

EDITORIAIS DE REVISTAS DE MODA: UMA BREVE ANÁLISE SOBRE SUA COMPOSIÇÃO TEXTUAL

Bruna Cristina Freitas Ferreira¹

"O estilo resume-se simplesmente à descoberta de quem é e de quem quer ser no mundo. Espero que escolha ser fabulosa, audaz, divertida, inspirada e igual a si própria." (Nina Garcia)

RESUMO

Neste artigo, propusemo-nos a fazer uma análise de aspectos macro e microestruturais de editoriais de revistas de moda. Para essa análise, estabelecemos uma breve contextualização entre os editoriais de um jornal de grande circulação, um periódico político e uma revista de moda. Em um primeiro momento, abordamos a questão dos gêneros do discurso, a partir de Bakhtin e de Marcuschi. Em um segundo momento, estabelecemos uma contextualização entre os diferentes editoriais e, por fim, realizamos a análise do editorial de uma revista de moda, ressaltando suas principais características e a sua função social.

Palavras-chave: Editorial. Revista de Moda. Macroestrutura e Microestrutura.

ABSTRACT

In this article, we've proposed to do an analysis of macro and microstructural aspects of fashion magazines editorials. In this sense, we established a brief background between the editorials of a major newspaper; a political journal and a fashion magazine. At first, we discussed the issue of speech genres, from Bakhtin and Marcuschi. Then, we establish a context between different editorials and finally we analyzed a fashion magazine editorial, highlighting its main characteristics and its social function.

Keywords: Editorial. Fashion magazine. Macrostructure and microstructure.

¹ Graduando do curso de Letras – Tecnologias de Edição - CEFET/MG.

INTRODUÇÃO

Os gêneros textuais estão presentes em todas as esferas da atividade humana. Considerados como fenômenos históricos, estão diretamente relacionados à vida social e à cultura. Seu surgimento está relacionado às necessidades das atividades socioculturais e às inovações tecnológicas. Segundo Marcuschi (2002), os gêneros se caracterizam muito mais por suas funções comunicativas, cognitivas e institucionais do que por suas características linguísticas e estruturais.

De acordo com Bakhtin (1997), a riqueza e a variedade dos gêneros são infinitas, isso ocorre pelo fato de a variedade virtual da atividade humana ser inesgotável, ou seja, os gêneros apresentam entre si uma diferença essencial que deve ser levada em conta. Dessa forma, os gêneros se diferenciam como primários e secundários.

Os gêneros primários são considerados simples, pois ocorrem de maneira espontânea e na forma oral, normalmente encontrados no desenvolvimento do diálogo cotidiano. Os gêneros secundários, por sua vez, são considerados complexos, ocorrendo na forma escrita, sendo representados pelos romances, artigos científicos, entre outros. Nas palavras de Bakhtin,

A inter-relação entre os gêneros primários e secundários de um lado, o processo histórico de formação dos gêneros secundários do outro, eis o que estabelece a natureza do enunciado (e, acima de tudo, o difícil problema da correlação entre língua, ideologias e visões de mundo) (BAKHTIN, 1997, p.283).

Marcuschi (2002) afirma como pressuposto básico que é impossível de se comunicar verbalmente a não ser por algum gênero, assim como é impossível se comunicar verbalmente a não ser por algum texto (2002, p.22). Nesse contexto, a língua é tida como uma forma de ação social e histórica que constitui a realidade. No ensino, ainda há uma grande dificuldade ao se trabalhar com gêneros textuais que, normalmente, são confundidos com tipos textuais. Por isso, é importante que os conceitos de gêneros textuais, tipos textuais e domínio discursivo fiquem claros. Marcuschi (2002) define que a noção de gêneros textuais é usada para se referir a textos materializados que encontramos no dia a dia e que apresentam

características sociocomunicativas definidas pelo seu conteúdo, propriedades funcionais, estilo e estrutura composicional. Os tipos textuais, por sua vez, abrangem cerca de meia dúzia de categorias que são conhecidas como dialogal, narração, injunção, descrição, argumentação, exposição. E o domínio discursivo é utilizado para designar uma esfera ou instância de produção discursiva ou da atividade humana. Os domínios não são discursos nem textos, mas propiciam o surgimento de discursos específicos. Dessa forma,

Os gêneros são, em última análise, o reflexo de estruturas sociais e recorrentes e típicas de cada cultura. Por isso, em princípio, a variação cultural deve trazer consequências significativas para a variação de gêneros, mas este é um aspecto que somente o estudo intercultural dos gêneros poderá decidir (MARCUSCHI, 2002, p.32).

