

---

# A Revista Capricho e a construção da identidade na adolescência

**Carolina Seiko Machado\***

**Felipe Eugênio de Godoy\*\***

**Maria de Fátima Belancieri\*\*\***

## RESUMO

Este estudo teve como proposta discutir a contribuição da Revista Capricho, a partir de seu conteúdo, na produção de “identidades” adolescentes. Com base em textos estudados na disciplina de Psicologia, no curso de Jornalismo, acerca da constituição da identidade e da publicação impressa da Revista Capricho (edição 1175, de 19 de maio de 2013), realizamos uma análise na construção da identidade do público leitor. Os aspectos textuais, gráficos, editoriais e psicológicos foram observados, bem como a caracterização da Revista e o perfil de seu público-alvo. A partir da análise do conteúdo da Revista Capricho, foi possível perceber que esta apresenta uma contribuição importante na constituição da

\*Graduanda do 7º semestre do Curso de Jornalismo da UNESP Campus Bauru-SP.  
E-mail: carolseiko@hotmail.com

\*\* Graduando do 7º semestre do Curso de Jornalismo da UNESP Campus Bauru-SP.  
Email: felipegodoy17@hotmail.com

\*\*\* Doutora em Psicologia Clínica (PUC/SP). Mestre em Saúde Coletiva (USC Bauru/SP). Docente do Departamento de Psicologia da UNESP Campus Bauru/SP.  
E-mail: mfbelancieri@nepps.com.br.

identidade da adolescente. No entanto, algumas questões devem ser aprofundadas, como por exemplo, a permanência dessas contribuições nas fases posteriores do desenvolvimento humano.

**Palavras-chave:** Identidade. Revista Capricho. Adolescência. Psicologia. Jornalismo.

A Revista Capricho é uma publicação voltada para o público adolescente, especialmente de 12 a 19 anos. Publicada quinzenalmente pela Editora Abril, nela encontramos matérias sobre moda, beleza e comportamento.

Neste artigo, nossa proposta é discutir a contribuição da Revista, a partir de seu conteúdo, na produção de “identidades” adolescentes.

Tendo como base os textos estudados na disciplina de Psicologia no curso de Jornalismo, acerca da constituição da identidade (BOCK; FURTADO; TEIXEIRA, 2008; CIAMPA, 1994, DUARTE, 2004) e da publicação impressa da Revista Capricho (edição 1175, de 19 de maio de 2013), pretendemos realizar uma análise na construção da identidade do público leitor.

A Revista Capricho surgiu em 1952, sendo a primeira destinada ao público feminino no Brasil. Nesta época, publicava, principalmente, fotonovelas, que se assemelhavam a histórias em quadrinhos. Em 1982, a Revista concentra o seu conteúdo para um público entre 15 e 29 anos, e as fotonovelas, gradativamente, são substituídas por matérias sobre moda, beleza e comportamento, assuntos que permanecem nas edições atuais.

O *slogan* da revista passa, em 1985, a ser *A revista da gatinha*, e suas capas ainda eram ilustradas com fotos de jovens modelos, “(...) Muitas delas ficaram muito famosas, como Ana Paula Arósio, Luana Piovani e Gisele Bündchen!”, informa a página *on-line* da revista (CAPRICH0, *on-line*).

A partir de 1996, a Revista Capricho torna-se quinzenal e os ídolos das leitoras passam a estampar suas capas. A configuração atual da Revista, apesar de ocasionais mudanças em seu projeto gráfico mantém-se igual desde 2006. No *site* da Revista Capricho encontramos que, nessa época:

(...) a revista passa por uma nova mudança gráfica e editorial (até mesmo o logotipo é modificado), para ficar mais moderna e atraente. O site passa a trazer conteúdos exclusivos para a internet e aumenta a possibilidade de interação com as leitoras (CAPRICH0, *on-line*).

