

“Revista Zig Zag”¹

Edilayne Louise de PAULA²
Francini Thuene Glanso RAMOS³
Rafaela Maria Ricco de NOBREGA⁴
Bruna Francine PEDRO⁵
Julia Estafocher MEDEIROS⁶
Cristiane Peixoto NABARRETTI⁷
Faculdade Anhanguera de Limeira, Limeira, SP

RESUMO

Nesse trabalho, você verá todo o processo que levou ao material concluso que é uma revista feminina. Desde a pesquisa, que foi realizada para que pudesse ser definido o público alvo do projeto, os temas abordados e o campo de atuação, passando pela criação do logo, com toda a identidade visual personalizada até a finalização da revista com matérias e temas pré-definidos. A revista é totalmente personalizada e inovadora. Com diagramação única, diversificada e adaptada para cada matéria, cada tema. Tudo isso com o objetivo de aplicar na prática métodos aprendidos na teoria sobre a realização de trabalhos gráficos e publicidade em geral. O tema determinado para a revista foi definido através de uma pesquisa de campo, entendendo assim qual seria o potencial mercado a atingir com a elaboração de um novo material.

PALAVRAS-CHAVE: Trabalhos Gráficos; Revista; Publicidade em Revista; Revista customizada.

1 INTRODUÇÃO

A primeira revista que se tem notícia no Brasil é do ano de 1812, denominada “As Variedades” ou “Ensaio de Literatura” e surgiu em Salvador. Ela seguia os modelos de revistas de outros países na época e tinha a aparência de livro. A revista baiana tinha a proposta de publicar

discursos sobre costumes e virtudes sociais, algumas novelas de escolhido gosto e moral, extratos de história antiga e moderna, nacional ou estrangeira, resumo de viagens, pedaços de autores clássicos portugueses – quer em prosa, quer em verso – cuja leitura tenda a formar gosto e pureza na linguagem, algumas anedotas e artigos que tenham relação com

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Revista Customizada, modalidade Produção Transdisciplinar.

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: edi_layna@hotmail.com.

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: francini.ramos@hotmail.com.

⁴ Estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: rafaaah.ricco@hotmail.com.

⁵ Estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: bbrunafrancine@hotmail.com.

⁶ Estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: juliastafocher@hotmail.com.

⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda, email: cristiane.nabarretti@aedu.com.

os estudos científicos propriamente ditos e que possam habilitar os leitores a fazer-lhes sentir importância das novas descobertas filosóficas (SCALZO, 2003, p.27)

Nos anos seguintes surgiram inúmeras revistas em outros lugares do Brasil com temas e objetivos variados como, por exemplo, “O Propagador das Ciências Médicas”, lançado em 1827 pela Academia do Rio de Janeiro, exclusivamente para assuntos médicos. Porém, segundo Scalzo (2003, p. 30), “o auge do gênero vem em 1922, com o lançamento de “A Maça”, que se propõe a dizer com graça, com arte, com literatura, o que se costumava dizer por toda parte sem literatura, sem arte, e muitas vezes sem graça”.

Em 1849 as revistas de variedade surgem no país com a publicação de “A Marmota da Corte”, que atraía os leitores com o uso de ilustrações, cativando assim até mesmo pessoas não alfabetizadas. Começa assim uma nova era para esse meio de veiculação de notícias.

As primeiras fotos em revista foram publicadas pela “Semana Ilustrada” que em 1864, trouxe aos seus leitores, cenas dos campos de batalha.

Porém, foi no início do século XX que a fotografia tomou um lugar importante nos periódicos nacionais. Criando assim no mercado brasileiro o modelo de revista que é conhecido até o presente: veículos recheadas de ilustrações e fotos atraentes aos olhos do consumidor.

Com esse conceito de atrair o olhar do consumidor, foi proposto à criação de uma revista customizada como forma de avaliação semestral.

Para iniciar a elaboração da revista, e até mesmo definir o segmento em que ela seria inserida, foi realizada uma pesquisa qualitativa e quantitativa, podendo assim estipular um público-alvo e estudá-lo com mais afinco para assim entendê-lo melhor e descobrir quais são seus desejos e necessidades. A importância de realizar uma pesquisa de mercado de acordo com Mattar (2001, p. 15) que ressalta que:

pesquisa de marketing é a investigação sistemática, controlada, empírica e crítica de dados com o objetivo de descobrir e (ou) descrever fatos e (ou) de verificar a existência de relações presumidas entre fatos (ou variáveis) referentes ao marketing de bens, serviços e idéias, e ao marketing como área de conhecimento na administração.

Há sempre a necessidade de estipular um público-alvo para um projeto para que se possa ter um caminho bem estrutura para seguir. O objetivo principal era encontrar algo que seria a “cara” da revista. Qual tema retratar e qual seu preenchimento. Com o target definido, mulheres, jovens-adultas de 19 à 26 anos, o objetivo foi definido.

Jovens Adultas, com essa idade fazem parte de um grupo populacional muito importante. Estão ligadas as atualidades, em entretenimento e além disso tem grande importância na sociedade, e em termos sociais, políticos e culturais. Nos dias atuais, muitas mulheres nessa faixa etária estão em posições admiráveis no mercado de trabalho e saíram do posto de quando eram bancadas por maridos, namorados e pais e passaram a ser mais livres e independentes.

Através de *brainstorming* chegou-se ao melhor nome e o que mais fazia sentido para a proposta de imagem que seria passada pra o público. O conceito do nome veio a partir do significado popular da expressão “Zig Zag”, no sentido de perpassar em todos os lugares.

Brainstorming: Em inglês, tempestade cerebral. Reunião descontraída que consiste em propor e relacionar qualquer tipo de associações que vêm à cabeça, livre de críticas (LUPETTI, 2007, p. 191).

A revista passa por assuntos diversos e que agradam a um número mais amplo de leitores. O conceito principal é esse, passar pelos mais diversos assuntos, deixando a mulher mais atendida, partindo de moda que é o assunto clássico, até mesmo por política e jogos, que são reconhecidos por serem de maior interesse do público masculino.

A proposta da revista customizada “Zig Zag” é realmente esse. O público a qual ela será destinada está em uma fase de crescimento, entrando em uma nova etapa da vida, com novas escolhas e novos objetivos, então existe essa necessidade de obter e buscar sempre mais conhecimento, entender um pouco mais sobre todo o universo que a rodeia. A mulher entre essa idade sai daquele mundo de menina em que vivia, e mescla também com uma mulher mais velha que já trabalha e tem responsabilidades maiores, faz uma faculdade ou uma pós e precisa ao mesmo tempo saber dos assuntos femininos como também saber sobre o que acontece ao redor dela em amplos assuntos.

Para que fosse atingido tanto o público feminino de 19 anos quanto o de 26 anos o estilo da revista não poderia ser infantil e ao mesmo tempo não poderia ser muito maduro. Foi necessário elaborar toda a estrutura e identidade visual no meio termo. Uma revista “clean” que está focada em conteúdo e em agradar. A opinião e os interesses do “target” são postos em prioridade em todos os momentos. Afinal a revista foi elaborada para atendê-los e agradá-los.

2 OBJETIVO

Com a elaboração da revista, o objetivo principal diz respeito a entreter, divertir e encantar o público-alvo, para que se sintam bem ao ler o conteúdo publicado. É essencial que a leitora se sinta parte disso, sinta que a revista foi feita especialmente e elaborada para ela.