Selecionamos para análise o gênero textual editorial, mais especificamente o editorial de revistas de moda. Antes de explorar esse editorial, faz-se necessária uma breve contextualização dos editoriais presentes em jornais de grande circulação, em periódicos políticos e em revistas de moda. Os periódicos selecionados foram *Estado de Minas*, jornal de grande circulação, *Carta Capital*, periódico político, e as revistas femininas *ELLE*, *Glamour* e *Marie Claire*, revistas de moda. Costa (2008) define editorial, como

texto de opinião em que se discute uma questão/assunto ou acontecimento relevante – local, nacional ou internacional – relativo ao imediato. De estilo impessoal, apresenta o ponto de vista do jornal, da empresa jornalística ou do redator-chefe, da emissora de rádio ou televisão ou do responsável pelo programa e não vem assinado, diferentemente dos artigos de opinião. É também conhecido como artigo de fundo. Geralmente circula em página nobre do jornal, chamada página editorial, com outros gêneros (charge, artigo...) por representar a opinião independente e autônoma de diretores e editorialistas. Em casos especiais, quando o tema é de suma relevância, o editorial pode aparecer na primeira página do jornal. Quanto ao estilo, o editorial, uma espécie de ensaio curto, possui traços peculiares: breve sempre, mas equilibrado, denso ou leve, conforme a linha ou o próprio “estilo” do veículo jornalístico (COSTA, 2008, p.109-110).

Costa reconhece a diferença entre os editoriais e define o editorial de moda

Trata-se de um artigo opinativo, segue a mesma linha do editorial de qualquer veículo de comunicação. Mas como circula em revista especializada, traz pontos de vista do editor ou equipe de editores sobre tendências atualizadas de vestuário, comportamento, estilo, lançamentos etc. da moda (COSTA, 2008, p.110).

Pertencente também ao gênero jornalístico, o editorial que encontramos em jornais de grande circulação apresenta algumas diferenças que devem ser ressaltadas. O editorial de um jornal consiste em um texto que expressa a opinião do jornal no qual está sendo vinculado. Apresenta uma linguagem enfática, evita a ironia exagerada. Aborda de maneira concisa o tema que será tratado, desenvolvendo argumentos que o jornal defende, refutando opiniões que são opostas as do jornal.

São publicados normalmente no primeiro caderno e não são assinados. O seu foco é direcionado para os temas mais recorrentes na sociedade e que serão mais explorados nas reportagens de maior destaque do dia. Isso se deve ao fato de o jornal apresentar diversos cadernos, caso contrário, se o editorial fosse direcionado apenas para a matéria de mais destaque, seria necessário um editorial para cada caderno.

O editorial presente em um periódico político, por sua vez, diferencia-se no fato de vir assinado e direcionar o leitor para a matéria de maior destaque da edição, no periódico, isso é possível por dois motivos, o primeiro é a questão do tempo (geralmente semanal ou mensal) que se tem para produzir um periódico em relação ao jornal e o segundo é o fato de o periódico representar um caderno, que apresenta uma matéria de destaque, que também vem normalmente indicada na capa, e matérias de menor relevância.

Os exemplares selecionados foram o editorial do *Jornal Estado de Minas*, sábado, 20 de junho de 2015. E o periódico político foi o semanário *Carta Capital*, publicado em 01 de junho de 2015 - versão *online*. No quadro abaixo, explicitamos as características de ambos exemplares, disponíveis integralmente nos anexos I e II.

Quadro I

| Jornal Estado de Minas | Carta Capital |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Linguagem clara e objetiva;• Não vem assinado;• Apresenta a opinião do jornal;• Apresenta um título;• A seção é intitulada editorial; | <ul style="list-style-type: none">• Linguagem clara e objetiva;• É assinado, nesse caso quem assina é Mino Carta, editor chefe do periódico;• Apresenta a opinião de quem |

| | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Situa o leitor sobre o tema de maior destaque da edição. | <ul style="list-style-type: none">• assina ou do periódico;• Apresenta um título;• A seção é intitulada editorial;• Direciona o leitor para a matéria de maior destaque da edição. |
|--|---|

Por sua vez, o editorial de revistas de moda apresenta algumas peculiaridades em relação aos citados anteriormente. Antes de prosseguir com a abordagem sobre esse gênero textual, é necessário especificar a diferença entre um **editorial de moda** e um **editorial de uma revista de moda**. Os editoriais de moda consistem, normalmente, em ensaios fotográficos que têm como objetivo divulgar uma nova coleção de uma marca, ou seja, seu foco é a propaganda e a divulgação.

