Batista

Em São Paulo: Redação e Correspondência: Av. das Nações Unidas, 7221, 14º andar, Pinheiros, São Paulo, SP, CEP 05425-902, tel. (11) 3037-2000 Publicidade São Paulo www.publifel.com.br Classificados 0800-701-2066, Grande São Paulo tel. (11) 3035-2300
ESCRITÓRIOS E REPRESENTANTES DE PUBLICIDADE NO BRASIL: Central SP tel. (11) 3035-0364; Baurax Grupos Mídia Representações Comerciais, tel. (14) 3222-0700; Babel Xing - Consult. e Serv. Comunic. tel. (69) 3223-2505; Belo Horizonte Cruz Viúva Representações, tel. (31) 2511-7612; Escritório, tel. (31) 3282-0650; Triângulo Mineiro Fil. Campos Consultoria e Assessoria Ltda., tel. (61) 3620-2702; Blumenau M. Matti Representações, tel. (47) 3329-3820; Brasília Escritório tel. (61) 3315-7554; Representação Carvalho Marketing Ltda., tel. (61) 3426-7342; Campinas CZ Press Com. e Representação, tel. (19) 3351-2007; Campo Grande DM Comunicação & Marketing, tel. (67) 6125-2000; Curitiba Agropromed Representações Comerciais, tel. (41) 8415-0616; Curitiba Escritório tel. (41) 3250-8000; Representante Via Mídia Projetos Editoriais Mix e Repres. Ltda., tel. (41) 3250-1234; Florianópolis Interação Publicidade Ltda., tel. (48) 3252-1617; Fortaleza M&Assoluton Repres. e Negoc. tel. (85) 3264-3939; Goiânia Midia West Representação Ltda., tel. (62) 3215-5358; Maringá Altabe de Comunicação e Representação, tel. (44) 3049-6969; Porto Alegre Escritório, tel. (51) 3222-2850; Representação Print Sol. Negócios de Comunicação Ltda., tel. (51) 3328-1344; Recife MultiResistas Publicidade Ltda., tel. (51) 3322-1597; Ribeirão Preto Grouto Mídia Representações Comerciais, tel. (16) 3911-3025; Rio de Janeiro tel. (21) 2546-8282; Salvador AGMN Consultoria Public. e Representação tel. (71) 3311-4999; São Paulo Mídia Company, tel. (11) 3022-7177; Vitória Zambra Marketing Representações, tel. (27) 3315-6952.

PUBLICAÇÕES DA EDITORA ABRIL: Almanaque Abril, Ana Maria, Arquitetura e Construção, Atividades, Aventuras na História, Bos Formas, Bons Filhos, Brasil, Capricho, Casa Claudia, Claudio, Contop!, Disney, Elle, Estilo, Exame, Exame PNEC, Gloss, Guia do Estudante, Guias Quatro Rodas, Info Corporate, Info Lovetree, Manuseio, Manequim Nova, Men's Health, Minha Novela, Mundo Estranho, Nacional Geographic, Nova, Placar, Playboy, Quatro Rodas, Recreio, Revista A, Runner's World, Saúde, Sou Mais Eu!, Superinteressante, Tênis, Veja, Veja Rio, Veja São Paulo, Vejas Regionais, Viagens e Turismo, Viés Simples, Vip, Viva! Mais, Vozes, Vozes S/A, Women's Health Fundação Victor Civita: Nova Escola

CAPRICHO 1083 ano 58º nº 21 (ISSN 0008-5944) é uma publicação quinzenal da Editora Abril S.A. Distribuída em todo o país pela Dinap S.A. Distribuidora Nacional de Publicações. São Paulo. CAPRICHO não admite publicidade redacional.

Serviço ao Assinante: Grande São Paulo: (11) 5083-2112
Demais localidades: 0800-775-2112 www.abrilissoc.com
Para assinar: Grande São Paulo: (11) 3347-2121
Demais localidades: 0800-775-2828 www.assinante.abril.com.br

IMPRESSA NA DIVISÃO GRÁFICA DA EDITORA ABRIL S.A.
Av. Otávio Alves de Lima, 4400, Freguesia do O, CEP 02904-900, São Paulo, SP

IVZ FIPP ANER

Abril
Presidente do Conselho de Administração: Roberto Civita
Presidente Executivo: Giancarlo Civita
Vice-Presidentes: Arnaldo Tibiryçi, Douglas Duran,
Marcio Ogliara, Sidnei Basile
www.abril.com.br

6 • CAPRICHO

Editorial da edição de número 1083, publicada no dia 08 de novembro de 2009, na revista Capricho.