O que é visto atualmente no mercado são periódicos que atingem todos os públicos e que seu conteúdo é variado, atingindo mulheres e homens adultos. Esse tipo de revista não é personalizado o que não cria uma relação com o leitor. Quando é criado um conteúdo exclusivo e pessoal, os leitores se sentem parte do mundo que lhes é mostrado. Isso agrada e faz com que se sintam realizadas em certos pontos relacionados ao entretenimento e ao lazer.

3 JUSTIFICATIVA

A revista foi customizada para melhor atingir o objetivo, e assim também o público-alvo almejado.

Esse público-alvo foi estudado em seu máximo para extrair seus desejos. Com esse estudo foi possível conhecê-lo melhor para assim a revista atingir seu completo sucesso de aceitação, ter bom *feedback* e trazer ao target o que ele deseja. Para que isso pudesse se realizar foi necessário todo um embasamento em pesquisa para assim saber o que mais atraia o cliente. Essa pesquisa é de extrema e máxima importância, nada pode ser criado ou até mesmo mudado sem antes o consumidor ou o possível consumidor ser questionado.

Ao serem analisados os resultados da pesquisa, constatou-se o público e seu interesse: mulheres, entre 19 e 26 anos de idade, que buscam interatividade em redes sociais, que gostam de música, entretenimento e procuram sempre estar muito bem atualizadas. Como normalmente é visto em redes sociais, onde foi aplicada a pesquisa, encontra-se um grande número de informações sobre shows, lazer, moda, música e etc. que é do interesse do público alvo em questão.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para elaborar a revista foram usadas inicialmente técnicas de pesquisa e marketing, assim seria possível definir com precisão o público ao qual ela seria destinada, os temas mais apropriados e até mesmo o período de veiculação.

A pesquisa de marketing é num importante instrumento para o processo de tomada de decisões. De acordo com Aaker, Kumar, Day (2004, p. 19)

Se comparássemos o marketing com um longo trem com múltiplos vagões, a pesquisa de marketing desempenharia o duplo papel de motor, que impulsiona o trem, e de elemento de ligação entre os diversos vagões, para formar uma unidade funcional coesa. Em outras palavras, a pesquisa de marketing é abrangente – é o cérebro e os músculos de qualquer organização de marketing.

Esta afirmativa é confirmada por Malhotra et al. (2005), que afirmam que a pesquisa de marketing apresenta-se como um instrumento para auxílio a tomada de decisão.

Com os dados coletados e estudados da pesquisa, iniciou-se a elaboração da revista em si. Primeiramente um esboço para que pudesse ser visualizado o possível resultado final. Foram definidas quantas matérias seriam necessárias para cobrir as páginas. Definiram-se quais empresas teriam seus anúncios veiculados no periódico e em que páginas ficariam.

Para matéria de capa foi estudado algo que poderia agradar o público-alvo. Tanto as mulheres mais jovens quanto as mais velhas, estão sempre em busca de coisas boas e baratas, por esse motivo como matéria de capa foi elaborada uma matéria sobre um brechó famoso na região de segmentação da revista.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A Zig Zag é uma revista nova, com matérias atuais. Principalmente onde está localizado o público alvo, Limeira e Região, que não tem uma revista direcionada para mulheres e com matérias diversificadas. As revistas que podem ser encontradas são em suma com matérias sobre as famílias da cidade, sobre eventos da cidade e região e algumas coisas sobre cozinha e moda, porém sempre com modelos e lojas da cidade.

A Zig Zag vem como diferencial para esse público feminino e jovem. A revista fala sobre eventos, música, moda, entretenimento, etc. Uma revista local, feminina e com conteúdo diversificado que agrada.

Para atrair o público de interesse, toda a identidade visual foi trabalhada visando chamar a atenção de quem busca por uma revista diferenciada e que entretenha.

O logotipo é em preto e branco, porque assim é possível trabalhar com as cores, com o fundo a ser aplicada, mas sempre em contraste. Sendo assim se for branco embaixo a cor de cima deve ser escura na logo, o “Z”.



Figura 1 – Logotipo da revista em preto e branco

O “ZIG ZAG” são letras vazadas, a imagem de traz aparece dando dinâmica a marca, colocando o logo em harmonia com o conteúdo ou o fundo da arte, remetendo então que a revista é transparente com conteúdo claro, honesto e objetivo. É possível ter uma melhor compreensão sobre a parte das letras vazadas na imagem da logo também aplicada em outro fundo, colorido.



Figura 2 – Logotipo da revista colorido

Na criação das páginas, algumas matérias seguiram com duas colunas e variando também de estilo. Como por exemplo, o texto da matéria seguindo contorno da imagem central. As matérias que ocuparam duas páginas tiveram sua diagramação dispostas em duas colunas para que a página ficasse com margem dos lados, assim o texto não cola nas imagens e tornando-se mais legível e de melhor visualização. Como você ser visualizado nas duas páginas exemplo abaixo.



Figura 3 – página interna da revista



Figura 4 – página interna da revista

As páginas foram criadas bem artísticas, moldadas e desenhadas de acordo com cada matéria, com seu conteúdo e com as imagens das matérias. Para a diagramação das páginas não foram definidos padrões, para que tudo ficasse realmente ligado ao tema dando assim mais veracidade a revista e entrosamento com as leitoras. Cada página tem sua identidade pessoal e característica individual.

De acordo com o fundamentado por Cesar (2006, p. 149) “O layout baseia-se em diagramação, organização, equilíbrio e contraste e inovação” e, para este trabalho, Não foram seguidos padrões de diagramação, mas sim foram personalizados todos os conteúdos.

Para a escolha da fonte do texto, foi definido que o ideal seria uma fonte clara, preta ou branca, de fácil visualização, helvética, clássica, lisa e sem serifa. Para o título as letras são com serifa, estilo “moseu” para ficarem bem marcadas e chamarem a atenção. No subtítulo, nome do autor e legenda, a letra também é helvética.

A elaboração da capa ficou com a harmonia da matéria principal. São usadas as mesmas cores que a matéria e as mesmas características. É simples e limpa para chamar a atenção da possível leitora com a foto da capa, uma mulher com vestido, isso chama muito a atenção do target, que vai ver a foto e vai se interessar também pelas pequenas manchetes das demais matérias que constam na revista. Como você ser visualizado na representação da capa abaixo:



Figura 5 – Capa da revista

O estilo que foi buscado para a revista é baseado em um estilo mais “clean”. Desta forma, chama a atenção da leitora pelo conteúdo e não por extravagâncias e por coisas coloridas, mas sim pela matéria que condiz com seus interesses pessoais.

A revista está disponível virtualmente através do link <https://onedrive.live.com/redir?resid=E6EDEE0443314F16!172&authkey=!AMP19DkLc83H92A&ithint=file%2c.pdf>

6 CONSIDERAÇÕES

Após a elaboração da revista, foi possível entender a importância da aplicação de uma pesquisa bem estruturada para o desenvolvimento de qualquer projeto. Isso foi visto na prática, pois o projeto inicial era baseado em uma ideia e após a aplicação da pesquisa notou-se que deveria ser alterado para que fosse alcançado o sucesso e objetivo com êxito total. Foi possível definir melhor o público alvo e o que mais lhes interessa. É necessário e importante trabalhar em cima de dados para poder ter um melhor desempenho perante o projeto.