Os editoriais de uma revista de moda, no entanto, são um texto que ocupa a seção do editorial da revista e, normalmente, vem assinado pela editora-chefe. Apresenta uma linguagem com traços de oralidade, cria mecanismos de aproximação com o público-alvo, buscando estabelecer um diálogo entre a revista e suas leitoras, como um papo entre amigas. Normalmente, direciona as leitoras para as matérias de destaque da edição. O nome dado à seção também é convidativo, o que faz com que as leitoras se sintam mais próximas, mais íntimas.

Por estarem vinculados a revistas que têm como tema dicas de moda e estilo, *lifestyle* e tudo que permeia o mundo feminino, esses editoriais sempre trazem a foto, seja de corpo inteiro ou da cintura para cima, da editora-chefe. O intuito é mostrar como ela está bem maquiada e estilosa, coerente com o tema da revista que ela comanda. Por ser uma revista que tem como objetivo aproximar e descontrair suas leitoras, essas revistas apresentam uma escrita mais leve e com traços de oralidade. Isso também se reflete nos editoriais, o que já se constitui uma diferença em relação ao editorial de periódico político e ao editorial de jornal.

A partir dessa característica, os editoriais de revistas de moda podem apresentar também uma intergenericidade, o que consiste na fusão de diferentes gêneros para cumprir um determinado propósito comunicativo. Um exemplo é a revista *Glamour*, maio de 2015, edição nº38, anexo III, na qual a seção editorial vem intitulada de *Carta da Môni*, e por ser o mês das mães, ela escreve uma carta para a

sua avó, porém, antes de escrever a sua carta, ela informa às leitoras que a edição está cheia de matérias temáticas sobre o dia das mães e que, na página 100, mulheres famosas fazem homenagens para suas mães.

Na revista *ELLE*, maio 2015 edição 324, ano 27, anexo IV, edição especial de aniversário, a seção do editorial quem vem intitulada *Carta da Diretora*, estabelece um diálogo com suas leitoras sobre estilo e a diversidade da beleza brasileira. Além disso, a edição traz uma capa espelhada para que suas leitoras sintam a sensação de ter sua imagem refletida na capa da sua revista predileta. Com um *design* gráfico impecável, a edição ainda utiliza os recursos tecnológicos, como aplicativos, para aproximar suas leitoras, fazendo com que elas se sintam cada vez mais próximas do universo da revista.

Na revista *Marie Claire*, maio 2015 edição, nº290, anexo V, representa-se um exemplo prototípico de um editorial de revista de moda. A seção intitulada *Primeira Palavra*, assinada pela editora-chefe, direciona a leitora para as matérias de maior destaque da edição. Além da imagem da editora-chefe, há também imagens das matérias que são citadas no texto, o que desperta ainda mais a curiosidade da leitora. No quadro abaixo, explicitamos as principais características de um editorial de revista de moda.

Quadro II

| | Características |
|-------------------------------------|--|
| Editorial de revista de moda | <ul style="list-style-type: none">• Linguagem com traços de oralidade;• Assinatura da editora-chefe;• Presença não obrigatória de título;• Direcionamento das leitoras para matérias de destaque da edição;• Nome criativo para a seção (traço facultativo);• Relações com outros gêneros (elemento não obrigatório). |

ANÁLISE

Para a análise da microestrutura textual, escolhemos o editorial da revista *Marie Claire*, anexo V, pelo fato de representar um exemplo prototípico de um editorial de uma revista de moda. Para tal análise, é necessário que, primeiramente, abordemos o conceito de textualidade. Segundo Costa Val (2004), textualidade é um princípio geral que faz parte do conhecimento textual dos falantes o qual eles aplicam em todas as produções que ouvem, falam ou escrevem, criando um conjunto de fatores capazes de textualizar suas produções. A textualidade não é algo que está presente no texto, mas é um componente do saber linguístico dos falantes que é construída processualmente.