ANEXO 22

Oi da editorã

Ilustração: Tereza Bettinardi

Você de verdade

Inspire-se no espelho para ficar (ainda) mais bonita

Tem um filme supervelho, bem bobinho, mas divertido, chamado *Crazy People*. O ator Dudley Moore faz o publicitário Emory Leesson, que, em suas campanhas, só fala verdades – e faz o maior sucesso. Pois vou dar uma de Emory aqui. Se você for até a página 56 e seguir o programa de dieta e exercícios que está lá, não vai conseguir as curvas da Carolina Dieckman e da Gisele Bündchen. E muito menos transformar completamente seu corpo em poucos dias. Se estou louca? Não. Primeiro, porque você não é Carolina nem Gisele é você. Depois, porque não precisa se parecer com ninguém para ser linda e estar bem com o seu corpo. Por último, porque não há um programa que transforme seu corpo em poucos dias sem comprometer a sua saúde.

Isso tudo não quer dizer que não vale a pena pôr em prática o nosso plano para conquistar um corpo mais bonito. Com a ajuda dos melhores especialistas, a jornalista Marina Bessa criou, em parceria com a repórter de beleza Rafaela Siqueira, um programa de exercícios que você pode fazer em

casa e um esquema de substituição de alimentos que certamente vai ajudá-la a ficar mais leve e saudável.

Pode ser que, até dezembro, você não consiga se livrar de todos os quilinhos de que gostaria ou ter um bumbum de passista de escola de samba. Mas tenho a certeza de que vai ganhar músculos firmes, terá menos gorduras localizadas e as celulites ficarão mais tímidas.

Basicamente, o que estou dizendo é que, em vez de se inspirar nessa ou naquela artista de TV e buscar resultados impossíveis, inspire-se em ficar igualzinha a você. Só que bem melhor.

Ah! E não vale abandonar tudo no fim do verão. Se levar para a vida toda, a sua autoestima vai ficar sempre lá em cima.

Beijo,

tati
tatiana.schibuola
@abril.com.br

NOSSAS COLABORADORAS

Foto: Raquel Espírito Santo

Conheça a animadíssima equipe que produziu as lindas fotos de fitness que ilustram o programa de exercícios da página 78. Da esquerda para a direita: a designer Flávia, a maquiadora Simone, a modelo Gabriela, a repórter Rafaela e a produtora Mari.

6 • CAPRICHÔ

EDITORIA
Fundador: VICTOR CIVITA
(1907 - 1990)

Editor: Roberto Civita
Presidente Executivo: Jairo Mendes Leal
Conselho Editorial: Roberto Civita (Presidente),
Thomaz Souto Corrêa (Vice-Presidente), Giancarlo Civita,
Jairo Mendes Leal, José Roberto Guzzo
Diretora de Assinaturas: Fernando Costa
Diretora de Mídia Digital: Fabiana Zanni
Diretor de Planejamento e Controle: Auro Luis de Iasi
Diretora Geral de Publicidade: Thais Chede Soares
Diretor Geral de Publicidade Adjunto: Rogério Gabriel Comprido
Diretor de RH e Administração: Dimas Nieto
Diretor de Serviços Editoriais: Alfredo Ogawa