Com as alterações do projeto feitas, foi desenvolvida uma revista clara, direta e objetiva, conseguindo com louvor alcançar o público de destino. Revista pronta, com os objetivos mudados e aplicados por todo o seu decorrer. Desde a parte de diagramação até a escolha minuciosa de cada matéria. Finalizou-se com êxito um trabalho árduo, uma revista integra e com satisfação totalmente gratificante.

O projeto trará ao mercado uma nova forma de entreter. Ao criar uma revista personalizada e pessoal cria-se uma relação de intimidade com os leitores. Cria-se fidelidade e também novos conceitos. Para o mercado é de extrema importância trazer materiais novos e bem estruturados. Os desejos dos consumidores sempre mudam e por esse motivo o mercado acaba ficando escasso em alguns pontos e momentos. Com essa revista pode-se suprir a necessidade de algo específico para mulheres e algo que possa trazer realizações pessoais as mesma.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAPTISTA, Íria Catarina Queiróz (2007). **Retratos de Mulher**: análise da representação do corpo feminino nas capas das revistas mensais brasileiras playboy e nova no ano de

2005. Dissertação de mestrado apresentada ao programa de pós-graduação em Ciências da Linguagem da Unisul. Florianópolis: UNISUL.

BAPTISTA, Íria Catarina Queiróz. ABREU, Karen Cristina Kraemer. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/baptista-iria-abreu-karen-a-historia-das-revistas-no-brasil.pdf>> Acesso em 21 de outubro de 2013.

LUPETTI, Marcélia. **Gestão Estratégica da Comunicação Mercadológica**. 1. ed., São Paulo: Cengage Learning, 2007.

MALHOTRA, Naresh K. et al. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

MATTAR, Fauze N. **Pesquisa de marketing**. 3 ed., São Paulo: Atlas, 2001. [edição compacta].

AAKER, D.; KUMAR, V.; DAY, G. S. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Atlas, 2004

SAMARA, Beatriz Santos. **Pesquisa de Marketing**. Programa Livro-Texto, Faculdade Anhanguera

SCALZO, Marília (2003). **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto.

APÊNDICE

Revista completa



Revista

Z
Zig Zag

Conheça mais sobre musicais clássicos que marcaram época da Broadway.

Quer ir pro exterior e não sabe como fazer? Zig Zag da super dicas para os viajantes.

Carol Claudino

Entrevista
Um novo conceito em moda: o Brecho Chic.

38055 63100
Novembro 2013
Nº 01 | R\$ 10,00



O Banco Universitário
cuidamos do seu investimento
para você realizar o que quiser e ser
o **profissional que sempre sonhou.**

Banco Universitário:
Investindo em seus sonhos.

- ✓ Sem juros no Cartão Universitário.
- ✓ Limite de crédito pré-aprovado.

★★★★★
Banco Universitário



Caros Leitores;

Fazer essa revista não foi como fazer outro trabalho qualquer. Exigiu tempo e dedicação, suor e perseverança, mas de uma maneira que antes nunca foi tão necessária.

Correr atrás de matérias, temas, absolutamente tudo que envolva esse nosso mundo proposto foi, no final, prazeroso. Ver nosso trabalho de meses, dias e horas, impresso e exposto nos faz sentir orgulho das noites mal dormidas e momentos de estresse. No final tudo valeu à pena, nenhum bom material sai de uma hora para outra, exige-se batalha.

O trabalho em equipe fez uma grande diferença, trabalhar junto por um mesmo ideal e um mesmo objetivo.

A Zig Zag tem um pedaço de cada uma de nós para juntar e completar com cada um de vocês, caros leitores. Abraços de todas as pessoas envolvidas na construção da Revista Zig Zag.

Por Rafaela Ricco

Agência Athena



Realização:
Agência Athena
agenciaathena.com
facebook/agenciaathena
twitter.com/agenciaathena

Matérias realizadas por:
Bruna Francine
Edilayne Louise
Francini Thuene
Rafaela Ricco

Diagramação realizada por:
Julia Estafocher

Fotos e imagens:
Francini Thuene
Rafaela Ricco
Bruna Francine

Edição fotos e imagens:
Bruna Francine

Publicidade:
Banco Universitário - Júlia Estafocher
Unimagem - Bruna Francine
Paulo Pedron - Bruna Francine
Dephinitiva - Edilayne Louise
Multicópias - Julia Estafocher

Professores Coordenadores:
André Teté
André Malaman
Fernanda Paganoti
Fernando Signori
Cristiane Nabarette

TI - Trabalho de Inclusão
Faculdade Anhanguera de Limeira

Atendimento ao assinante:
agenciaathena.com
facebook/agenciaathena
twitter.com/agenciaathena
0800.1474.1551.0101



Z Sumário



Capa
Pag. 8

Notícias
Pag. 5

Política
Pag. 6



TV
Pag. 14

Moda
Pag. 12

Ler
Pag. 13



Entretenimento
Pag. 16

Música
Pag. 15

Jogos
Pag. 15

Top 6
Pag. 18



Viagem
Pag. 17

Z Notícias

Panorama

Por Francini Thueno

Dinheiro da felicidade, ou compra a dignidade?

Em outubro, muitas pessoas se viram surpresas pelas notícias que comeram os sites pelo Brasil e pelo mundo, uma brasileira chamada Catarina Migliorini, de 20 anos vendeu sua virgindade em um site que faz leilão das virgindades alheias. A Catarina conseguiu a pequena quantia de R\$1,5 milhão de reais, generosamente paga por um milionário japonês. Catarina alega que fez isso para poder financiar seus estudos para a faculdade de Medicina que quer cursar na Argentina. Catarina ainda cita que ela vê essa oportunidade como uma empresa, muitas pessoas ficaram chocadas e se perguntaram até onde vai a ganância pelo dinheiro ou então, a realidade brasileira do valor dos estudos e a desigualdade nas faculdades e nos direitos entre pobres e ricos no nosso país, nós da revista Zig Zag deixamos essa questão para você leitor refletir, Dinheiro que trás a felicidade ou compra dignidade?

fonte: <http://exame.abril.com.br/estilo-devida/entretenimento/noticias/brasileira-vende-a-virgindade-a-japones-por-780-000-dolares>



Em um monumento de uma escola na Grécia, foi colocada uma rosa, para reflexão sobre um levante estudantil em 1973 contra a junta militar em Atenas, na Grécia.

fonte: <http://noticias.uol.com.br/album/olho-magico/2012/11/16/olho-magico.htm>

Entrou para o banco, mas os dois réus!

Bruno Fernandes de Souza, 27 anos, está sendo aguardado por sete jurados para ser julgado no Tribunal de Contagem, Belo Horizonte. Acusado de mandar matar Elisa Samudio, o ex-goleiro do Flamengo perdeu toda sua grandeza depois desse ato.

Bruno tinha consigo mais 5 pessoas que ajudarão nesse crime, porém o corpo de Elisa nunca apareceu e dizem que foi servido de almoço para os cachorros de uma chácara onde estavam. E tudo isso porque ela foi uma amante que como quase todos os casos só queria dinheiro e venhamos isso não era algo que faltasse na vida de Bruno. E agora? O réu é culpado ou inocente justiça do Brasil...