Buscamos analisar o elemento de coesão textual, que é definido por Koch (1989) como um conceito que diz respeito a todos os processos de sequencialização que assegura uma ligação entre os elementos que se encontram na superfície textual. Marcuschi (2008, p.108), por sua vez, afirma que há cinco grandes mecanismos de coesão, que são eles: "referência (pessoal, demonstrativa, comparativa), substituição (nominal, verbal, frasal), elipse (nominal, verbal, frasal), conjunção (aditiva, adversativa etc.) e coesão lexical (repetição, sinonímia, colocação etc.)".

Segundo Koch (2009), além da coesão lexical, há também a coesão sequencial que pode ser definida como

Procedimentos linguísticos por meio dos quais se estabelecem, entre segmentos do texto (enunciados, partes de enunciados, parágrafos e mesmo sequências textuais), diversos tipos de relações semânticas e/ou pragmático-discursivas, à medida que se faz o texto progredir esta interdependência é garantida, em parte, pelo uso dos diversos mecanismos de sequenciação existente na língua e, em parte, pelo que se denomina progressão tópica (KOCH, 2009, p.39-40).

Para análise, optamos pela coesão lexical e pela coesão sequencial. A editora-chefe abre o seu texto, relatando um fato que aconteceu em sua vida pessoal, que foi a despedida de uma amiga, que era a editora-chefe da revista. Para situar sua leitora, a editora-chefe fala de maneira breve acerca do preconceito que tinha em relação à revista e relata que foi com sua amiga e anterior chefe que

deixou seus "pré-conceitos" de lado, e passou a fazer um trabalho no qual buscava ganhar a confiança de suas leitoras e, dessa forma, teria as melhores declarações delas.

A autora do texto faz essa contextualização, para poder direcionar sua leitora para as três principais matérias da edição. Além de contextualizar sua leitora, a autora enfatiza a credibilidade da revista, pois reafirma que a revista não trata somente de temas fúteis como muitos acreditam, mas traz histórias de mulheres que passaram por momentos difíceis e batalharam para chegar ao topo. Essa estratégia faz com que a leitora tenha uma compatibilidade com a revista, inspire-se e sinta-se como se estivesse falando com uma amiga próxima. Para reafirmar essa proximidade entre revista e leitora, há no texto traços de oralidade.

De acordo com a tabela a seguir, podemos observar a composição da coesão sequencial e da coesão referencial no editorial da revista Marie Claire.

TABELA - COESÃO REFERENCIAL

| Mecanismo | ESPECIFICAÇÃO | Editorial Revista Marie Claire |
|-------------------|--|---|
| Referência | Anáfora pronominal | Uso do pronome SUAS que remete a mulheres: "(...) Mariana, simplesmente ouvimos as mulheres e contamos suas histórias." |
| Referência | Anáfora pronominal (preposição de + pronome pessoal ele para retomar o termo masculino "look") | Elipse do termo "look" na oração: "Hoje Angela não apenas aceita o novo look como gosta dele (...)". |
| Mecanismo lexical | Hiponímia/hiperonímia | "Outras duas matérias deste mês contam histórias surpreendentes e desafiam os preconceitos. Em "As Rainhas da Erva" (...). Já a entrevista do mês com a funkeira Valeska Popozuda (...)". |

TABELA - COESÃO SEQUENCIAL

| Mecanismo | Exemplo no editorial da Revista Marie Claire |
|-----------------------|---|
| Conjunção aditiva | "Lá, são as mulheres - em sua maioria jovens, bonitas e bem-sucedidas - que mais plantam, colhem e vendem a substância". |
| Conjunção adversativa | "Não vou contar tudo para não estragar a surpresa, mas adianto que Valeska (...)". |
| Conjunção explicativa | "Hoje sei o quanto ela tinha razão, e esta edição que você tem em mãos é um reflexo disso". |

O uso desses recursos linguísticos reforça a ideia apresentada anteriormente, que o editorial tem como objetivo principal direcionar a sua leitora para a/as matéria(s) de destaque do mês. A autora do texto, levanta aspectos no intuito de

desperta a curiosidade de quem ler. Além disso, esses recursos linguísticos fazem com que o texto fique consistente e cumpra sua função e objetivo.

CONCLUSÃO

A partir das análises realizadas, percebemos que os editoriais de revistas de moda, mesmo pertencendo ao domínio jornalístico, apresentam algumas características que os diferenciam dos editoriais presentes em jornais de grande circulação ou em periódicos políticos. Essas características fazem com que o editorial de revistas de moda se torne mais livre e se aproxime cada vez de seu público-alvo.