A página do *site* da revista, em sua parte sobre história, caracteriza a Capricho

como uma marca presente em várias áreas da vida das adolescentes, visto que está “sempre buscando explicar o mundo de um jeito simples e divertido e oferecendo os serviços mais relevantes para as meninas de 13 a 17 anos” (CAPRICHU, on-line).

De acordo com o *site* PubliAbril (que mostra estatísticas sobre a publicidade da revista), hoje são mais de 2,6 milhões de leitoras por edição. Já o *site* *capricho.com.br*, segundo *Audiência Concorrência Mundial – ComScore 2012*, é o maior *site teen* do mundo, somando 4,9 milhões de *unique visitors* (número de visitantes individuais diferentes em 2012) e 65,7 milhões de *page views* (número de páginas visitadas no *site* nesse mesmo período).

O *site* é um verdadeiro portal de notícias, tal como UOL, Folha.com entre outros, reunindo diversos tipos de conteúdo: texto, vídeo, fotos, o que mostra a convergência dos meios. Como tal, exige constante atualização, diferenciando-se da Revista, que é publicada quinzenalmente. As leitoras podem ainda acessar os conteúdos através de dispositivos móveis, como o celular.

Podemos considerar a Revista Capricho como um *mix* de jornalismo e entretenimento, o que poderá contribuir, em parte, para a constituição da identidade do público adolescente. Sexo, amigos, namoro, futuro profissional, moda, música são alguns dos assuntos abordados na revista, voltada para um público que se encontra, ainda, numa fase de dúvidas e incertezas. Retomando o que é apresentado no *site* PubliAbril, a Capricho traz uma abordagem que “acolhe e, ao mesmo tempo, alerta e orienta a leitora, criando intimidade com o público”.

Assim, as leitoras irão se apropriar do conteúdo e das informações contidas na Revista de maneira ativa. Importante ressaltar que não há passividade na recepção desses conteúdos. Estes são apreendidos, problematizados em algum nível, e significados, de acordo com os padrões socioculturais do contexto em que público leitor está inserido, contribuindo, dessa forma, para um modo de pensar e fazer na adolescência. Assim, num processo de identificação, vai construindo sua própria identidade.

Para Ciampa (1994), a identidade não é somente o produto final, acabado, mas consiste em um processo que integra também as identificações e como estas se dão através dos comportamentos e das relações sociais.

Durante a adolescência, a filiação em grupos, fora do lar, atinge o auge. Ser aceito num grupo é usualmente considerado como algo de significação suprema. A capacidade para adaptar-se ao grupo social, na escola e na vizinhança é frequentemente de importância decisiva para o desenvolvimento harmonioso, da idade dos dez ou onze anos em diante (SANDSTROM, 1971, p.32).

De acordo com Bock, Furtado e Teixeira (2008), a identidade, é algo que delimita, que permite a distinção de uma unidade, ou seja, é nas relações com os outros, que é possível o reconhecimento de si. Nesse aspecto, a Revista Capricho reúne informações que têm como objetivo ir ao encontro das necessidades e aspirações de suas leitoras, que por sua vez aspiram a um “padrão Capricho de viver”.

Pode-se dizer, segundo Gruszynski e Chassot (2006), que a Capricho vende mais que uma revista, propõe um estilo de vida. Afirmar esta, que pode ser observada no fato de a marca Capricho estar licenciada para vários produtos de diferentes segmentos, como roupas (C&A), perfumaria (O Boticário), material escolar (Tilibra), entre outros. Dados disponíveis no site PubliAbril apontam que, em 2012, a Capricho vendeu mais de 12 milhões desses produtos.

Partindo desses conceitos, a Revista Capricho, publicada quinzenalmente, oferece um mundo próprio que, apesar de distante da realidade das leitoras (por tratar da vida das celebridades, principalmente em nível internacional), está ao seu alcance por meio de suas páginas recheadas de conteúdos e informações que chamam a atenção do público adolescente.

