



## **Análise Sociolinguística da Revista Capricho<sup>1</sup>**

Gabriela Contieri FERRO<sup>2</sup>

Julia Formis GIGLIO<sup>3</sup>

Juliana Heiffig PENTEADO<sup>4</sup>

Karen Priscilla BARBARINI<sup>5</sup>

Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP

### **RESUMO**

O objetivo desse trabalho é analisar os elementos utilizados pela redação da revista Capricho para aproximar-se da linguagem usada por meninas entre 13 e 18 anos, pertencentes às classes A e B. Assim, analisaremos a revista do ponto de vista sociolinguístico - se é formal ou informal, aproxima-se ou não da linguagem oral e utiliza gírias típicas do vocabulário adolescente. Além de observar as edições na íntegra, utilizaremos os textos da sessão “Tudo de Blog” em suas versões originais e editadas, para traçar um paralelo comparativo entre o texto escrito pela leitora e o almejado pela revista, podendo assim chegar ao texto-padrão da Capricho e a suas características editoriais.

**PALAVRAS-CHAVE:** sociolinguística; jornalismo; Capricho; revista.

### **INTRODUÇÃO**

“**CAPRICH**O mudou. Agora, a revista das garotas brasileiras está com uma pegada mais cool ainda. Moda de rua, beleza inteligente, muita informação engraçada, curiosa e o que há de mais legal em arte e conteúdo jovem. Capricho: irreverente, independente, inteligente, in, decente!”  
(www.assineabril.com.br, 2008)

Essa é a definição atual da revista, que já sofreu diversas reviravoltas em seu conteúdo editorial e gráfico para se enquadrar ao perfil da leitora, que também sofreu alterações ao longo da existência da revista.

Capricho foi a primeira revista feminina do Brasil. Criada em 1952 pelo dono da Editora Abril, Victor Civita. No princípio era uma revista de fotonovelas, e com este

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da UNESP-Bauru, email: [gabriela-cf@hotmail.com](mailto:gabriela-cf@hotmail.com)

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da UNESP-Bauru, email: [jgiglio@ig.com.br](mailto:jgiglio@ig.com.br)

<sup>4</sup> Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da UNESP-Bauru, email: [julianaheiffig@hotmail.com](mailto:julianaheiffig@hotmail.com)

<sup>5</sup> Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da UNESP-Bauru, email: [karenzin@hotmail.com](mailto:karenzin@hotmail.com)

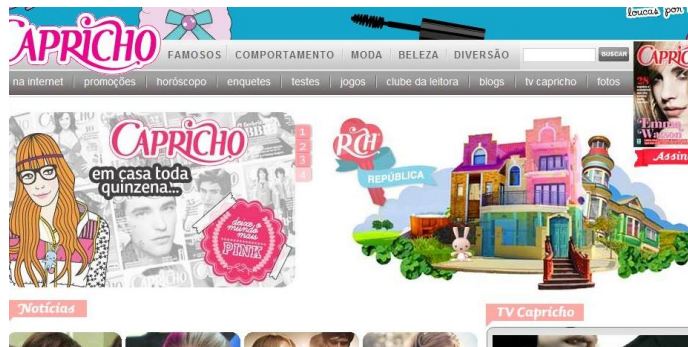


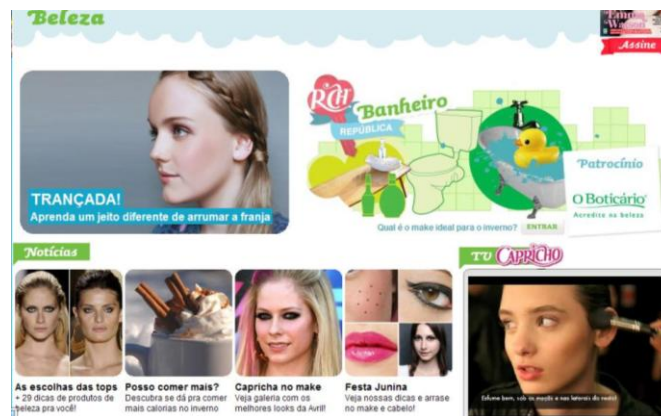
formato chegou a ser a maior revista da América Latina, chegando à tiragem de 500.000 cópias por edição.