Mas a paz é contra a lei e a lei é contra a paz...

Estamos vendo por esses últimos dias, quase que uma chacina sobre a cidade de São Paulo, onde o encorajamento dos bandidos está indo além do poder público e da própria polícia militar. Nos primeiros doze dias de novembro foram registrados 72 homicídios, dentre esses alguns foram comprados, ou seja, morte combinada já, esses ataques estão acontecendo principalmente de facções como o PCC. Mas o pior é que vem se alastrando para o interior do estado, onde a paz era sua qualidade. Nessa semana, na cidade de Rio Claro, interior de São Paulo tiveram alarmes de toque de recolher para toda a população, onde o motivo era que o PCC atacara bases da polícia militar por toda a cidade. Sendo verdade ou não, os bandidos estão fazendo sua parte, acabando com a paz e criando o que falamos no começo, eles estão virando nossa guarda.



Zig Zagueando

Por Francini Thueno

«Não nasci uma marionete. Não nasci no Oriente para ir para o Ocidente ou para outro país. Sou sírio, nasci na Síria. Tenho de viver e morrer na Síria.»

BASHAR ASSAD, ditador sírio em entrevista à TV russa

«Star Wars é demais. Eu estou flutuando junto com o Darwin... com o Darth Veja, o DARTH Vader.»

NANA GOUVÊA, confundindo o grande pensador da evolução com os personagens do filme Guerra nas Estrelas.

«Vossa excelência está julgando os réus como anjos.»

JOAQUIM ASSAD, relator do processo do mensalão, para o revisor Ricardo Lewandowski

«Claro, eu estou pronto para apertar o bota, se necessário.»

BENJAMIM NETANYAHU, primeiro ministro de Israel, dizendo que o país está pronto para atacar o Irã.



Z Política

Yes, he can!

A democracia dando voz para minoria.

Matéria por Francini Thuene

Mesmo com todos os problemas que o EUA vem passando como a economia que não decola, desemprego que está nas alturas e uma opinião de todo o país de que ele está pior do que antes, Barack Obama foi reeleito com 61 milhões de votos, 3 milhões a mais que seu adversário republicano Mitt Romney, a vitória de Obama foi considerada uma consequência da demografia, ou seja Barack conseguiu uma estupenda votação em pontos que mais crescem a população no país.

Essa foi mais uma vez uma espetacular demonstração de que a minoria ainda tem voz no país, em seu discurso Obama capta com uma mensagem muito importante " Acredito que podemos cumprir a promessa fundadora desta nação: a ideia de que, se você está disposto a trabalhar muito, não importa quem você é, de onde vem, qual é a sua aparência, ou quem você ama. Não importa se é negro ou branco, hispânico, asiático ou indígena, jovem, velho, rico ou pobre, saudável, deficiente, gay ou heterossexual."

Quem diria, há 10 ou 15 anos atrás a Casa branca seria disputada por um negro e um mormo, para lembrar os americanos sofreram uma perseguição aos mormos no século XIX e sobre o caótico presidente John Kennedy em 1960.

O EUA está sobre uma grande mudança desses anos para cá, o governo do país está sobre negros e mulheres, principais motivos de perseguição no país antigo. Outra quebra de rumores de Barack foi que a mudança demográfica do país, crescimento de latinos e hispanicos.

Obama diz também que "o melhor ainda está por vir" e que ele volta a Casa branca ainda mais determinado, bom tudo está no lugar certo, Obama na Casa Branca, democratas com maioria no Senado e republicanos com a maioria na Câmara.

Para o país é um ótimo recomeço, mas será preciso uma mudança de real de postura maior dos republicanos sobre o Obama.

6 Zig Zag

A PROMOÇÃO MAIS QUE ESPECIAL ESTÁ DE VOLTA!

**REVELE SEUS
MOMENTOS ESPECIAIS!**



REVELAÇÃO DE FOTOS

POR APENAS

**R\$ 0,38
CADA**

QUALQUER QUANTIDADE

ESSA E OUTRAS PROMOÇÕES EM:
WWW.GRUPOUNIMAGEM.COM.BR



**GRUPO
UNIMAGEM**
DIGITAL / COMUNICAÇÃO VISUAL / THE BOOK

Z Capa

Matéria por Francini Thuene

A Zig Zag bate um papo com a Carol Claudino, ela responde o que é um Brechó Chic, como ela construiu essa grande novidade e como mantém a empresa a qual cresce a cada dia.

Porque Brechó Chic? Qual a diferença de um brechó normal?

Porque ele é "Chic" na apresentação. A loja é linda, toda decorada, cheirosa e aqui, todas as nossas peças são lavadas, esterilizadas e passadas antes de serem colocadas à venda. Esta "apresentação" dá sempre um ar de "elegância" ao nosso negócio. Somos diferentes dos brechós que costumamos ver por aí. Na maioria das vezes, os Brechós (principalmente em cidades menores e com uma mente mais "provinciana") são uma espécie de depósito de roupas velhas. A grande maioria em péssimo estado, e a apresentação da loja, pior ainda! Mas acreditamos que este conceito está mudando. Pra nós foi um desafio abrir um brechó neste estilo em Limeira. As pessoas ainda estão se acostumando com este modelo de negócio! E depois de nós, vários outros brechós do mesmo estilo surgiram na cidade. Mas como diria a minha mãe, o que importa é que nós fomos às primeiras:

Com a divulgação nas redes sociais e vimos que você atualiza diariamente, redes como facebook por exemplo, você acredita que as suas vendas aumentaram ou tiveram um aumento de clientes no Brechó?

Obviamente que sim! Até hoje, não encontrei um Brechó que seja mais popular (na internet) que o nosso. Temos perto de 15.000 acessos diários no nosso blog (de IPs diferentes, ou seja, de computadores diferentes), perto de 8000 "Likes" na nossa fanpage do Facebook, muitos seguidores no twitter, instagram, etc. Temos um canal de vídeos no youtube, enfim, a internet é principal ferramenta de divulgação do nosso trabalho. 80% das pessoas que compram na nossa loja, são nossos seguidores "virtuais". A internet (não só as redes sociais), é um mar de possibilidades. E o melhor de tudo, o custo é sempre muito baixo!

Vimos que você começou com o Brechó em um espaço menor, ele foi crescendo até chegar nesse ambiente maravilhoso que vocês estão agora, você pode contar um pouco da história desse crescimento?

Aos 17 anos, passei na faculdade e fui morar em São Paulo e como todo estudante, eu não tinha grana pra nada e como toda mulher eu adorava comprar roupas e já era apaixonada por moda. Foi aí que conheci os Brechós incríveis de São Paulo. Um mais luxuoso que o outro. Em dezembro de 2010, eu e minha irmã resolvemos ter uma loja diferente e descolada na cidade. Mas não tínhamos muita grana pra investir, foi aí que tivemos a ideia de abrir um brechó, mas no modelo que tínhamos visto em São Paulo e em viagens que fizemos pra fora do Brasil. Começamos em 2010 com 200 peças de roupa e 5 pares de sapato, em uma garagem pequena. Hoje em 2013, temos perto de 10 mil itens espalhados por toda a casa e mais de 10 cômodos lotados de roupas.