Em relação a esse processo de identificação dos leitores, Scalzo (2004) salienta que:

Revista é também um encontro entre um editor e um leitor, um contato que se estabelece, um fio invisível que une um grupo de pessoas e, nesse sentido, ajuda a construir identidade, ou seja, cria identidades, dá sensação de pertencer a um determinado grupo. Entre garotas, por exemplo, sabe-se que quem lê Capricho é diferente de quem não lê. O fato de ler a revista transforma as meninas num grupo que tem interesses em comum e que, por isso, comporta-se de determinada forma. Não é à toa que leitores gostam de andar abraçados às suas revistas – ou de andar com elas à mostra – para que todos vejam que eles pertencem a este ou àquele grupo. Por isso, não se pode nunca esquecer: quem define o que é uma revista, antes de tudo, é o seu leitor (SCALZO, 2004, p. 27).

Como é um produto cultural, a revista Capricho, desde sua fundação acompanha os costumes e tradições da sociedade na qual se encontra inserida. Isso pode ser notado quando se analisam suas primeiras edições, que davam grande destaque às fotonovelas, cujo tema principal eram os romances.

As mudanças socioculturais fizeram com que a publicação diversificasse os assuntos abordados. Atualmente, a revista apresenta, entre os destaques, assuntos ligados à moda e à beleza, celebridades e comportamento. A preferência por certos temas em relação a outros depende muito das pressões e expectativas da sociedade, por exemplo, questões como: *Quando perder a virgindade? Qual carreira seguir? Tomar a iniciativa na balada?*, entre outras questões recorrentes nas conversas das adolescentes e, conseqüentemente, na Revista.

Sandstrom (1971) busca explicar os motivos das diferenças comportamentais entre adolescentes da mesma idade, mas que vivem em contextos diferentes em termos psicológicos e a determinação sociocultural:

Termos psicológicos, cujas implicações são determinadas pela cultura em que vivemos, devem ser utilizados para descrever a duração da adolescência. Se o meio social permitir ao indivíduo que tome as responsabilidades e desempenhe a sua função de adulto numa idade mais cedo, a maturação é acelerada. Neste ponto, como em outras conexões, a maturação deve ser entendida como um conceito relativo, dado que se encontra relacionada com o tipo e grau de dificuldade das exigências feitas pela sociedade” (SANDSTROM, 1971, p. 36).

Cabe aqui uma ressalva em relação aos “ídolos” frequentemente retratados na Revista Capricho. As personalidades mostradas são aquelas que, de algum modo, estão em evidência na mídia, não importando sua área de atuação. Nesse cenário, ganham espaço figuras as mais diversas possíveis, do ator Zac Efron à funkeira Anitta. Em segundo plano, encontram-se assuntos que talvez sejam mais importantes para o futuro de uma adolescente, como o vestibular ou a escolha profissional.

Segundo Ciampa (1994, p. 59), “a identidade do outro reflete na minha e a minha na dele”. Partindo dessa premissa, a Revista Capricho utiliza-se da linguagem popularmente falada pelas adolescentes que formam seu público-alvo, visando a uma aproximação desse grupo. Desse modo, é possível também adaptar as informações em um formato atraente e até mesmo mais direto. Tal aspecto, em nossas análises, contribui ativamente na constituição da identidade das adolescentes.

Importante apontar, ainda, que a revista explora o uso de gírias não muito conhecidas de outras faixas etárias ou de outras pessoas mais distantes desse universo adolescente.

Além disso, os textos contêm palavras da língua inglesa como, por exemplo: *help, make it girl, teen, look, fake, junk food, team, half*, entre outros. Referências ao meio digital são constantes, seja por meio de abreviações de palavras (*brinks* no lugar de *brincadeira*) ou nomes próprios (*1D* no lugar de *One Direction*); uso de pontuações vinculadas a redes sociais (*#voceconsegue*) e outras que também simbolizam expressões faciais, como o sorriso [ :) ]. Interjeições são utilizadas, igualmente, para dar ênfase e fazer com que o texto se aproxime da linguagem oral e da cumplicidade com a leitora.