De acordo com Bakhtin (1997), cada gênero pertence a uma esfera da atividade humana e apresenta um objetivo específico. No caso do editorial de revista de moda/feminina, ele pertence à esfera feminina, pois é um texto veiculado em uma revista voltada para o público feminino e tende a buscar uma aproximação e uma identificação com as leitoras, seja direcionando-as para uma matéria específica ou fazendo com que elas se sintam presentes na revista de que elas gostam, por meio da história que é revelada no editorial ou em alguma matéria da revista.

A análise realizada neste artigo teve como objetivo verificar como se dá a construção gênero editorial de revista de moda e qual a sua função social, especificamente, em relação ao seu público-alvo que, no caso do *corpus* escolhido, é o público feminino. Ao compararmos esse editorial com os editoriais de um jornal de grande circulação e de um periódico político, percebemos que os elementos de base para a construção do gênero são semelhantes, o que possibilita a identificação das funções do texto. Entretanto os editoriais de revista de moda apresentam uma abordagem de estilo mais autônoma e mais irreverente, devido à liberdade, possível ao suporte (revista feminina), na constituição da linguagem.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. Trad. Maria Ermantina Glavão G. Pereira. 2. Ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

COSTA, S., R. **Dicionário de Gêneros Textuais**. Ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

COSTA VAL, M da G. Texto, textualidade e textualização. IN: CECCANTINI, J. L. Tápias; PEREIRA, Rony F.; ZANCHETTA JR., Juvenal. **Pedagogia Cidadã: cadernos de formação**: Língua Portuguesa. V. 1. São Paulo: UNESP, Pró-Reitora de Graduação, 2004. P. 113-128.

KOCH, I., G., V. **Introdução textual: trajetória e grandes temas**/Ingedore Grunfeld Villaça Koch. – 2. ed. - São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009. - (coleção linguagem).

MARCUSCHI, L., A. Gêneros Textuais: definição e funcionalidade. IN: DIONÍSIO, A., P. et al. (org.) **Gêneros textuais e ensino**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002, p.19-36.

MARCUSCHI, L., A. **Produção textual - análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

Enviado em 06 de julho de 2015.

Aceito em 18 de outubro de 2015.

ANEXOS

Anexo I



Editorial do Jornal

Estado de Minas, sábado, 20 de junho de 2015.

Anexo II

Política

Editorial

Caras de pau-brasil

por Mino Carta — publicado 01/06/2015 05h06

Foi preciso que o FBI entrasse em cena para desencadear o escândalo do futebol.

Porque, se dependesse do governo, da mídia, dos torcedores... Bem, deixemos para lá



José Maria Marin foi detido na Suíça

O mundo se curva, o Brasil *docet*, diriam os antigos romanos. Ensina, leciona de cátedra. Não somos por acaso o país do futebol, a pátria de chuteiras. Em matéria, há tempo deixamos de ser os reis da bola, somos, porém, imbatíveis no gramado da corrupção.

Tudo escancarado há mais de 40 anos, sem ser denunciado e punido. A imponente mazela perpetrada em todos os campos do futebol nativo, a falcatrua constante, o engodo feroz, são vergonhosamente ignorados até pela mídia, esportiva ou não, com raríssimas e digníssimas exceções. Quando não são secundados, ou mesmo incentivados.

Tudo começa, no plano internacional, com João Havelange, dono da Fifa desde 1974, e chega agora a José Maria Marin. Na origem e no desenvolvimento os protagonistas nativos campeiam, graças à inestimável contribuição, com efeitos determinantes no cenário nacional por uma época farta, de Ricardo Teixeira, antecessor de Marin, auto exilado, para

salvar a pele, em Boca Raton, paradeiro de nome bastante persuasivo. Nem por isso, seguro, a esta altura do campeonato.

Criatura de Havelange, de quem já foi genro, Teixeira corre riscos até ontem inesperados: entrou no enredo o FBI, aquele que a gente se acostumou a ver triunfar na televisão, e Marin, finalmente alcançado na Suíça, uma vez deportado para os Estados Unidos, lá será julgado e condenado com o rigor de quem leva as coisas a sério. Parece que Teixeira caiu na brasa.

Não haverá um Gilmar Mendes ianque para tirar da enrascada os envolvidos na grande trama. Como se deu, só para citar um exemplo, com o banqueiro Daniel Dantas, alcançado pela Operação Satiagraha, preso duas vezes e duas vezes libertado pela intervenção de Mendes, capaz, aliás, de emperrar o funcionamento da Suprema Corte brasileira em proveito dos seus próprios objetivos públicos.