Em agosto de 1982, a revista sofreu uma reestruturação significativa em seu padrão editorial, e deixou de publicar fotonovelas. Neste novo projeto, as matérias começam a tratar de moda, beleza e comportamento.

Como o novo projeto editorial implementado em 1982 apresentou bons resultados, em 1985 a Capricho ganhou o slogan “a Revista da Gatinha” e teve um “miau!” acrescentado ao seu logotipo.

Após essas mudanças, Capricho passou por reformulações em 1989 e em 2006, sendo que a última fez com que a revista se aproximasse mais das novas tecnologias, tendo em vista que a leitora da Capricho está cada vez mais inserida no universo digital. A plataforma dessa mudança é o próprio site da revista. A criação de um ambiente virtual que mantém as leitoras em contato com a equipe de produção da revista – a “República Capricho” - faz com que a interatividade se perpetue e torne a revista mais dinâmica e cada vez mais em sintonia com o gosto de seus leitores.





Agora, além de matérias sobre moda, beleza e comportamento, a leitora também pode obter informações sobre seus ídolos, programação de shows e eventos, guia de compras, além de informações voltadas para o vestibular.

Exatamente por isso a Capricho foi escolhida como objeto de análise, ela é diferente das outras revistas concorrentes - que também focam no público feminino adolescente. Apesar de seu atrativo principal ainda ser matérias de ídolos e comportamento, a Capricho possui sessões que abordam temas como o vestibular, e discutem assuntos de importância social relevante – explica, em linguagem simples, o que são as “Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia” (FARCS), na sessão “Alguém me explica - vestibular?” da edição 1041 de 30 de Março de 2008.

Optou-se ainda pela Capricho pelo fato de ela ter uma preocupação individual com as leitoras, e não trata seu público de forma tão massificada como em outras revistas especializadas em adolescentes.

## APLICAÇÃO DOS CONCEITOS SOCIOLINGÜÍSTICOS

Existem pelo menos dois registros de linguagem: o *formal* - mais vinculado à escrita e a situações tensas - e o *coloquial* - ligado à fala e a situações amistosas.

Marcos Bagno<sup>6</sup> define norma-padrão como aquele modelo ideal de língua que deve ser usado pelas autoridades, pelos órgãos oficiais, pelas pessoas cultas, pelos escritores e jornalistas. De acordo com Bagno, a língua “é parte constitutiva da

<sup>6</sup> BAGNO, Marcos. **A Norma Oculta: Língua & poder na sociedade brasileira.** São Paulo: Parábola Editorial, 2003.



identidade individual e social de cada ser humano – em boa medida, *nós somos o que falamos*” (BAGNO, 2003, p.16).

Seguindo a mesma linha do autor, a revista *Capricho* busca se expressar da mesma maneira que suas leitoras, usando uma linguagem oral muito particular. Esta identidade de linguagem, partilhada pela *Capricho* e pelas adolescentes, também passa pelos nomes das suas seções e editoriais.

Ao longo do texto da revista é possível encontrar marcas clássicas da informalidade e oralidade. Em linhas gerais, o texto se constrói na informalidade, porém segue um padrão condizente com a gramática.

Encontramos muitos exemplos de informalidade na revista *Capricho*, entre eles: “oi, querida”, “era mau caráter ao cubo”, “ai você pode optar por capas”, “até que a Ellen agüentou bem, viu”, “Ei, não vai criar uma comunidade só pra zoar, né!”, “to aprendendo”. A oralidade também fica evidente, repórteres e redatores escrevem da maneira que falam, aproximando o texto escrito da linguagem oral.