Diretora Superintendente: Helena Bagnoli
Diretora de Núcleo: Brenda Fucuta

CAPRICHÔ

Diretora de redação: Tatiana Schibuola
Editora visual: Adriana Yoshida Editora de Arte: Fabiana Yoshizawa Editores Assistentes:
Cecília Fontes (moda), Isabela Motta Naronchi (compartments), e Thiago Theodoro
(entretimento) Reportagens: Kátia Siqueira (beleza), Bárbara dos Anjos (entretimento),
Karolina Pinheiro (compartments) Repórter visual: Fernando Milani e Designers: Alberto
Lins, Flávia Zerbini e Juliana Siqueira Estagiárias: Fernanda Cidália, Gabriela Curtoso e Nayra
Nakamura CAPRICHÔ.COM.BR Editora sênior: Guiliana Tatti Editores Assistentes: Plácidio
Cruz e Renata Chelbi Designers: Lia Camargo e Mariana Valete Webmasters: Elton Perini
Prado e Edson Machado Coordenadora Administrativa: Vera Lúcia Atendimento ao Leitor:
Adriana Metzoghele e Fabiana Pedross CTE: Ailton Zenti (supervisor), Edvânia Silva, Erick
Nakamura, Jaurez Macedo, Leandro Marcinari, Leo Ferreira, Regina Sano, Rodrigo Lenens,
Vanessa Dalberto e Zeca Franco

www.capricho.com.br

SERVIÇOS EDITORIAIS
Assis Editorial: Carlos Grassini / Artes, Leila Iria (Infográfico)
Dedoc e Abril Press: Gracis de Souza Treinamento Editorial: Eduard Pimenta

PUBLICIDADE CENTRALIZADA Diretores: Marcos Pempigna Gomes, Mariane Ortiz, Robson
Monte e Sandra Sampaio Executivos de Negócio: Ana Paula Moreno, Caio Souza, Claudia
Galdino, Cláudia Gomes, Cristiane Tassoulas, Eliani Prado, Heráclio Evans Neto, Marcelo
Almeida, Marcos Vinícius, Nilo Bispo, Pedro Bonaldi, Regina Maurício, Tati Mendes,
Viviane Ary e William Hagepasa **PUBLICIDADE REGIONAL** Diretor: Jacques Basi Ricardo
PUBLICIDADE RIO DE JANEIRO Diretor: Paulo Renato Simões Gerente: Cristiano Bygaard
Executivos de Negócios: Beatriz Ottato, Cavallini Paulista, Henri Marques, José Rodas, Samira
Sampaio de O. Repórter **PUBLICIDADE NÚCLEO JOVEM** Gerente: Fernando Schablin
Executivos de Negócio: Alice Ventura, Analisete Bertoldi, Camilla Fornasier, Cathia Curry,
João Eduardo Dias, Luis Fernando Lopes e Maria Marques Assistentes: Líliana Moura e Menes
Berbosa **MARKETING E CIRCULAÇÃO** Gerente de Marketing: Louise Falcato Gerentes
de Publicações: Edson Bertura, Kátia Osse, Renata Pevian, Renato Cagan Analistas:
Governor, Campos, Juliana Fortini, Thays Pintra Estagiárias: Albinos Penafolia, Carlos
Santos, Melina Fiuza Gerente de Eventos: Camilla Menonça Analistas: Cibele Batista,
Luciana Balleiro e Samantha Piatto Estagiária: Juliana Louzada Licenciamento: Vanessa
Weitzman Gerente de Circulação Avisas: Magali Superli Gerente de Circulação
Assinaturas: Sérgio Rucci PLANEJAMENTO, CONTROLE E OPERAÇÕES Gerente:
André Vasconcelos Consultor: Edson Marques Oliveira Processos: Fabiano Valim
ASSINATURAS Operações de Atendimento ao Consumidor: Márcia Galatrin
RH DIRETORA: Claudia Ribeiro Consultora: Kátia Batista