A chamada “Show da Poderosa” na capa faz referência a uma música da funkeira Anitta. Mas, no complemento da própria chamada, é possível entender que a matéria terá por assunto sugestões e dicas para a leitora sair à noite. Por outro lado, outra chamada da capa, destaca que a cantora mencionada foi entrevistada

pela Revista Capricho na matéria “É hora do show da poderosa”. Observa-se que a revista tem o cuidado de escolher suas chamadas de capa de uma maneira que forme uma unidade, usando palavras do mundo adolescente, sejam elas letras musicais ou gírias. Essa escolha permite que a Revista Capricho se apresente como um produto atual e atraente.

Observamos ainda que, quando o assunto em questão são as celebridades, a voz do texto passa para a primeira pessoa: “A história de Amor à Vida, da Globo, vai te conquistar. A novela, que promete falar muito de amor, tem gente que nós já amamos no elenco.” Para dar ênfase em algumas ideias, uma palavra mais relevante também pode ser escrita com separação de sílabas e/ou em caixa-alta (*MA-RA-VI-LHO-SO*).

Leontiev (1978, p. 268) destaca que “(...) o movimento da história só é (...) possível com a transmissão às novas gerações, das aquisições da cultura humana”. Reforçando essa afirmação, a presença da tecnologia na sociedade de hoje é nítida e, na Revista Capricho, não seria diferente. Por várias vezes, a publicação convida a leitora a acompanhar os conteúdos nas mídias disponíveis na *internet*, sejam elas as redes sociais ou mesmo o próprio *site* da revista. Não somente a *web* é explorada nesse sentido como também celulares, *iPads* e afins.

A revista Capricho abre bastante espaço para depoimentos, histórias, desabafos e dúvidas escritas e enviadas por suas próprias leitoras, mesmo que algumas delas sejam identificadas apenas por suas iniciais. Todas as vezes em que uma leitora tem sua fala divulgada na revista, a sua idade é sempre citada, podendo-se inferir que essa decisão editorial reforça ainda mais a identidade do público-alvo.

O conhecimento de si é dado pelo reconhecimento recíproco dos indivíduos identificados através de um determinado grupo social que existe objetivamente, com sua história, suas tradições, suas normas, seus interesses etc (CIAMPA, 1994, p. 64).

Nesse processo, a leitora pode se identificar como semelhante à outra garota de sua idade, que vive uma mesma situação.

Em relação ao projeto gráfico e a escolha das fotos, podemos começar pela análise da capa. Toda a revista investe em cores vibrantes e que remetem ao universo feminino, com predominância da cor rosa e do roxo. Esse aspecto pode ser observado até mesmo nos anúncios publicitários.

A tipografia, assim como o tamanho das letras, é bastante diversificada, o que dá um aspecto mais jovem à publicação e ajuda a dar mais dinâmica à leitura. O que chama a atenção é o uso do estilo cursivo em algumas palavras, destacando aqui

que, os “chapéus” das matérias e seções são todos escritos dessa forma, o que acaba conferindo um ar mais delicado e que aproxima a revista a um diário ou caderno.

Nas matérias mais extensas, também se observa o uso de grafismos, ou seja, tipografias mais elaboradas, acompanhadas de pequenos desenhos, como estrelas, corações, sombreados e linhas curvas.

A junção da diagramação e das imagens forma um conjunto harmônico, em sua maioria leve e de rápida leitura, uma vez que os textos da revista são quase sempre curtos. As ilustrações não aparecem de forma tão frequente, visto que a revista privilegia o uso de fotos, mas quando usadas são bem coloridas e alegres e cumprem seu papel representativo.

Toda essa preocupação com o projeto gráfico da revista confere a ela e a suas leitoras, um estilo próprio, uma identidade editorial, uma visão do que é ser uma adolescente.