Perguntas retóricas também são um traço característico dos textos da *Capricho*. Típicas da linguagem oral, estas expressões são muito utilizadas quando tem a intenção de interagir com a leitora. No contexto da revista, essas perguntas criam um diálogo entre o público e a revista, dando dinamicidade e impulsionando a leitura. Os recursos de interatividade também podem ser causadores de um texto manipulador que inibe a reflexão e induz a leitora a raciocinar e absorver do texto o que o autor pretende que ela absorva.

São exemplos de interatividade: “Uma sandália Croc Laranja? Você compraria uma destas para o seu namorado?”, “Mas como ela fez para ter aquele corpo e cabelo de dar inveja?”, “Quem sabe o sucesso não bate a sua porta?”, “Está cansada daquela vidinha ordinária?”, “corre lá para o site e delicie-se!”.

Expressões estereotipadas, frases feitas e chavões são outros recursos da oralidade utilizados pela revista. Por exemplo: “pra botar mais lenha na fogueira”, “Tem muita mãe que, sem saber o que fazer para mudar o comportamento da filha, acaba metendo os pés pelas mãos”, “Use essas dicas para se proteger dos próximos ataques, matando a causa deles pela raiz”, “Segurar a onda”, “Perna de pau”, “perde de lavada”.

A revista, apesar de sanar as dúvidas e satisfazer os desejos da leitora, vende um padrão, não só de beleza, mas também de comportamento. Por exemplo, generaliza-se a idéia de que toda garota sofre por amor, todas as meninas tem que estar em forma, ‘aquele’ tipo de roupa combina com o seu corpo, ‘essa’ é a tendência do momento, ‘tal’



xampu faz bem pro seu tipo de cabelo, garotas têm que ser populares e fazer sucesso com os meninos, etc.

A linguagem utilizada nos textos para tratar de quaisquer assuntos é a mesma, atrativa à adolescente, simples, natural e objetiva. Um dos objetivos da linha editorial da revista *Capricho* é se manter em estreito contato com a leitora, como se tivessem a mesma idade, pensassem da mesma maneira e partilhassem das mesmas dúvidas e dos mesmos gostos. Para isso faz uso da expressão “a gente”, que dá sensação clara de inclusão e proximidade àquele que lê a revista.

Algumas das ocorrências de “a gente” são: “por isso a gente costuma ter mais estrias”, “a gente acaba sofrendo”, “fez a gente torcer por um vilão”, “A gente fez uma brincadeira com os títulos desta reportagem...”, “Na hora que a gente deu o primeiro beijo”, “A gente vai ao cinema...”.

Outro recurso que a revista *Capricho* utiliza são os termos de noção totalizante. O uso dessas expressões visa uma aproximação efusiva da comunicação oral, tendo assim uma relação mais direta e natural com suas leitoras. Essas expressões são facilmente encontradas na revista: “todo mundo tem medo de alguma coisa e não há nenhuma novidade nisso”, “todo mundo morreu de dó”, “todo mundo acha que você deve estar ansiosa”, “são convidados eternos”, “assim como ninguém mais”, “nunca ninguém vai querer ficar comigo”.

Também característica da oralidade, a hipérbole aparecesse nos textos da revista para dar leveza e muita ênfase às expressões, além de se aproximar da linguagem freqüentemente usada pelo público jovem. Exemplos disso são: “a maior crise de sua vida”, “a estrela (...) era a personificação da alegria”, “a lista de namorada de Josh Hartnet não tem fim”, “foi a maior festa”.

Em muitos textos da revista encontramos o uso seguido de palavras repetidas. Sendo mais uma característica recorrente da oralidade, repetir palavras em uma mesma frase serve para fixar a idéia que se quer passar ou intensificar uma opinião. Observamos este recurso nas seguintes frases: “sempre durmo tranquilo no avião e acho perda de tempo ter medo de ter medo”, “dizendo que ela não deveria ser punida por algo que jamais deveria ter se tornado público”, “será que a gente realmente ta precisando do que acha que ta precisando e no fundo não ta precisando de nada do que acha que precisa?”.