Em São Paulo: Redação e Correspondência: Av. das Nações Unidas, 7221, 14º andar,
Pêlobras, São Paulo SP, CEP 05425-902. Tel. (11) 3037-2000 Publicidade São Paulo www.
publicidade.com.br Classificadoras 0800-701-2046 Grande São Paulo tel. (11) 3037-2700
EXCRITÓRIOS E REPRESENTANTES DE PUBLICIDADE NO BRASIL: **General-SP**
tel. (11) 3037-6363; **Baur** Grupos Mídia Representações Comerciais, tel. (14) 3227-0378;
Belem Yanga - Consult. e Serv. Comunic. tel. (81) 3222-2313; **Belo Horizonte** Cross Mídia
Representações, tel. (31) 2311-7612; Escritoires, tel. (31) 3282-0630; **Triângulo Mineiro** F&C
Campos Consultoria e Assessoria Ltda., tel. (06) 3620-2702; **Blumenau** M. Manda
Representações, tel. (47) 3239-5236; **Brasília** Escritoires, tel. (61) 3115-7574; Representante
Carrollhow Marketing Ltda., tel. (61) 3426-7342; **Campinas** C2 Press Com. e Representações,
tel. (19) 3231-2007; **Campo Grande** DM Comunicação & Marketing, tel. (07) 8125-2428;
Cuiabá Agronegócios Representações Comerciais, tel. (65) 8410-0616; **Curitiba** Escritoires, tel.
(41) 3250-8000; Representante Via Mídia Projetos Editoriais M&F Regis Ltda., tel. (41) 3254-
1224; **Florianópolis** Intercor Publicidade Ltda., tel. (48) 3232-1817; **Fortaleza**
Midiasolution Betas, e Nágic, tel. (85) 3264-5939; **Goiania** Middle West Representações
Ltda., tel. (62) 3245-5158; **Maringá** Anualde de Comunicação e Representação, tel. (44) 3028-
6969; **Porto Alegre** Escritoires, tel. (51) 3232-2850; Representante Print Sul Viçosa de
Comunicação Ltda., tel. (51) 3378-1514; **Rio de Janeiro** M&F Regis Ltda., tel. (21) 3252-
1230; **Ribeirão Preto** Grupos Mídia Representações Comerciais, tel. (16) 3911-3025; **Rio de
Janeiro** tel. (21) 2348-8282; **Salvador** AGM Consultoria Public e Representação, tel. (71)
3311-4999; **São Paulo** Mídia Company, tel. (11) 3022-7177; **Vitória** Zambon Marketing
Representações, tel. (27) 3315-6952

PUBLICAÇÕES DA EDITORA ABRIL: Almanaque Abril, Ana Maria, Arquitetura
e Construção, Atividades, Aventuras na História, Boa Forma, Bons Flúidos, Bumba,
Capricho, Casa Claudia, Clássica, Contigo!, Disney, Elle, Escola, Exame, Exame P&E,
Gloss, Guia do Estudante, Guia Quatro Rodas, Luta Corporativa, Info, Loveseas, Manuseio,
Matéria Nova, Men's Health, Minha Novela, Mundo Estranho, National Geographic,
Nova, Placar, Playboy, Quatro Rodas, Recreio, Revista A, Runner's World, Super
Sou Mais Eu!, Superinteressante, Tênis, Veja, Veja Rio, Veja São Paulo, Veja Super,
Viagem e Turismo, Vida Simples, Vip, Viva! Max, Voz RH, Voz S.A., Women's Health
Fundação Victor Civita: Nova Escola

CAPRICHÔ 1084 ano 38, nº 22 (ISSN 0108-5944) é uma publicação quinzenal de
Editora Abril S.A. Distribuída em todo o país pela Dinap S.A. Distribuidora Nacional
de Publicações. São Paulo. CAPRICHÔ não admite publicidade redacional.

Serviço ao Assinante: Grande São Paulo: (11) 5087-2112
Demais localidades: 0800-775-2112 www.abril.com.br
Para assinar: Grande São Paulo: (11) 3247-2121
Demais localidades: 0800-775-2828 www.assinabril.com.br

IMPRESSA NA DIVISÃO GRÁFICA DA EDITORA ABRIL S.A.
Av. Oliveira Alves de Lima, 4400, Freguesia do Ó, CEP 02069-900, São Paulo, SP

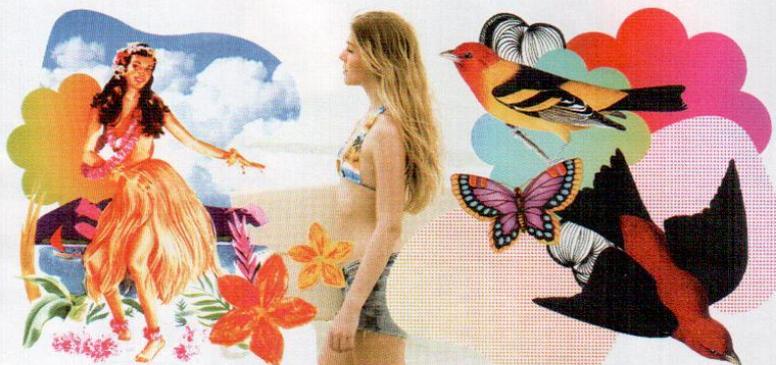
IVZ	FIPP	ANER
Presidente do Conselho de Administração: Roberto Civita Presidente Executivo: Giancarlo Civita Vice-Presidentes: Arnaldo Tibyrici, Douglas Duran, Marcio Ogliara, Sidnei Basille www.abril.com.br		