A principal função do projeto gráfico é de conferir unidade e refletir a personalidade da publicação. Neste sentido, três são os elementos principais, o grid, a tipografia e as ilustrações ou imagens (GRUSZYNSKI; CHASSOT, 2006).

Um dos pontos fortes da revista são as fotos, sejam de roupas, acessórios, penteados e maquiagens ou de pessoas famosas, modelos e até de leitoras da Revista Capricho. A diagramação, através da sobreposição de imagens ou do tamanho reduzido de algumas delas, permite que várias fotos sejam encaixadas numa mesma página, de modo que a compreensão da mensagem, como um todo, não fique prejudicada.

Para reforçar um dado ou ideia e proporcionar maior intimidade com a leitora, ao lado de algumas fotos aparecem pequenos textos escritos em letra cursiva, como se tivessem sido rabiscados na revista. Esse recurso serve para destacar uma informação e seu conteúdo interage diretamente com a leitora, através do uso de pronomes possessivos. Por exemplo, em uma matéria que apresenta muitas fotos de pessoas famosas usando grampos de cabelo, logo abaixo dessas imagens, há uma lista de produtos (com fotos), entre eles grampos coloridos que, por sua vez, têm ao seu lado a seguinte frase destacada: “Seus bffs!”.

Todas as fotos de produtos presentes na revista vêm acompanhadas de suas respectivas marcas e preços. Vale destacar que ao lado do índice, a revista traz uma lista com os contatos de todas as marcas dos produtos que aparecem na edição.

As cores nas fotos, assim como na tipografia e nas imagens, são vibrantes, de forma a passar um aspecto jovem e alegre. Com exceção das matérias de moda e beleza, a qualidade das imagens não é tão boa, mas esse fator não compromete o visual da revista, uma vez que, essas fotos são usadas em tamanho reduzido. Algumas

delas são, até mesmo, retiradas das redes sociais das celebridades, como o *Instagram*, *Twitter* e *Facebook*. Nesse ponto, usando essas fotos mais íntimas dos ídolos das leitoras, a revista reduz o distanciamento que a fama potencializa. Essas imagens quebram, em parte, a ilusão de que esses artistas não fazem as mesmas coisas que seus fãs, no cotidiano.

Como afirma Ciampa (1994, p. 63), “(...) diferença e igualdade (...) é uma primeira noção de identidade”. No caso da Revista Capricho, a identificação dos fãs se dá num primeiro momento ao observar as diferenças e procurar uma aproximação, mas se reforça ao conhecer também o que o torna parecido com seus ídolos. Um exemplo é a matéria principal, sobre a cantora norte-americana Demi Lovato que traz várias fotos postadas por ela na rede social Twitter. É possível observar, nessas fotos, que a cantora aparece sem maquiagem, cozinhando, fazendo careta e pulando numa piscina de roupa. Quando imagens da *internet* são usadas, como nesse caso, a foto perde muito de sua qualidade, apesar disso, o valor de informação e de identificação que elas agregam à revista supera essa perda.

Em relação às Seções da Revista, está o índice, que se refere a um chamado de “busca” e escrito em letra cursiva, numa alusão dupla à *internet* e aos cadernos escolares. Nele encontramos cinco seções: *Famosos*, *Moda e Beleza*, *Pôster*, *Você e Diversão*. Antes do início da seção *Famosos*, há duas subseções: o editorial, chamado de *oi da editora* e *diz aí*. Esse último é basicamente um espaço dedicado às leitoras, onde suas dúvidas, opiniões e fotos podem ser publicadas. Essa subseção também mostra um pouco do dia a dia da redação da Revista Capricho, suas erratas e resultados de enquetes feitas na página do *Facebook* da Revista. Visto que a seção *Pôster* traz apenas uma foto de duas páginas de uma celebridade do momento, analisaremos somente, as outras quatro seções:

**a) Seção *Famosos*:** começa com a coluna *cliques*, que traz ‘flagras’ ou fotos de celebridades em situações inusitadas, acompanhadas de um breve texto explicativo. Algumas fotos dessa coluna foram retiradas da rede social *Instagram* e há predominância dos artistas internacionais sobre os brasileiros. Nessa edição, das dez fotos da coluna *cliques*, apenas duas traziam celebridades nacionais.