Há certo parentesco entre os casos, a se considerar que Dantas já foi condenado fora do País, em Nova York, em Cayman e em Londres, enquanto aqui na terrinha pode-se permitir viver à larga em perfeito sossego. Desde a clamorosa roubalheira-bandalheira da privatização das comunicações, o maior escândalo da história pátria, até o enterro da Satiagraha e o desterro do delegado Paulo Lacerda para Portugal.

Não recordo que por ocasião destes dois momentos da trajetória de Dantas a mídia nativa tenha entrado em ação para martelar diuturnamente em denúncias e acusações como se dá hoje em relação ao “petrolão”. Do período que vai da Operação Chacal à Satiagraha sobrou a constrangedora impressão de que o banqueiro do Opportunity vive em paz por ter todo mundo no bolso.

A diferença entre Marin, e quantos mais vierem atrás dele, e Dantas, é representada, em primeiro lugar, pela presença do FBI, sem contar que logo após virá a Justiça americana, e os EUA são muito severos em relação à lavagem de dinheiro dentro de suas fronteiras.

Por ora, Joseph Blatter, o presidente da Fifa, e outros, estrangeiros e nacionais, todos herdeiros diretos ou indiretos de Havelange, escapam aparentemente à investigação do Federal Bureau. Não se excluam surpresas, contudo.

Faz duas semanas, *CartaCapital* dedicou uma capa à CBF de Marco Polo Del Nero. A Confederação queixou-se, alegou não ter sido procurada para dirimir nossas dúvidas, como se não estivéssemos largamente habilitados a imaginar quanto teríamos de ouvir.

Retrucamos, de todo modo, que muito nos agradaria entrevistar o próprio presidente da entidade, com total liberdade para formular perguntas. Não houve resposta.

Sabemos que na *terra brasilis*, os donos de poder, em qualquer instância, são intérpretes insuperáveis de uma secular tradição de desfaçatez, prepotência e hipocrisia na certeza da impunidade por direito divino. São os caras de pau-brasil. O futebol, está claro, entre nós não é assunto de somenos, e algo intrigante é a razão por que, sempre a ficar em meros exemplos, as partidas noturnas tenham necessariamente de acontecer depois da novela da Globo. Ah, sim, a Globo... Quanto valerão tantas benesses que lhe foram concedidas?

E é possível que o governo federal, hoje representado por um ministro do Esporte inepto, não intervenha nos gramados da política do futebol, entregue a uma máfia de cartola? Permito-me lembrar que a seleção canarinho adentra aos gramados do mundo ao som do Hino Nacional.

Disponível em:< <http://www.cartacapital.com.br/revista/852/caras-de-pau-brasil-4313.html>>. Acesso em: 22 de junho de 2015.

Anexo III

GLAMOUR
CARTA DA MÔNI

A mulher DA MINHA VIDA

Numa edição cheia de matérias temáticas sobre o Dia das Mães, as cartas que Kelly Piquet, Bárbara Evans e Tici Pinheiro escreveram pras suas mães, na seção *Geração Glamour* (pág. 100) super me inspiraram. Tanto que resolvi escrever uma também. A minha vai endereçada lá pro céu, onde hoje mora minha avó paterna, Eunice Salgado

Querida Vó Nice,

tudo bem por aí? Está fazendo nove meses desde que nos vimos pela última vez. Quer dizer: semana passada a senhora me apareceu num sonho. Estava me levando ao Playcenter – programa que eu, a Dani, o Alê, a Vá e todos os agregados amávamos, lembra? A senhora juntava uma galera no Santana. Eu devia ter, o quê?, uns 7 anos. Nunca vou esquecer. Mas sonho conta?

Então, terminou que eu não consegui me despedir como gostaria, vó. Porém, fiz questão que tocassem Roberto Carlos pra senhora, “Emoções”, claro. Sua preferida. Eles não tinham Roberta Miranda nem Clara Nunes. Então cantei mentalmente. A senhora chegou a escutar? Também puxei a salva de palmas, porque achei a maneira mais apropriada de te dizer “até breve”. Pra quem a vida era uma festa, nada mais coerente que aplausos.