Editorial da edição de número 1084, publicada no dia 22 de novembro de 2009, na revista Capricho.

ANEXO 23

Oi da editora

Ilustração: Tereza Bettinardi



De volta pra casa

É bom ver outros jeitos de viver a vida. E inspirar-se neles

A cabo de voltar de férias. Isso mesmo, querida leitora, tirei uma semana em pleno novembro (uma das vantagens de ser adulta). E voei 18 horas em direção ao Havaí. Já havia estado lá 11 anos atrás, por um mês, e o North Shore continua igualzinho. E rotou a maior nostalgia. De um tempo em que eu tinha menos preocupações, em que grana nem importava tanto, em que enfrentava ondas enormes, em que esquecia o que estava rolando por aqui, no Brasil. E confesso que senti um tantinho de inveja das garotas lindas que vi: vivem na praia. Quando não estão surfando com os garotos, estão correndo na areia. Têm pele dourada, cabelo manchado de sol (de um jeito lindo) e um ar permanente de saúde e felicidade. Por alguns dias, fiquei numa crise doída: abandonar tudo e fugir para um paraíso tropical?

Tenho certeza de que essa ideia vive na sua cabeça, especialmente no fim das férias de verão. Voltar pra casa e aguentar a rotina acordar-cedo-escola-clubes-aula de inglês-computador? Putz. Mas quer saber? Assim que voltei, fiquei megafeliz porque descobri que também tenho um enorme

prazer por levar essa vida corrida, por viver cercada de pessoas legais e por ter tido a oportunidade de ir lá ver um jeito diferente de encarar a rotina.

E, no fim, o melhor das viagens é poder trazer de volta um pouquinho do que a gente vê por lá. Já prometi pra mim mesma que, nos dias entre o Natal e o Réveillon, não abro mão de dias livres sob o sol... E de carregar um sorriso feliz e despreocupado no rosto, como as garotas havaianas.

A *Temporada de Moda CAPRICHÔ* acabou! No último (e emocionante) episódio, você ficou sabendo que foi a Monique, que produziu os melhores looks para a Claudia Leite, a nossa capa desta edição, e virá trabalhar com a gente. Awwwnn... Vámos morrer de saudades de assistir nossa série predileta na TV!

Beijo,



Tatiana
tatiana.schibuola
@abril.com.br

NOSSA COLABORADORA



Foto: Arquivo pessoal

A produtora de moda Paula Mendes mostrou o seu talento no coloridíssimo editorial *Luz, Cores, Ação!*, que começa na pág. 24. O resultado das fotos tem tudo a ver com ela: vibrante, divertido e luxuoso! Isso mesmo: a gente adora os looks fofos que Paula desfila por aí.

6 • CAPRICHÔ

EDITORA **Abril**
Fundador: VICTOR CIVITA
(1907 - 1990)

Editor: Roberto Civita

Presidente Executivo: Jairo Mendes Leal

Conselho Editorial: Roberto Civita (Presidente),
Thomas Souto Corêa (Vice-Presidente), Giancarlo Civita,
Jairo Mendes Leal, José Roberto Guzzo
Diretor de Assinaturas: Fernando Costa
Diretora de Mídia Digital: Fabiana Zanini
Diretor de Planejamento e Controle: Auro Luis de Lasi
Diretora Geral de Publicidade: Thais Chede Soares
Diretor Geral de Publicidade Adjunto: Rogério Gabriel Comprido
Diretor de RH e Administração: Dimas Mietto
Diretor de Serviços Editoriais: Alfredo Ogawa