Muitos dos famosos que aparecem na Revista Capricho não têm tanto espaço em outros veículos de comunicação brasileira, ou seja, aquelas mídias que não estão voltadas para o público adolescente.

Na seção ainda se observa notas sobre fofocas (término ou início de relacionamento amoroso dos artistas, mudanças de corte de cabelo das famosas, entre outros assuntos).

Há um espaço dedicado somente à música, com entrevistas, lançamentos de discos, sugestões de novos artistas e até a *playlist* de um artista dentro de um quadro

que faz referência a um celular *touch screen*. Logo em seguida, há uma subseção sobre cinema e televisão, que segue o mesmo modelo do espaço reservado à música. Apesar do foco aqui também ser aos atores internacionais, as telenovelas brasileiras também são retratadas, mas com um enfoque muito maior para os atores e atrizes admirados pelas leitoras, do que para o enredo da novela em si. Mesmo em outras faixas etárias, o público feminino das novelas é grande desde o início de suas transmissões, mas, como apontado acima, a Revista Capricho coloca em evidência, para as suas leitoras, os artistas envolvidos.

Duarte (2004, p. 56) afirma que “(...) no significado de um objeto ou fenômeno cultural está acumulada a experiência histórica de muitas gerações”. Ou seja, há uma mudança de comportamento através das gerações em relação às novelas, ainda que o costume de assisti-las permaneça.

As matérias mais longas são as entrevistas com a cantora Demi Lovato e a atriz Bella Thorne. Tanto na capa, quanto nas fotos da matéria principal, a cantora Demi Lovato aparece pouco maquiada e essas imagens dão a impressão de não terem sido retocadas digitalmente. O texto da repórter dá a impressão de que ela é uma fã da cantora e, por meio das perguntas e respostas, nota-se uma mensagem de superação e aceitação. Esses aspectos são trazidos à tona por conta do passado recente da cantora, que sofreu de bulimia, mas depois, assumiu seu peso e formas do corpo. A entrevista toda é levada em ritmo de conversa e foca principalmente no sentido das letras da artista, que em grande parte tratam da superação de problemas pessoais ou desilusões amorosas, e na busca da aceitação do próprio corpo.

Já a entrevista com a atriz Bella Thorne (15 anos) trata de assuntos sérios como dislexia e *bullying*. A mesma repórter da entrevista anterior faz uma introdução de forma a aproximar as leitoras do cotidiano da entrevistada.

Uma infografia mostra outros aspectos da intimidade de Bella, mais especificamente sobre o que ela tem em seu *iPhone*, como músicas mais ouvidas ou fundo da tela. Mais uma vez, a mensagem em evidência é a de superação, visto que, apesar da dislexia, Bella é atriz, cantora e está escrevendo um livro para inspirar quem também sofre com o mesmo problema.

b) **Seção *Moda e Beleza***: seção mais extensa da revista, com 30 páginas (excluindo os anúncios publicitários). Nesta, estão as fotos com maior qualidade, produção e tamanho. Celebidades, modelos e as próprias leitoras figuram nas montagens de roupas, maquiagens e penteados. A apresentação dessas roupas, acessórios etc, vem quase sempre, acompanhada de uma foto de uma mulher famosa, que não

necessariamente se enquadra na faixa etária do público-alvo da *Capricho*. Pode-se deduzir que as adolescentes buscam amadurecer mais rápido, ao menos, no seu aspecto visual.

De acordo com Sandstrom (1971), o uso de produtos cosméticos e os trajes, acessórios imprimem uma ideia de que os jovens crescem mais cedo, não implicando, tal fato, que sejam plenamente aceitos na sociedade adulta.

