

Universidade Nova de Lisboa  
Faculdade de Ciências Sociais e Humanas  
Departamento de Ciências da Comunicação



As Revistas Femininas e as Imagens de Perfeição num Mundo  
Imperfeito

Relatório de estágio orientado pelo Prof. Dr. Nelson Traquina

Catarina Gonçalves Alves de Sousa, aluno nº 26459

Mestrado em Jornalismo

2010

## Introdução

O presente relatório de estágio tem como objectivo descrever em pormenor o trabalho prático realizado na revista *Máxima*, o qual teve início no dia 17 de Março, tendo terminado no dia 2 de Julho de 2010.

Este relatório divide-se em duas partes. Em primeiro lugar, haverá uma breve apresentação da entidade de acolhimento, procedendo-se a uma caracterização detalhada da mesma, passando pelo funcionamento e dinâmica da redacção, sem esquecer de mencionar as principais funções que desempenhei durante o período de estágio. Em seguida, surge uma breve elaboração acerca do tema do jornalismo digital vs. Jornalismo tradicional no caso da revista *Máxima*.

A segunda parte do presente relatório centra-se em reflexões e levantamento de problemas relativos à imagem da mulher nos media, em particular nas revistas femininas, e como esta afecta a percepção e comportamentos das mulheres no dia-a-dia e na sociedade moderna. Mais uma vez, todas as teorias descortinadas neste ponto serão comparadas com exemplos verificados durante o estágio na revista *Máxima*.

## **PARTE I:**

### **A Entidade de Acolhimento: Revista Máxima**

As revistas femininas fascinam-me desde a infância. Desde as dicas de beleza, à moda, aos artigos mais sérios. O meu primeiro contacto com uma revista deste género deu-se quando tinha cerca de nove anos e, nessa altura e nos anos seguintes, ou seja, durante a puberdade, todas as jovens procuram uma referência externa, conselhos e essencialmente uma espécie de guia que lhes facilite a passagem por este período tão conturbado. Para além disso, as revistas femininas juvenis oferecem às jovens desta idade a oportunidade de se relacionarem e identificarem de alguma forma com os seus ídolos.

Claro que as revistas evoluem, actualizam-se e existem para todas as idades, tentando adaptar-se a todas as mulheres.

A Máxima sempre foi uma das minhas revistas portuguesas favoritas e sempre apreciei a classe e bom gosto com que tratavam até dos temas mais controversos. A qualidade das produções de moda, da fotografia e do conteúdo tornou claro para mim que era lá que gostaria de estagiar e pôr em acção os conhecimentos adquiridos nas aulas do mestrado.

Esperei alguns meses até me chamarem para o estágio e, logo no dia em que recebi o telefonema em que me convidaram para uma entrevista na Máxima, recebi outro a propor-me que me reunisse com a directora de outra revista feminina, a Cosmopolitan. No entanto, a escolha estava feita; podendo ter uma oportunidade na Máxima, não iria desistir dela.