As roupas que você vende são de pessoas que doam, ou você as compra? Como é esse processo? Se algumas forem doadas, como se dá o processo e todo o trabalho de limpeza das peças?

Justamente por não serem de doação é que o nosso Brechó é chamado de Brechó Chic. Nós só compramos peças que estejam em ótimo estado de conservação e principalmente que sejam atuais. Não compramos nada que tenha bolinha, que esteja rasgado, manchado, descosturado, com zíper estourado, enfim, o único trabalho que temos é de mandar pra lavanderia. Não compramos absolutamente nada que não esteja pronto para ser revendido. Realmente somos muito criteriosas nas compras. Aqui no nosso Brechó você encontra peças originais de marcas renomadas como Ellus, Calvin Klein, Victor Hugo, Carmen Steffens, Prada, Dior, Gucci, Guess e esse tipo de coisa. ninguém doa né meninas? Rs..



Brechó Chic

"O mundo nunca produziu tanta coisa, a humanidade tem que acordar para essa questão e para o sustentável.." Essas são palavras de Carol Claudino, ela é proprietária de um Brechó Chic, para você que não sabe ainda o que é, venha com a Zig Zag nessa incrível entrevista e descubra.

“

Começamos em 2010
com 200 peças de roupa
e 5 pares de sapato.
Hoje em 2013, temos
perto de 10 mil itens.

”





Nós sempre pensamos e perguntamos antes para nossas clientes, antes de vender, você compraria essa peça?

Temos uma curiosidade, já apareceu alguém para vender uma roupa horrível pra você e na hora você ficou sem reação ou como dizer não? Ou então tem algum caso que aconteceu de diferente que seja legal nos contar?

As pessoas trazem coisas feias ao brechô é super normal. O que não é normal é ela encontrar uma loja deste tamanho e com esta estrutura. Tem gente que pede até desculpas por ter trazido peças ruins, porque estava acostumado com o outro tipo de brechô. E nós não compramos nada e devolvemos tudo e com delicadeza explicamos o porque de não termos feito a compra. Tem uma história muito interessante de uma cliente que terminou o namoro, e trouxe no brechô TUDO o que tinha ganhado do namorado, ela nos vendeu todas as coisas e com a grana ela fez uma festa de aniversário, rs... E pagou uma balada para as amigas, tirou foto e mandou pra nós!

Nós vemos que você é formada em Relações Públicas, você poderia ter aproveitado todo esse conhecimento em moda para entrar em uma área de relação pública de alguma marca famosa de roupa, porque escolheu abrir um brechô?

Como falei anteriormente, fui pra São Paulo aos 17 anos e trabalhei na mesma empresa até os 29. Aos 17, somos ainda muito jovens para decidir que carreira seguir. Mas sempre soube do meu "talento" para comunicação, então escolhi um curso onde eu pudesse exercer a minha profissão em vários seguimentos. E apesar de ter conhecimento em moda e não ter estudado "oficialmente" moda a minha experiência em morar fora me trouxeram outros conhecimentos que eu particularmente considero mais importantes do que

saber combinar uma peça com outra, como: a consciência financeira, pra se viver tranquilo, você precisa saber usar bem seu dinheiro e olha que eu não sou mão de vaca! rs.. Ao contrário, prefiro usar minha grana pra fazer um bom curso de francês do que comprar uma calça jeans de R\$ 800,00. Reutilização das coisas. O mundo nunca produziu tanta coisa. A Humanidade tem que acordar pra questão sustentável, e o que eu puder fazer para colaborar para esse "despertar" eu farei.

O tipo de mercado que o brechô atinge é definido? Existe um público alvo para ele? Você faz campanha direcionada para esse público ou não?

O público do brechô vai sendo definidos e construídos aos poucos, hoje nós já sabemos quem são as nossas clientes e qual o perfil delas. Nossas compras são direcionadas para este perfil e nossas campanhas, são sempre voltadas para o nosso público alvo.

E que tipo de público é o que mais atinge o brechô? O que as pessoas mais procuram em um brechô, exemplo uma peça de roupa em específico?

Eu brinco dizendo que a minha loja é frequentada só por pessoas inteligentes e descoladas. Todo mundo que vem aqui é porque tem uma relação boa com a moda, com a sustentabilidade e com a consciência financeira. Que são bandeiras que nós levantamos aqui.

As peças mais procuradas em um brechô são: Tênis All Star, Colete Jeans, Calça Leggin. É engraçado, mas já aviso: Quem tem um desses itens, não se desfaz! A gente usa até acabar! E essas peças dificilmente são encontradas em brechô!

Para você que achava que brechô era somente um depósito de coisas velhas ou o lugar onde você ia doar suas inutilidades, já sabe né, Brechô agora é tendência, está super ligado com o lance da sustentabilidade e investe cada dia mais em peças da moda, de marca. Para você que é atendida e não tem muita grana, corre para o brechô do Charme de Moça e seja Chic.



fotografia



p a u l o p e d r o n

dicando ideias

paulopedron.com

19 9783.5046
19 3039.2389

Petúnia com carinho. - Ele tem tantos amiguinhos, é tão popular

Os Dursleys eram espantosa-mente burros quando se tratava do filho

Livros que viraram filme

Livros que foram os fenômenos de seus autores agora vieram para realidade e essas histórias ganham atores para interpretá-las.



Facil vemos livros que se transformaram em filmes e até mesmo séries, como Gossip Girl e The Vampire Diaries. Muitas histórias que fazem sucesso nos papéis têm suas versões cinematográficas. Livros como os de Nicholas Spark foram adaptados e fizeram muito sucesso nas telonas. Um dos primeiros e mais famosos é "A Walk To Remember" ("Um Amor para Recordar", em português).

Ao falarmos de sagas que viraram filmes, temos exemplos de todos os estilos. Temos o mundo bruxo e mágico de Harry Potter, os vampiros gelados e lobisomens quentes da Saga Crepúsculo, os distritos de Jogos Vorazes, o precioso anel de Senhor dos Anéis, o detetive mais famoso do planeta Sherlock Holmes e até o armário que leva à Nâmia. E esses são apenas alguns dos exemplos.

Esses dois elementos unidos, livro e filme, fazem com que essas histórias atinjam milhões de pessoas e criem dezenas de fãs.

A paixão pela história se torna tão grande que eles chegam a criar nomes pros fãs mais obcecados. Por exemplo, Potterheads (Harry Potter), Twiligheters (Saga Crepúsculo), Tributos (Jogos Vorazes).

O fuzê do momento é a série de livros da saga "Fifty Shades of Grey" ("Cinquenta Tons de Cinza", em português) da autora britânica Erika Leonard James publicado em 2011. É um romance erótico, que conta a história de uma jovem que se apaixona por um homem rico e bem sucedido chamado Christian Grey. Quando eles começam um apaixonado e sensual caso de amor, ela descobre os segredos obscuros que Grey tenta manter escondidos, o mundo do sadomasoquismo. Pelo que vemos por aí os sucessos de bilheteria atraem cada vez mais jovens às livrarias de todo o mundo. E também, livros fazem sucesso e despertam a ambição de produtoras que fazem suas adaptações. E isso nos faz acreditar que sim, o pessoal ainda lê.