Diretora Superintendente: Helena Bagnoli

Diretora de Núcleo: Brenda Fucata

CAPRICHÔ

Diretora de redação: Tatiana Schibuola

Editora visual: Adriana Yoshida Editora de Arte: Fabiana Yoshikawa Editores: Cui
Fontes (moda) e Thiago Theodoro (entertainment) Editora-Assistente: Isabela Mi
Noronha (compartimento) Repórteres: Rafaela Siqueira (beleza), Bárbara dos An
(entertainment), Karolina Pinheiro (compartimento) Repórter visual: Fernanda M
Designers: Alberto Lins, Flávia Zamboni e Juliana Scarpim Estagiárias: Fernanda Carr
Gabriella Carvao e Naya Nakamura CAPRICHÔ.COM.BR Editora-sênior: Giuliana Ta
Editores-Assistentes: Felipe Cruz e Reata Chelb Designers: Lia Cantagiro e Catarina
Valeri Webmasters: Elton Pezz Prado e Edson Michael Coordenadora Administrativa
Vera Leir Atendimento ao Leitor: Adriana Meneghelli e Fabiana Pedroso CTE: Alu
Zeni (supervisor), Edvânia Silva, Erika Nakamura, Jaurez Macedo, Leandro Marziani, I
Ferreira, Regina Sano, Rodrigo Lemes, Vanessa Dalberto e Zeza Franca
www.capricho.com.br

SERVIÇOS EDITORIAIS

Apio Editorial: Carlos Grassini (Artes), Luiz Iru (Infografia)
Dedoc e Abril Press: Graze de Souza Treinamento Editorial: Edward Piment

PUBLICIDADE CENTRALIZADA Diretores: Marcos Perpetua Gomez, Mariana Ortiz, Robi
Monte e Sandra Sampaio Executivos de Negócio: Ana Paula Moreno, Caio Souza, Clara
Galdino, Cláudia Gomes, Cristiane Tassonias, Eliani Prado, Heráclio Evans Neto, Marcelo Almet
Marcos Vinício, Nilo Bentes, Pedro Bonaldi, Regina Mourao, Tat Mendes, Virginia Any e Will
Hagopian PUBLICIDADE REGIONAL Diretor: Jacques Biasi Ricardo PUBLICIDADE RIO
JANEIRO Diretor: Paulo Renato Simões Gerente: Cristiano Ruygan Executivos de Negócio
Beatriz Ottoni, Caroline Platina, Henri Marques, Jose Rocha, Samara Sampaio de O. Reijoi
PUBLICIDADE NÚCLEO JOVEM Gerente: Fernando Sabadini. Executivos de Negócio
Alice Ventura, Amélia Bertoli, Camila Forastieri, Cinthia Curry, João Eduardo Dias, J
Fernando Lopes e Marc Marques Assistentes: Liliana Moura e Mônica Sanches MARKETS
E CIRCULAÇÃO Gerente de Marketing: Louise Faleiros Gerentes de Publicações: Ed
Bottura, Renato Cagno, Mariana Moraes Consultora de negócios: Katia Osso Analista
Giovana Campacci, Juliana Fortini, Thays Panizza Auxiliar administrativas: Carlos S
Estagiárias: Carolina Padilha, Milena Fiuza Gerente de Eventos: Carmila Mendon
Analistas: Cláudia Batista, Luciana Balletto e Sacramento Pinto Estagiárias: Juliana Lou
Licenciamento: Vanessa Wetsman Gerente de Circulação Avulsas: Magali Superf Gerente
de Circulação Assinaturas: Sérgio Ricci PLANEJAMENTO, CONTROLE E OPERAÇÃO
Gerente: André Vasconcelos Consultor: Edson Marques Oliveira Processos: Fabia
Valim ASSINATURAS Operações de Atendimento ao Consumidor: Marivina Galdr
RH DIRETORA: Cláudia Ribeiro Consultora: Katia Batista