Oralidade e informalidade são ferramentas para interagir com o jovem. Todos os recursos citados acima fazem parte da linguagem que a *Capricho* utiliza para se



relacionar com suas leitoras. A terminologia típica do vocabulário dos jovens constrói com firmeza o estilo textual da revista e dissemina sua ideologia: ser estritamente próxima à leitora, ser amiga, confidente, e conselheira.

Outra característica marcante da revista é o uso freqüente de gírias, sem exageros as expressões são usadas de forma que não comprometam a compreensão dos textos por jovens menos “anteados”.

Anna Rosa Gomes Cabello<sup>7</sup>, em seu livro “A gíria como linguagem literária nos contos de João Antônio”, diz que “Alguns acreditam que o uso da gíria é necessário para atrair o estudante para a leitura e/ou para a expressão oral” (CABELLO, 1984, p. 36-45). Isso significa que para alguns pesquisadores, o uso da gíria aproxima o jovem e o encoraja a ler e expressar opiniões. Mas, Cabello também diz que o meio termo na linguagem é uma forma sensata de se comunicar.

Concordando com a autora, a revista *Capricho* possui uma linguagem sem excessos. Ao mesmo tempo em que faz uso de gírias e de algumas ferramentas para infiltrar a linguagem oral na linguagem de seus textos escritos, o texto da revista no geral é bem apresentado, com um nível de vocabulário acessível ao adolescente – sem se tornar pobre –, com construções frasais bem fundamentadas e raros erros gramaticais.

Com exceção das matérias sobre moda, pode-se afirmar que as gírias utilizadas já estão inseridas no vocabulário jovem. Dependendo do termo, ele se faz presente até no vocabulário adulto.

Por ser uma revista de adolescentes a linguagem e o vocabulário são totalmente voltados para a identificação deste público indicando variações lexicais. A partir de gírias as palavras podem adquirir significado denotativo ou conotativo, como no caso da palavra *look*, que na frase “Dá um *look*” é usada em seu sentido denotativo, ou seja, dar uma olhada; também pode ser usada para representar um estilo, um visual “Roube o *look*” ou “você pode ousar mais no *look*”. Da mesma maneira, “bombar” é um verbo utilizado com diversos significados. Por exemplo, dizer que uma festa “bombou” é dizer que ela estava muito boa, dizer que você “bombou” na festa, significa que você se divertiu muito; mas “bombar” na escola é dizer que você não passou de ano. Outras gírias apresentadas nos textos da revista são “balada”, para designar uma festa; “BV”, gíria utilizada para denominar pessoas que ainda não deram seu primeiro beijo.

---

<sup>7</sup> CABELLO, Ana Rosa Gomes. *A gíria como linguagem literária em contos de João Antônio*. Assis: Sn, 1984



Algumas destas gírias, amplamente utilizada por jovens, já estão inclusive no dicionário. É o caso do termo “ficar”, que, de acordo com o dicionário Houaiss, tem entre seus diversos significados “permanecer junto de (alguém)”. No dicionário, porém, não há nenhuma indicação do que os jovens fazem quando “ficam juntos”: beijar. Também são muito utilizados os termos “manjar”, no sentido de saber, e “mico”, no sentido de passar vergonha.

A revista *Capricho* emprega, na maior parte das vezes, gírias usuais, ou seja, gírias muito presentes no vocabulário da população. Isso é facilmente explicado pelo fato de o periódico ser de circulação nacional, e uma menina do Acre precisa compreender qualquer coisa que esteja dito na revista, por isso os textos não podem conter gírias usada por jovens da capital paulista ou do interior do estado.