Matéria por Rafaela Ricco

vesse um pequeno indício cujo significado os trouxas não tivessem

es do já... helicópter

er do ec... nuava

ustralia... são. Q

gado a p... nada que

vária

o silêncio como um estampido; um gato saiu desabalado de baixo d

12 zig Zag |

rachado a cabeça ao meio. Agora cintilante, enquanto o locutor c

Z Moda

A moda pelo mundo

A Zig Zag esteve em Buenos Aires na Argentina e vem contar para vocês sobre como está a moda por lá.

Matéria por Francini Thuene

Buenos Aires, cidade onde o romantismo tem som de Tango traz uma identidade específica, as mulheres de argentinas tem uma mistura ainda muito forte influenciada pelo movimento hippie, percebemos que elas utilizam muitos colares, saias longas com flores, acessórios de cabeça e algumas influências do couro. Vemos que a moda que nós brasileiras temos que vem da América do Norte ou mesmo da Europa não entra muito, elas usam muito que elas mesmas acreditam serem confortáveis.

Porém em alguns outros aspectos, eles estão trazendo uma moda agora dos sapatos com uma plataforma reta, seja numa sandália ou nos sapatos fechados todos estão vindos nessa onda da plataforma, como vocês podem conferir nas fotos.

A ideia agora para o verão é a vinda das cores fluorescentes, vemos nas vitrines das lojas essas cores carregadas, a laranja, amarelas e o verde se sobressaem, essa moda agora atingiu tanto os acessórios como roupas normais, sejam para o dia ou para a noite e também para biquínis.

Nós brasileiras sempre adoramos essa coisa do fluorescente e já temos essa tendência vinda para o nosso país, que é tropical e tem tudo a ver com essa nova onda.



Vitrines repletas de cores neons de encher os olhos.



Em Buenos Aires vemos o laranja, amarelo e verde sobressaindo nas roupas neons.



Nos sapatos da moda também encontramos os neons marcantes.

Buenos Aires



Zig Zag 13

Z TV

Estréia de Séries Americanas Temporada 2013

Última Temporada de "Gossip Girl" e "Walking Dead" renovada.



Foi a partir de setembro que o mundo das séries maníacas ficou mais agitado. Isso porque foi nessa época que as principais apostas do ano para a programação estado unidense foram lançadas. Além claro, das outras séries que tiveram temporadas encerradas em maio e que voltaram a ser exibidas na mesma época. Tivemos o retorno da série médica mais dramática do momento "Grey's Anatomy" que retornou à programação mostrando o que aconteceu com os principais médicos de Seattle Grace após um trágico acidente de avião.

No ramo da comédia, tivemos a volta do adorado Sheldon Cooper na sexta temporada de "The Big Bang Theory", e com a sétima temporada já confirmada. "New Girl" e "Grimm" "Smash" e "Revenge" voltam à TV para sua segunda temporada após uma boa estreia.

Tivemos o retorno do coral mais animado, teatral e problemático já existente. "Glee" voltou dia 13 de setembro, mostrando uma nova galera, mais madura e mais independente. E com participação mais do que especial de Kate Hudson. E depois de

um ano conturbado e indeciso, e alguns problemas de elenco "Two and a Half Men" retorna para a sua décima temporada e com participação especial de Miley Cyrus.

E falando em problemas no elenco de Two and a Half Man, tivemos a estreia de "Anger Management", nova produção estrelada por Charlie Sheen (que no Brasil estreou no dia 20 de setembro).

"Beauty and the Beast", uma versão moderna do conto de fadas "A Bela e a Fera", outra série mistura o universo adolescente com criaturas da fantasia estreou também esse ano.

Algumas séries entraram em sua reta final, sua última temporada. "Gossip Girl", por exemplo, chega ao fim com sua sexta temporada e "Fringe", atração de J. J. Abrams também termina depois de cinco temporadas. Há também algumas comédias famosas que se encerram nessa temporada. Há sete anos no ar, "30 Rock", com Alec Baldwin e Tina Fey encerra com uma temporada mais curta de 13 episódios. "Parks and Recreation" também chega ao fim.

Matéria por Rafaela Ricco

Z Música

A banda mais bonita de Curitiba

Sucesso do ano passado é lembrado pela Zig Zag Por Edilayne Louise

"Bandas que começaram a fazer sucesso pela rede on line? Eu conheço um monte!"

E você, consegue contar quantas bombaram na internet, ou precisa de mais dedos?

Como por exemplo, aquela banda de gente bonita e talentosa que se contarmos o nome, todo mundo vai lembrar: **A banda mais bonita da cidade!**

Podemos citá-la como um exemplo forte, pois era uma banda relativamente desconhecida que só começou a fazer sucesso em 2012 depois que lançou o videoclipe "Oração" no Youtube.

"Meu amor, essa é a última oração, pra salvar seu coração..."

Vamos lá, quem nunca ouviu falar, ou não conhece a banda, aí vai um pouquinho da sua história:

A **BANDA MAIS BONITA DA CIDADE** é uma banda musical brasileira, de MPB e Indie Rock que teve seu início em 2009 em Curitiba por cantores, músicos e compositores locais que tinham uma mesma intenção: A Construção, desconstrução e reconstrução de arranjos, de instrumentos e de formações para chegar próximo ao estilo - que a própria banda apelida de - "brega-folk-rock-mimim".

São eles: Uyara Torrente (canto), Vinícius Nisi (violão,

teclado), Rodrigo Lemos (ukulele, guitarra), Diego Praça (violão, baixo), Luis Bourscheidt (percussão, bateria).

O VIDEOCLIP "ORAÇÃO" começou apenas com uma pessoa e uma ideia. A pessoa é popularmente conhecida como "Leo Fressato" e sua ideia seria oferecer uma nova visão aos expectadores, através de uma música gravada ao vivo, no momento da filmagem, onde os músicos envolvidos poderiam mudar continuamente, transformando a dinâmica da canção, em uma única história.

Pois assim então, Leo decidiu unir-se à banda mais bonita de Curitiba, e o videoclipe recebeu quase 5 milhões de visualizações em três semanas de lançamento. Foi considerada também a revelação musical videoclípica da semana pelo site da MTV.

Se ficou com vontade de ouvir um pouquinho das músicas bonitas, é só acessar o site oficial da banda: <http://www.abandamaisbonitadacidade.art.br>



Z Jogos

Pra você que é ligado em games, temos dicas dos melhores jogos, de todos os gostos!

Quer começar a jogar e não sabe com quais jogos? Por Bruna Francine

Um dos jogos mais famosos para **SMARTPHONES** é **ANGRY BIRDS!** Aquele jogo dos pássaros mais famosos que são jogados de um estilingue, para acabar com os porcos que roubaram seus ovos!

No mês de novembro, a Rovio (produtora) fez uma extensão do Star Wars, que foi sucesso, logo após do Angry birds space. Essa versão fez a cada um dos pássaros um personagem do filme, com trilha sonora e tudo mais! Ficou curioso? Baixe através do seu smartphone AGORA! (android e iPhone)



Bom, juntando todos, um jogo que está fazendo sucesso em todo país é o game de dança **JUST DANCE 4** o mais esperado desse ano para **WII** e **XBOX**!!! Com hits atuais como Move Like Jagger, Call me maybe, On the floor, So What, Domino e entre outras. Esse game é febre em todo lugar, e agita qualquer festa!