Pois é justamente isso que me preocupa. A senhora tá adaptada aí? Porque, se o céu é aquele lugar que está no nosso imaginário (meu imaginário foi moldado pelas cenas da novela *A Viagem*. Não ri, vó, é sério), um sem-fim de campos verdes com pessoas vestidas de branco, flinando serenamente entre os arbustos, a senhora deve estar achando tudo um tédio. Te deixam beber seu uísquinho caubói todo dia? E jogar sua cacheta até altas madrugada? E no seu último aniversário, 11 de novembro? Tomara que tenham organizado uma festona, como a senhora gostava.

Aliás, lembra da de 85 anos? Bateria de escola de samba, netos cantando ao vivo uma homenagem,

família Salgado imecensa toda reunida? E naquele ano em que, impossibilitados de chamar o Rei em pessoa, contratamos um cover dele? A senhora ficou toda animadinha porque ganhou a rosa vermelha. Agora não esqueço mesmo o ano em que, pra te fazer uma surpresa, descobri o telefone do empresário da Roberta Miranda e implorei a ele pra que ela te ligasse pra dar os parabéns. E não é que ela ligou? Vó, precisava ter desligado na cara dela, com xingamentos cabeludos, alegando se tratar de um trote? Nunca vou esquecer.

Mas era isso que eu mais gostava da senhora. Alguns te achavam brava; eu te achava forte. Briguenta, sagaz, afiada. Alegre, animada, intensa. Escorpiana! Sabe tudo o que se espera de uma vó...? A senhora era o oposto. Tricô, cadeira de balanço, bolos quentinhos assados no meio da tarde? Nada menos dona Eunice, cuja única habilidade na cozinha era um cusuz de camarão, que preparava anualmente, todo Dia das Mães. Às vezes saía um pouco salgado, às vezes meio massudo (sorry, vó!), mas quem se importava quando a cozinheira o preparava com a bengala em riste, ao ritmo de "o mar serenou quando ela pisou na areia... quem canta na beira do mar é sereia"?

Eu amava quando a senhora me contava histórias do passado. Da sua avó que era condessa em Pindamonhangaba (era mesmo, fala sério?!), de como você só se apaixonou pelo vó Nino porque, como era seu primo de primeiro grau, seu pai só te deixava sair acompanhada dele! De como se formou professora de matemática (o pouco que eu sei a respeito, aprendi com a senhora), sempre quis trabalhar fora (apesar de não precisar e de isso ser bem incomum nos anos 40), vendeu joias pra fazer dinheiro (e a senhora gostava da coisa, né? Das joias e do dinheiro!). E quando, com nem 30 anos, você passou a comprar, reformar e revender imóveis? Assim fez um bom pé-de-meia.

A senhora sempre foi uma danada! Até na moda! Minha lembrança fashion mais antiga é você de smoking no casamento da tia Sandra, nos anos 80. Chiquérrima. E quando a senhora me pedia pra te maquiar pras festas, casamentos e afins? Eu invariavelmente resmungava: ai, vó, porque não herdei esses olhos verdes? Nunca vou esquecer.

Então, vó, não herdei os olhos verdes, mas herdei tudo o que de fato importa. Aprendi a ser generosa com a sua generosidade, forte com a sua força, corajosa com a sua coragem, alegre com a sua alegria. Também comigo nada é morno e tenho alguma dificuldade de aceitar "nãos". Levarei desaforo pra casa, então, nossa, um sacrifício! Bem você, né? E, óbvio, amo uma boa festa – apesar de não mais poder comemorar minha preferida, a de 11 de novembro.

Vou te falar uma coisa, vó: quando a gente não sabe muito bem quem é nem o que quer ser, é fundamental ter ao lado alguém que saiba pela gente. E que nos guie, que tenha fé em nós. Você é essa pessoa na minha vida. A senhora falava que eu era inteligente, eu acreditei. Que eu era bonita, eu acreditei. Que eu era justa, eu acreditei. E a senhora dizia que eu era a neta mais parecida com você. Foi o maior elogio que já recebi na vida. E isso nunca vou esquecer.

Vó, a gente há de se encontrar um dia, jogar uma cacheta, brindar com uísque caubói, dar uma animada aí em cima. Enquanto isso, fica à vontade pra aparecer nos meus sonhos sempre que quiser, tá? Vou adorar dar um passeio no Playcenter qualquer dia desses...

Ah, manda um beijo enorme pro vovô. E outro pra tia Ada.