No caso das matérias de moda, a situação se modifica. Apesar de alguns termos serem considerados gírias comuns, pode-se dizer que o vocabulário utilizado é bem técnico. Palavras como “*look*” e “*glamour*” podem fazer parte da vida de adolescentes, mas dificilmente elas conhecerão termos como “*ankle boot*”, “um lance *fake*” e “outra peça mais *clean*”. Mas, para fazer com que as leitoras compreendam todo o vocabulário técnico utilizado, os estrangeirismos são devidamente explicados e muitas vezes ilustrados, fazendo com que a adolescente que cresce lendo *Capricho* leia sem dificuldades editoriais de moda quando adulta.

O uso freqüente da oralidade e informalidade não exclui a utilização correta da gramática. Justamente por causa do seu público alvo, *Capricho* prefere usar conjugação verbal composta. Utiliza-se de conjugações duplas em detrimento de tempos verbais mais complexos e elaborados, que podem causar estranhamento, dúvidas ou distanciamento por parte do público leitor. Como por exemplo: “nem bem eu havia chegado aqui”, “vai entrar pra história”, “cada um vai seguindo seu caminho”, “a camisa de alfaiataria pode ganhar”, “está fazendo o maior sucesso”, “a personagem acabou levando”.

Também são utilizados verbos na forma imperativa. Especialmente em sessões que ensinam as leitoras a fazer penteados ou presentes. Esse tipo de uso faz com que a leitora se sinta induzida a tentar reproduzir o que a revista pede que ela faça. Nas matérias sobre moda, essa ferramenta é muito utilizada. Não é raro ler orações como “Copie o *look*!”. Esse tipo de coerção não é saudável, uma vez impõe um padrão de estilo para as leitoras.

Para inserir a leitora no universo ao qual a revista faz referência, Capricho recorre ao uso do pronome “nós”, que passa a idéia de que a leitora também vive a situação narrada pela revista. Se o autor de um texto define o narrador com o pronome “eu” e o leitor com o pronome “tu” ou a forma “você”, ele separa os mundos dos interlocutores e faz com que exista um hiato entre estes mundos. Essa separação não ocorre com o uso do pronome “nós”, que promove uma união entre a leitora e a autora em um mesmo ponto de vista.

Ainda em relação à gramática, observamos que é freqüente a repetição do termo “se” em seus mais diversos usos e significados. Muitas vezes ele é empregado mais de uma vez na mesma frase: “tem que saber se comunicar e se virar”. O uso do termo é comum para tornar o texto mais leve e fluente para a leitora - “você não pode se achar o famoso da vez”, “dizendo que ela não deveria ser punida por algo que jamais deveria ter se tornado público”.

## TEXTOS DA SESSÃO “TUDO DE BLOG”



### Mãe de primeira viagem aos 18 anos de idade

Postado por [Nathalia Duprat](#) em 22-06-2009 às 10:10



Como você se sentiria se, aos 18 anos, descobrisse que iria ser mãe em breve? Teria Medo? Alegria? Ansiedade?

Essas foram algumas das perguntas que [Marina Mamede](#), blogueira da Capricho, teve que conviver, quando soube, no ano passado, que estava grávida de João.

O pequeno nasceu no último dia 8 e já é o xodó oficial das meninas do Tudo de Blog. Marina,



### Tudo de Blog

O Tudo de Blog fala sobre os assuntos mais legais e interessantes que estão nos jornais, nas revistas, nos shoppings ou nos bares da esquina. O mais legal é que as opiniões são sempre dadas pelas blogueiras que participam do Tudo de Blog da CAPRICHÔ.

### Nathalia Duprat

Naty é uma jornalista competente, blogueira inspirada e amiga querida que mora longe desta Redação – mas sempre traz bolo de rolo quando vem do Recife!