Importante destacar que a revista traz uma adequação de uma tendência da moda para diferentes tipos de corpo, como na subseção como usar, que na edição analisada, apresenta os estilos de saia de couro mais indicados para meninas com quadril largo, pernas grossas e quadril estreito.

c) Seção *Você*: aborda assuntos ligados ao comportamento, entre eles, conquistas amorosas, como lidar com a timidez, futuro profissional e sexo. Este último não é abordado de forma profunda. A revista traz estatísticas e depoimentos de leitoras e responde às suas dúvidas. É interessante ressaltar que na seção *Você*, a *Capricho* apresenta a opinião de alguns garotos sobre relacionamentos amorosos.

As revistas brasileiras adolescentes, de um modo geral, se utilizam muito do recurso “teste”, em que as leitoras respondem a perguntas que têm o intuito de aumentar o seu autoconhecimento. Na revista *Capricho* pesquisada, somente dois testes foram publicados. Apesar disso, a única matéria sobre futuro profissional é justamente um teste, que se estende por quatro páginas, com 24 perguntas.

Na subseção terapia de grupo, duas leitoras falam de suas experiências para superar a timidez, tentando ajudar uma terceira leitora que, nesse caso, “pautou” a matéria. E em destaque, há o parecer de uma psicóloga sobre o tema.

d) Seção *Diversão*: utilizando-se novamente do recurso de remeter o texto à *internet*, a maior subseção é nomeada de *favoritos*, trazendo dicas de música, cinema, séries televisivas, livros etc.

Tecnologia e ciência não são assuntos abordados a fundo na Revista *Capricho*. No entanto, por fazer associações com a *internet*, está indiretamente tocando no assunto. Na subseção *alguém me explica*, a revista traz uma explicação um pouco mais aprofundada sobre o que seria a tecnologia 4G.

Novamente colocando em evidência sua leitora, a *Capricho* divulga, na subseção *micos*, situações engraçadas e divertidas das adolescentes, identificadas por suas iniciais e idade.

Como afirma Ciampa (1994, p.60), “Todos nós (...) somos os personagens de uma história que nós mesmos criamos, fazendo-nos autores e personagens ao mesmo tempo”.

Na mesma página, a *Coluna do Jerri*, trata de um assunto que, nesta edição, fez menção a uma edição anterior. O tema é os... *Outros garotos de sua vida!* Um dos personagens satirizados pelo colunista é o suposto irmão da leitora. “O irmão (...) um pentelho que faz você desejar, todo dia, ser filha única. (...) dá pra colocar a culpa nele. Especialmente se ele for mais novo do que você. Como superar: fugindo de casa” (CAPRICHOS, 2013).

Ressalta-se, que este é o único momento, nesta revista, em que a família é citada de forma direta e, ainda assim, ela é apresentada de uma maneira cômica, até mesmo negativa.

A pressão social exercida por uma série de grupo, particularmente dos jovens da mesma idade, faz com que aos 15 anos o adolescente esteja pronto a sacrificar sua independência. Então, o grupo familiar terá de sofrer. A intenção não é rejeitar a família, mas agir independentemente dela aumenta e preserva o seu prestígio entre os companheiros de sua própria idade (SANDSTROM, 1971, p. 34).

Nas últimas páginas, a revista traz o horóscopo dos próximos quinze dias e encerra com uma crônica escrita por uma leitora acima de quinze anos, como indica o nome da subseção: *depois dos quinze*.

Como podemos observar nesta análise do conteúdo da Revista Capricho, e respaldadas pelos textos estudados (BOCK; FURTADO; TEIXEIRA, 2008; CIAMPA, 1994; DUARTE, 2004) a Revista tem um lugar importante na vida das adolescentes, que a partir de identificações, buscam nesta publicação uma aceitação do modo de ser, de vestir-se, de comportar-se e quais lugares “deverão” frequentar.