Para os fãs de **PS3** o top da semana é **Uncharted 2** é um jogo de ação-aventura jogado em terceira pessoa. O personagem é estilo Lara Croft.

Para os fãs de **XBOX 360** temos o **MASS EFFECT 2**, um jogo de RPG, onde tem uma das pontuações mais alta no site GameRankings.com, sendo o 3º melhor de todos os tempos segundo o mesmo.



Z Entretenimento

Fantasma da Ópera

Matéria por Rafaela Ricco

"Teatro musical é um estilo de teatro que combina música, canções, dança e diálogos falados" E quando te damos essa definição, qual é o primeiro teatro que vem à cabeça? Eu diria o teatro da Broadway. "Teatro da Broadway" ou "espetáculo da Broadway" é uma expressão que refere-se na verdade a uma peça ou musical apresentado em um dos 39 grandes teatros profissionais localizados no Theater District na Avenida Manhattan Street, a mais longa e antiga avenida da ilha de Manhattan, no coração da Times Square em Nova York. Ufa! As primeiras encenações da Broadway ocorreram a partir dos séculos 18 e 19 por volta de 1857 com espetáculos burlescos, as óperas e os dramas shakespearianos. A primeira peça no estilo musical foi "The Elves", de artistas ingleses, e ficou em cartaz por algumas semanas. Os musicais,

especificamente, representam uma indústria que movimenta 5 bilhões de dólares a cada ano. Outras muitas viram adaptações cinematográficas hollywoodianas.

Como por exemplo: Evita, Mamma Mia (inspirada na banda ABBA), Mary Poppins, Fantasma da Ópera, Lago dos Cisnes entre outros. O Fantasma da Ópera é um romance francês escrito por Gaston Leroux, inspirado no livro Trilby de George du Maurier. É um dos musicais há mais tempo em cartaz na História. Desde 1986 o espetáculo já foi visto em 124 cidades de 25 países por mais 100 milhões de pessoas, e



entretenimento com mais sucesso que alguma vez existiu.

O fantasma da ópera é considerada uma obra gótica por combinar romance, horror, mistério e tragédia. A primeira versão para o cinema foi em um filme mudo e em preto-e-branco, realizado em 1925. A história se baseia entre a música e o amor.

Formando um triângulo amoroso assustador e envolvente, onde se encontra um terrível medo e um amor entre uma cantora lírica, um conde apaixonado e um "fantasma" obcecado. "O Lago dos Cisnes" é um marco na história da dança. Pela primeira vez

as bailarinas usaram a saia curta - o tutu bandeja - e rompeu-se um padrão estético. O enredo da peça deu origem ao filme "Cisne Negro" que alia a busca insana por perfeição e a competitividade na dança. A tragicidade do conto de fadas é explorada ao máximo na produção cinematográfica. O sucesso do filme deve-se muito às excelentes interpretações. Natalie Portman sua dedicação para as filmagens é assustadora. Devido a uma rotina de treinamento agressiva - primeiro cinco, depois dez horas diárias ao longo de quase um ano, Natalie chegou a perder 10 quilos e sofreu algumas fraturas, como uma costela deslocada e uma batida de cabeça durante uma cena causando uma concussão que exigiu uma ressonância magnética. Mas no final todos os esforços e hematomas valeram a pena, Natalie foi a vencedora do Oscar de Melhor Atriz por sua interpretação no filme.



O Lago dos Cisnes

16 Zig Zag

Z Viagens

Viagem ao Exterior

Matéria por Edlaine Louise

Ultimamente as viagens ao exterior estão bombando, mas a nossa dúvida sempre permanece: Para onde ir? O que fazer?

A Zig Zag fez uma matéria especial que conta tudo sobre algumas das tão-sonhadas Viagens ao Exterior! O primeiro ponto para pensar e refletir na hora de tomar a decisão é: "Qual é o meu objetivo?"

As agências de viagens promovem todo tipo de programas, desde os de lazer, compras, trabalho, estudos, cultural, e até para aqueles que só querem curtir! Ai vão alguns exemplos e dicas também:



TRABALHO NOS EUA:

Um dos trabalhos para o público universitário que sempre foi, e ainda é bem famoso, é o "Trabalho de Férias" nos Estados Unidos. Exige nível médio/avançado de inglês; flexibilidade para se adaptar nos diversos tipos de trabalho e ter entre 18 e 26 anos.

Geralmente você será selecionado previamente para ir até uma feira, onde encontrará seu trabalho dos sonhos, que poderá ser em hotéis, parques, resorts, restaurantes, e muito mais. Se você se encaixa nesses três tópicos, e tem vontade de conhecer o "American Way of Life" com certeza irá desfrutar muito dessa experiência maravilhosa, além de voltar para o Brasil cheio de dólares no bolso, isso é, se conseguir guardar diante de tantas tentações naquele "mundo fantástico"!

TRABALHO + ESTUDO:

Para quem quer fugir um pouquinho do estilo "americanizado", existem também intercâmbios de estudo+trabalho em três mega países que a galera está adorando: Canadá, Irlanda e Austrália. Exige: nível do inglês mediano; disponibilidade de tempo e flexibilidade para adaptação em diversos meios.

Se você sempre sonhou em estudar em outro país, mas já passou da época do colegial, existem inúmeros programas que vão desde os 19 anos até mais de 30, e te levam para estudar e também trabalhar fora. Além de estar intensificando uma segunda língua, você também estará colocando-a em prática no dia-a-dia... Sem contar que toda essa experiência estará brilhando no seu currículo quando voltar!



TRABALHO VOLUNTÁRIO:

Se o seu sonho é desbravar novos países, conhecer culturas totalmente diferentes, se aventurar e se doar de corpo e alma pra uma nova nação, vai amar essa: Trabalho Voluntário na África, Peru e Índia.

Este trabalho é diferente dos demais. Ele não está disponível apenas para brasileiros, mas sim pra jovens de todo o mundo que desejam trabalhar diretamente com animais selvagens, em seu habitat natural; cuidar de crianças e jovens doentes; ensinar comunidades sobre línguas, culturas e artes; conviver junto a uma família local, aprendendo sua cultura e seus costumes. Poder ser feito individualmente ou em grupos, conhecimento da língua nativa e ter a partir de 18 anos. Se você adoraria se aventurar em um país com costumes totalmente diferentes do seu, e está em busca de um mundo melhor, este é o tipo de trabalho feito pra você!

BABÁ NOS EUA:

Você provavelmente já ouviu falar do termo "Au Pair", certo? Au Pair vem do Francês, e significa "À pair", ou "igual" indicando a relação de um ser entre outros iguais, que no caso se refere à tão famosa Babá, que cuida de bebês, crianças e até de jovens pelo mundo todo. Nos Estados Unidos, esse trabalho está sendo o mais "vantajoso" para os jovens brasileiros a partir de 18 anos, pois consegue unir trabalho, estudo e diversão. Porém só tem um detalhe (ou não) você precisa AMAR os "baixinhos"!