Em São Paulo: Redação e Correspondência: Av. das Nações Unidas, 7221, 10º and
Pinheiros, São Paulo, SP. CEP: 05425-902. tel. (11) 3057-2000 Publicidade São Paulo 10º and
publicidade.com.br Classificados (0800) 701 2006, Grande São Paulo tel. (11) 3037-23
ESCRITÓRIOS E REPRESENTANTES DE PUBLICIDADE NO BRASIL: Curitiba
tel. (41) 3057-6564; Bauru Gootto Mídia Representações Comerciais, tel. (14) 3322-45
Belém Xingu - Consult. e Serv. Comunic. tel. (91) 3222-2713; Belo Horizonte Cines M
Representações, tel. (51) 2511-7612; Esmerino, tel. (31) 3282-0630; Triângulo Mineiro FI
Campus Consultoria e Assessoria Ltda., tel. (61) 3620-2702; Blumenau M. Nita
Representações, tel. (47) 3329-3820; Brasília Esmerino, tel. (61) 3325-7554; Buzios
Carvalho Marketing Ltda., tel. (61) 5426-7342; Campinas CZ Press Com. e Representaç
tel. (19) 3251-2007; Campo Grande DM Comunicação & Marketing, tel. (67) 6025-28
Cuiabá Agronegócios Representações Comerciais, tel. (65) 8405-0636; Curitiba Esmerino
(41) 3250-8000; Representante Via Mídia Projetos Editoriais M&T e Repres. Ltda., tel. (41) 32
1224; Florianópolis Interação Publicidade Ltda., tel. (48) 3322-3607; Fortaleza
Midiaselusion Repres. e Negoc. tel. (85) 3264-5939; Goiânia Mídia Nite Representaç
Ltda., tel. (62) 3215-5158; Maringá Atitude de Comunicação e Representação, tel. (41) 30
6969; Porto Alegre Esmerino, tel. (51) 3327-2650; Representação Peter Del Venerio
Comunicação Ltda., tel. (51) 3328-1344; Recife MultiRevisão Publicidade Ltda., tel. (81) 33
1597; Ribeirão Preto Gootto Mídia Representações Comerciais, tel. (16) 3941-3622; São
Janeiro tel. (21) 2540-8282; Salvador AC200 Consultoria Public. e Representação, tel.
3311-4999; São Paulo Mido Company, tel. (11) 3622-7077; Vitória Gootto Mídia
Representações, tel. (27) 3315-6652

PUBLICAÇÕES DA EDITORA ABRIL: Almanaque Abril, Ana Maria, Arquitetura
e Construção, Atividades, Aventuras na História, Boa Forma, Boas Filhas, Boa
Capricho, Casa Claudia, Claudia, Contigo!, Dinossa, Elix, Exatão, Exame, Exame PI
Gloss, Guia do Estudante, Guia Quatro Rodas, Inlo Corporate, Inlo, Lovers, Managem
Manequim Nova, Men's Health, Minha Novela, Mundo Estranho, National Geographic
Nova, Placar, Playboy, Quatro Rodas, Revista, Revista A, Raster's World, São
São Mais Far!, Superinteressante, Tênis, Vaga, Vaga Rio, Vaga São Paulo, Vaga Região
Viagem e Turismo, Vaga Simplex, Vaga Visual, Vaga, Vaga RH, Vaga S. A., Women's Only
Fundação Victor Civita: Nova Escola

CAPRICHÔ 1085 em SP - nº 23 (ISSN 0018-5944) é uma publicação quinzenal da
Editora Abril S.A. Distribuída em todo o país pela Dinap S.A. Distribuidora Nacional
de Publicações, São Paulo. CAPRICHÔ não admite publicidade redacional.

Serviço ao Assinante: Grande São Paulo: (11) 5087-2112
Demais localidades: 0800-775-2112 www.abril.com.br
Para assinar: Grande São Paulo: (11) 3347-2121
Demais localidades: 0800-775-2828 www.assinaabril.com.br

IMPRESSA NA DIVISÃO GRÁFICA DA EDITORA ABRIL S.A.
Av. Ottoniano Alves de Lima, 4400, Freguesia do Ó, CEP: 02509-900, SÃO PAULO, SP

WZ FIPP ANER

Abril

Presidente do Conselho de Administração: Roberto Civita
Presidente Executivo: Giancarlo Civita
Vice-Presidentes: Arnaldo Tiberycki, Douglas Duran,
Marcio Ogliara, Sidnei Basile
www.abril.com.br