Sorvete de Casquinho  
[nathalia@gmail.com](mailto:nathalia@gmail.com)



Analisaremos a seguir os textos da sessão “Tudo de Blog” da revista Capricho. Todos os anos a revista escolhe 130 de suas leitoras para escreverem via internet para esta sessão. Como grande parte do público alvo da revista tem acesso à internet, as editoras da revista dão espaço às leitoras para que elas possam fazer parte da produção da Capricho. Toda semana são enviadas pautas e as blogueiras produzem textos, os três melhores são escolhidos para serem publicados na revista da edição seguinte. As expressões da internet são transcritas para a versão impressa da revista. Por isso

facilmente encontramos expressões recorrentes da internet, como por exemplo: “*nick*”, “*fotolog*”, “*blog*”, “*PC*”, “*MSN*”, “*Skype*”, “*webcam*”.

No que diz respeito à sessão “Tudo de Blog”, utilizaremos como exemplo o texto original produzido por algumas blogueiras, e o texto editado que vai para as páginas da *Capricho*, traçamos um paralelo comparativo entre as duas versões do texto - escrito pela leitora e o almejado pela revista -, podendo assim chegar ao texto-padrão da *Capricho* e suas características editoriais.

Texto original da leitora Roberta Calabre:

Filma eu!!!

“Pintei meu cabelo de **Louro-Monroe**, fiz lipo, botei **silico**, minha mãe deu três ataques. Gastei a mesada em roupas, plastifiquei o nariz, botei botox nos lábios, meu pai nem me reconheceu. Fiz aulas de canto, dança, teatro, **dormi com o** diretor. Comecei clássica, vintage, “antique”, quase uma *pin-up*: me acharam fora de moda. Mostrei então uma vibe **moderna**, ousada, um *girl power* **bem avant garde**: muito ‘**dois-mil-e-vinte**’, disseram. Revoltei, escrachei, repintei-me de *tchutchuca*, mostrei tudo de todos os ângulos em todos os lugares, dancei até o chão chão chão, arranquei tufos de cabelos alisados das concorrentes: **caí no lugar-comum**. Relegada aos programas de (falta de) **catiguria**, aos reality shows decadentes e **escolas** de samba deploráveis, perdi meu momento: me perdi no momento. Achei que, se pela fama vale tudo, se eu fizesse de tudo ela viria. Mas não veio. Acho que faltou ser eu mesma...”

Texto editado

**Eu mudo. Me filma!**

“Pintei meu cabelo de louro Monroe, fiz lipo, **botei silicone**. Minha mãe deu 3 ataques. Gastei a mesada em roupas, plastifiquei o nariz, botei botox nos lábios. Meu pai nem me reconheceu. Fiz aulas de canto, dança, teatro, **xavequei** o diretor. Comecei clássica, **virei** vintage, antique, quase uma pin-up. Me acharam fora de moda. Mostrei, então, uma *vibe* **diferente**, ousada, uma *girl power* **de arrasar**.” **Muito moderna**”, disseram. Revoltei, escrachei, repintei-me de *tchutchuca*, mostrei tudo de todos os ângulos em todos os lugares, dancei até o chão, chão, chão e arranquei tufos de cabelos alisados das concorrentes.

Relegada aos programas de (falta de) **“categoria”**, aos *reality shows* decadentes e **às** escolas de samba deploráveis, perdi meu momento: me perdi no momento.

Achei que, se pela fama vale tudo, se eu fizesse de tudo, ela viria. Mas não veio. Acho que faltou ser eu mesma”.



Neste texto, a mudança que mais se destaca é a troca de “dormi com o diretor” por “xavequei” o diretor. Pode-se dizer que a menção sexual é forte para meninas de 13 anos, por isso deve ter sido evitada pela editora.

A linguagem mais específica de moda, “avant garde” foi substituída por ser um termo muito específico. Se aparecesse em outra sessão da revista, talvez ele pudesse ser utilizada, mas seria acompanhado de explicação, conforme o padrão da revista descrito por Tatiana Schiboula, Redatora Chefe.