É necessário ter um nível de inglês mediano; ser maior de 18 anos; ter pelo menos uma base de experiência com crianças. As famílias norte-americanas estão acostumadas - e até preferem - contratar jovens do Brasil para trabalharem como Babá de seus filhos. O investimento é menor e, além disso, podem aprender uma segunda cultura em troca. A Au Pair, cuida, alimenta, leva à escola, ensina, ajuda, e tem que estar o tempo todo ligada nos pequenos. A família antes faz uma entrevista para conhecer a candidata, pois é nela que terá total confiança durante todo esse tempo.





Gangnam Style

Novo single do rapper sul-coreano PSY, atingiu mais de 760 milhões de visualizações no Youtube, e sua dançinha estilo cowboi, está sendo imitada no mundo todo, desde escolas e estádios, navios da marinha, até em prisões. Veja o vídeo digitando "Psy – Gangnam Style" no Youtube.



Como eu me sinto quando

Um dos Tumblr mais comentados do momento, reúne diversas situações do nosso cotidiano de uma maneira bem humorada. Vale a pena dar uma conferida e dar altas risadas. Acesse comoeuemesintoquando.tumblr.com



Vida Universitária

Começou na cidade de Limeira com a intenção de um portal de novidades, Dicas de estágio, faculdades, música, festas, e tudo que possa envolver a vida universitária. Mais tarde foi lançado uma FanPage no Facebook, e hoje tem mais de 14 mil pessoas que Curtem. Curta você também acessando: facebook.com/vida.universitaria.Brasil

TOP 6

Top 6 vídeos, sites e assuntos que bombaram na última semana.

Matéria por Rafaela Ricco

Porta dos fundos

Dos mesmos criadores do site de humor "Kibe Loco" veio o canal de vídeos de sucesso. Com vídeos de humor sobre temas variados que você com certeza vai se divertir. Um bom exemplo é o vídeo em crítica ao "Spolato" e que acabou se tornando uma publicidade da empresa de alimentos. Se inscreva no canal do Youtube: www.youtube.com/portadosfundos



9GAG - Just for Fun

O nome já diz tudo. É um site de humor, criado em Hong Kong, que recebe mais de dois milhões de acessos por dia no mundo todo. Foi lançado em 2008, e nunca saiu de moda. Cada postagem, é nomeada como "Gag" e o site originalmente apresentava 9 postagens por página, e então recebeu esse nome. Acesse: 9gag.com



Enjoei - Brechô online

Brechôs estão se tornando mais vantajosos a cada dia, e porque não um na internet? Enjoei é um brechô online com novidade a cada hora. Roupas e acessórios de todos os estilos e com os melhores preços encontrados. Veja com seus próprios olhos e aproveite para comprar a nova roupa para aquela balada imperdível. www.enjoei.com.br





NÓS ENXERGAMOS A **OPORTUNIDADE**
PARA SUA EMPRESA CRESCER NOS
MÍNIMOS DETALHES.

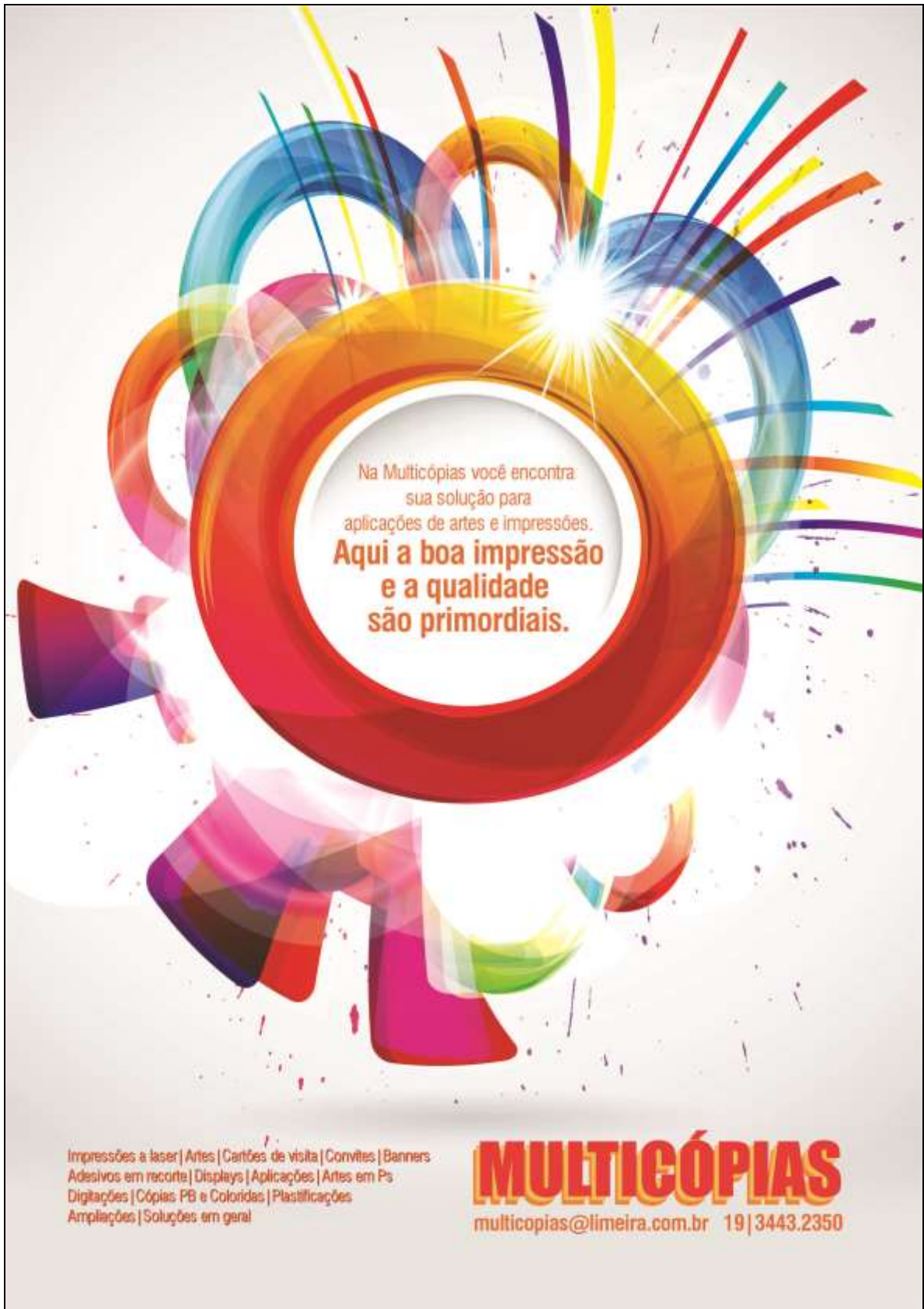
Planejamento estratégico
Comunicação visual
Marketing digital
Assessoria de imprensa
Eventos comemorativos



Fale conosco e descubra um mundo de oportunidades ao seu alcance.
(19) **3701.3767** | dephinitiva@dephinitiva.com.br

Visite:

www.dephinitiva.com.br



Na Multicópias você encontra
sua solução para
aplicações de artes e impressões.
**Aqui a boa impressão
e a qualidade
são primordiais.**

Impressões a laser | Artes | Cartões de visita | Convites | Banners
Adesivos em recorte | Displays | Aplicações | Artes em Ps
Digitações | Cópias PB e Coloridas | Plastificações
Ampliações | Soluções em geral

MULTICÓPIAS
multicopias@limeira.com.br 19 | 3443.2350