A divisão meticulosa das Seções da Revista, com temas de interesse da adolescente e o uso de cores vibrantes na grafia ou nas fotografias chama a atenção do desse público leitor, para detalhes, e assim compor seu estilo, construindo sua identidade do que é ser adolescente.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do estudo dos textos e da análise do conteúdo da Revista Capricho, foi possível perceber que esta apresenta uma contribuição importante na constituição da identidade da adolescente.

Baseada no conceito culturalmente difundido de que, para uma garota de cerca de quinze anos, o mais importante é estar bonita, a revista investe pesado em moda e beleza.

A vida das celebridades também é muito explorada. As fotos, algumas delas tiradas por amigos íntimos das celebridades, trazem mais para perto o sonho de muitas leitoras da Revista Capricho: estar perto de seus ídolos e até mesmo ser como eles.

A Revista cria uma relação direta com seu público leitor, chamando-os de “você”, consolidando uma relação mais íntima com a adolescente.

O fato de a Revista ter uma marca própria de produtos acaba por reforçar a construção de uma identidade do que é ser adolescente.

Mas algumas indagações ficam presentes ao concluir este estudo, que poderão servir de ponto de partida para análises mais aprofundadas: até que ponto, estabelecer conceitos de moda, beleza e comportamentos resiste às rápidas mudanças da sociedade e de seus padrões culturais? Ainda mais porque seu público leitor está de passagem por um estágio de seu desenvolvimento, marcado por incertezas e dúvidas, clamando por soluções mágicas e urgentes.

Cabe aqui outra indagação: após passar pelo período turbulento da adolescência, as leitoras reconhecerão em si alguma característica de que se apropriaram durante o período em que buscavam respostas na Revista? Será que irão reconhecer a importância da Revista Capricho na construção de sua identidade?

Sendo este um estudo realizado no curso de Jornalismo, julgamos importante destacar a influência desse profissional na vida das pessoas e na construção de sua identidade. Pode-se afirmar que uma de suas principais funções é sensibilizar um público específico, a partir das informações que apresenta. Assim, oferece à sociedade, ferramentas que podem servir para a manutenção da estrutura sociocultural vigente ou sua completa transformação, o que envolve uma atitude ética e responsável.

## REFERÊNCIAS

BOCK, FURTADO E TEIXEIRA, A. M. B.; FURTADO, O; TEIXEIRA, M. L. T. **Psicologias**: uma introdução ao estudo de psicologia. São Paulo: Saraiva, 2008.

CAPRICHOS. Revista Capricho. Edição 1175. São Paulo: editora Abril, ano 65, n. 10, p. 1-84, 19 mai. 2013.

CIAMPA, A. C. Identidade. In: LANE, S. M. T. et al. **Psicologia Social: o homem em movimento**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

DUARTE, N. A formação do indivíduo, consciência e alienação: o ser humano na psicologia de A. N. Leontiev. in **Cadernos Cedes**, Campinas, vol. 24, n. 62, p.44-63, 2004. Disponível em: <http://www.cedes.unicamp.br>. Acesso em: 14 mai 2013.

GRUSZYNSKI, A.C; CHASSOT, S.S. O projeto gráfico de revistas: uma análise dos dez anos da Revista Capricho. **Conexão de Comunicação e Cultura**, UCS. Caxias do Sul, v. 5, n. 10. Jul./dez, 2006. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/viewFile/215/206>. Acesso em: 12 mai. 2013.

LEONTIEV, Alexis. **O desenvolvimento do psiquismo**. Lisboa: Horizonte, 1978.

SANDSTROM, C. I. **A psicologia da infância e da adolescência**. Rio de Janeiro: Zahar, 1971.

SCALZO, M. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2004.

CAPRICHOS. Revista Capricho. Disponível em: <<http://capricho.abril.com.br/revista/historia.shtml>> Acesso em: 27 mai. 2013.

PUBLIABRIL – Publicidade das marcas Abril. Disponível em: <<http://publicidade.abril.com.br/homes.php?MARCA=9>> Acesso em: 27 mai. 2013.