Feliz Dia das Mães! Amo você.
Sua neta,

Mônica Salgado

Diretora de redação
mgsalgado@globocondenast.com.br
@monicagsalgado



Anexo IV

CARTA DA DIRETORA

be yourself



Houve um tempo em que ter uma bolsa Chanel ou um sapato Prada era a garantia de status. Hoje, o importante é o que você faz da bolsa Chanel e do sapato Prada. Vale mais o seu estilo, a maneira como só você incorpora essas peças ao resto do look. Esta edição de aniversário de ELLE é uma celebração da atitude, das escolhas particulares e da beleza singular de cada uma de nós. E a embalagem, mais do que uma homenagem a quem realmente está no centro da moda – você –, é um convite a brincar com a própria imagem, uma atitude tão em sintonia com a era das selfies! Queríamos uma capa que desse conta de toda a diversidade da beleza brasileira em suas mais variadas expressões. Mas como fazer um mundo caber em uma página? Achamos a resposta: fazendo dessa página um espelho.

O resultado é uma "capa líquida", digna de "tempos líquidos" (termo inventado pelo sociólogo polonês Zygmunt Bauman para nomear a transformação e a rapidez características de nossa época, em que tudo muda o tempo todo), portanto, conectada com o momento em que vivemos.

Não é novidade que a revolução digital esteja transformando o mundo em uma velocidade jamais vista. O jeito como as pessoas pensam e vivem a moda e a beleza também mudou (veja em *Love-se e O X da Questão*). Ler essas matérias, brilhantemente escritas pelas jornalistas Sandra Soares e Renata Piza, fortaleceu a minha crença de que as revistas de moda também precisam mudar. Assim como até mesmo as campanhas das grandes grifes de moda estão mudando, ao estampar em seus anúncios musas improváveis, que estão mudando, com muita personalidade e atitude, o padrão de beleza até então vigente.

Apontar tendências já não basta. O que é tendência em um mundo mutante? Graças à web,

hoje temos "opiniões públicas", no plural. O mundo está ficando mais democrático, ainda que pareça o contrário. E nesse novo mundo uma revista precisa ser várias, precisa ouvir tanto quanto fala (estamos a postos para a conversa nas nossas redes sociais!). ELLE chega a seu 27º aniversário mais plural e conectada do que nunca.

Nossa promessa para o ano novo (os aniversários inauguram um ano novo particular, certo?) é esta: sermos cada vez mais democráticos e sintonizados com os seus desejos e o mundo atual. Esse é um movimento que começou faz tempo. E talvez nunca acabe, já que a regra é a mudança contínua. Quem nos acompanha todos os meses sabe que adoramos quebrar barreiras, romper preconceitos e apostar no novo. Lembra-se da Lea T na capa da edição de dezembro de 2011? Fomos também a primeira revista brasileira de moda a ter um site e uma versão digital para tablets. Todo ano, antecipamos, em nossa própria passarela (o ELLE Fashion Preview), o que os principais estilistas brasileiros vão levar às semanas de moda.

Este mês, claro, continuamos olhando para a frente: fotografamos um editorial de moda usando um drone, bem ao estilo "o futuro é agora"! Além disso, com esta edição levamos até você uma experiência única. Com as matérias *Top 5*, *Super Insider*, *Contato Imediato* e *Jout Jout*, a *Lea Dinham Brasileira*, você poderá assistir a um vídeo inédito. Basta baixar o aplicativo da ELLE TV, com a tecnologia da Magic TV, e posicionar o celular ou o tablet sobre a imagem da página indicada para ver o conteúdo pular, em um efeito de realidade aumentada. Você vai se divertir e se surpreender! Aliás, se quiser também me ver aguçada falando sobre esta edição, faça o mesmo sobre a minha foto. Não precisa nem apertar o play. Beijos!

Susana Barbosa
@SUSANABARBOSA

P.S. – Liberte-se das (auto)críticas, dos julgamentos, (re)apaixone-se pelo que só você tem e sobre seu Lado Narciso contemporâneo nas redes sociais. Use a hashtag #VocêNaCapa e deixe que a gente te veja também! Vamos publicar uma seleção de capas-selfies na edição de junho.

ELLE 70 www.elle.com.br

ESTA PÁGINA POSSUI UM CONTEÚDO INTERATIVO COM A TECNOLOGIA MAGIC TV. BAIXE O APP ELLE TV, POSICIONE O CELULAR OU O TABLET SOBRE A FOTO E ASSISTA AO VÍDEO.



Editorial Revista ELLE, maio 2015 edição 324 ano 27.

ISSN 2318-5724

Anexo V



Editorial Revista Marie Claire, maio 2015 edição nº290