A gíria “catiguria”, provinda de um programa televisivo, foi escrita da maneira correta no texto final. Isso indica a preocupação em se manter próximo ao texto formal, mas também pode significar que a editora evitou o uso de uma gíria que provavelmente seria passageira, estabelecendo assim a linguagem do texto no padrão da revista – só gírias que façam parte do vocabulário usual dos leitores pode ser usada.

Observamos ainda que mesmo na sessão mais interativa a Capricho não deixa de lado os padrões gramaticais. Nesta sessão, por exemplo, as blogueiras têm seus textos editados de acordo com as regras gramaticais. As frases são colocadas em ordem direta, pronomes são alterados por outros correspondentes e os verbos são ajustados em sua concordância e regência.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A revista Capricho é um veículo de comunicação feito para as jovens, que está em íntima conexão com o universo dessas leitoras.

Analisando os textos da revista, percebemos que a linguagem é a principal maneira de aproximação com a leitora, amparada pelo projeto gráfico que também reflete o universo feminino jovem.

Fazendo uso de gírias, expressões típicas da oralidade, estrangeirismo, entre outros recursos da fala, a Capricho insere a leitora no conteúdo da revista e se projeta na vida da jovem.

Além disso, há uma preocupação com informação e conhecimento, pois a revista tem sessões não só dedicadas a comportamento e ídolos, mas também a cultura e conhecimentos gerais. Essas características da Capricho fazem com que ela se aproxime do público leitor, e seja a revista preferida das meninas dessa faixa etária.

A intenção da revista Capricho é fazer parte da vida da leitora, dessa forma a linha editorial está focada em conciliar oralidade e linguagem jovem, para, assim, ser



uma revista do dia-a-dia. E a principal forma de mostrar ao público essa proximidade é através do uso informal da linguagem.

## REFERÊNCIAS

ALKMIN, Tânia Maria. Sociolinguística: Parte I. In: MUSSALIM, Fernanda; BENTES, Anna Christina. **Introdução à linguística I**. São Paulo: Cortez, 2001.

BAGNO, Marcos. **A Norma Oculta: Língua & poder na sociedade brasileira**. São Paulo: Parábola Editorial, 2003.

CABELLO, Ana Rosa Gomes. A gíria como linguagem literária nos contos de João Antônio. In: CABELLO, Ana Rosa Gomes. **A gíria como linguagem literária em contos de João Antônio**. Assis: Sn, 1984.

CAMACHO, Roberto Gomes. Sociolinguística: Parte II. In: MUSSALIM, Fernanda; BENTES, Anna Christina. **Introdução à linguística I**. São Paulo: Cortez, 2001.

CAPRICO: História. Disponível em: <<http://capricho.abril.com.br/clube/historia.shtml>>. Acesso em: 19 jun. 2008.

GUARIGLIA, Rinaldo. **O contexto e a interação dialógica para a instituição das modalidades oral e escrita: as marcas linguísticas da oralidade no texto dissertativo escrito**. 201. 20 f. Trabalho de Conclusão de Curso - Curso de Tópicos em Sociolinguística, Universidade Estadual Paulista, Araraquara, 2001.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles; FRANCO, Francisco Manoel de Mello. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

KOCH, Ingedore Villaça. A construção do sentido no texto falado. In: KOCH, Ingedore Villaça. **O TEXTO E A CONSTRUÇÃO DOS SENTIDOS**. São Paulo: Contexto, 2000.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Análise da Conversação**. São Paulo: Editora Ática, 1986.

NUNES, Roberta. **A revista que fala com você: estudo da linguagem na imprensa feminina**. Disponível em: <<http://repositorio.portcom.intercom.org.br/dspace/handle/1904/17162>>. Acesso em: 17 jun. 2008.

REVISTA CAPRICO. São Paulo: Editora Abril, n.1033, 09 dez. 2007.126p.

REVISTA CAPRICO. São Paulo: Editora Abril, n.1041, 30 mar. 2008.98p.



REVISTA CAPRICHOS. São Paulo: Editora Abril, n.1046, 08 jun. 2008.114p.