#### **1.1.A integração na entidade de acolhimento e o espaço de trabalho**

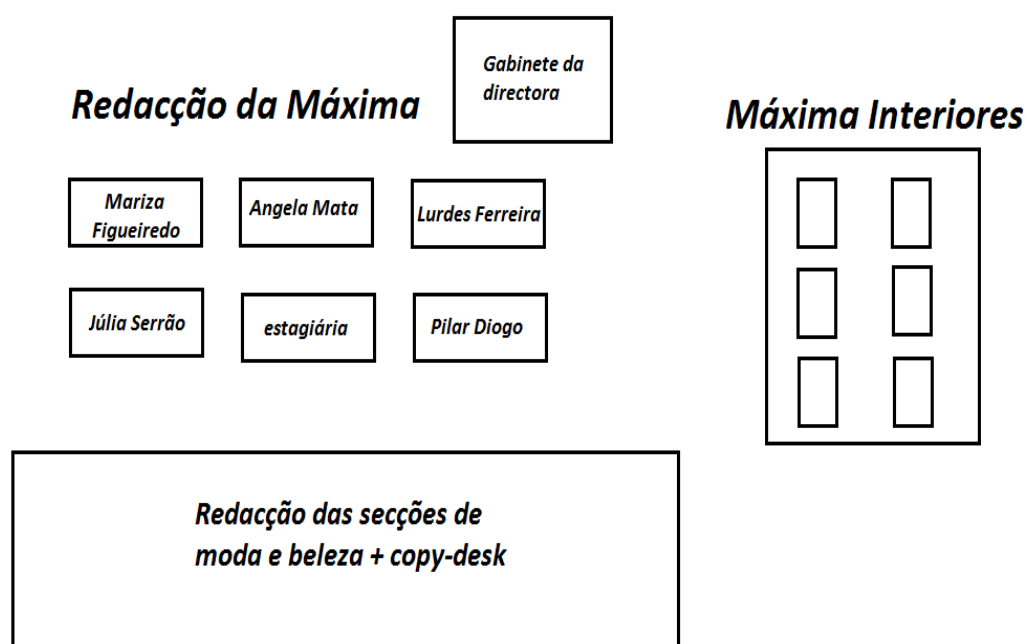
O meu estágio na Máxima começou no dia 17 de Março, exactamente dois dias após a entrevista. Acabada de chegar às instalações da redacção deparei-me com aquilo que me pareceu uma encruzilhada de corredores todos iguais e com as mesmas cores. Os “muros” eram feitos de revistas, centenas delas, e havia placas com setas que apontavam para vários destinos: Rotas&Destinos, Vogue, PC Guia, GQ, e, por fim, Máxima e Máxima Interiores.

Ao entrar na zona destinada à Máxima vêem-se três ajuntamentos de secretárias: o primeiro é composto pela secção de moda e beleza, mesmo atrás da redacção da revista, enquanto do lado

direito, com um espaço grande no meio se situa a redacção da *Máxima Interiores*, revista de decoração com a sua própria redacção, independente da *Máxima*. No meio desse espaço, entre ambas as redacções, situa-se o gabinete da directora da *Máxima*, Laura Luzes Torres.

Às dez em ponto, hora de entrada, a minha orientadora de estágio já se encontrava na redacção. Mariza Figueiredo, jornalista da *Máxima* e anteriormente da revista *Elle* já conta com uma vasta experiência em jornalismo. A sua simpatia e descontração deixaram-me rapidamente à vontade numa situação em que normalmente os nervos apertam, especialmente quando se trata de um estágio já há muito desejado.

Foi-me indicado o meu lugar. O meu posto de trabalho era composto por uma secretária e um computador e, ao contrário de outro estágio que havia realizado numa revista, desta vez fui colocada na redacção, como o que seria esperado. Acredito que beneficiei imenso desta experiência não só pelo trabalho que desempenhei, mas por ter tido a vantagem de estar na própria redacção, de sentir o ambiente de trabalho diário daquela equipa e de ter tido proximidade suficiente com o seu trabalho, o que me deu uma ideia mais precisa de como funciona aquela revista por dentro. Por fim, a “magia” das revistas femininas foi-me desvendada e compreendi finalmente como se chega ao produto final.



Esquema 1

Como se pode ver nesta imagem a redacção da *Máxima* que integrei durante as mais de quinhentas e noventa horas de estágio distribuídas por quase quatro meses, a equipa é constituída por Mariza Figueiredo, destacada para ser minha orientadora de estágio como já referi, por Angela Mata, uma jovem praticamente recém-chegada à *Máxima*, jornalista de formação que trabalha essencialmente no website da revista e realiza entrevistas a figuras públicas para certas secções da *Máxima*, por Lurdes Ferreira, secretária de redacção, Júlia Pinheiro, jornalista responsável pela maior partes dos artigos da revista, principalmente com os que dizem respeito à saúde, auto-estima e bem-estar, pelas estagiárias, ou seja, por mim durante o tempo de estágio e, finalmente, por Pilar Diogo, chefe de redacção.

## **1.2. A organização interna da revista**

Na *Máxima*, todos os artigos, independentemente por quem sejam escritos, são guardados no sistema geral alojado num disco em todos os computadores, cujas pastas têm números correspondentes às revistas. Por exemplo, se estamos no mês de Abril, a revista de Junho já está a ser preparada, pois a de Maio terá saído no início do mês de Abril. Portanto, a revista de Junho sairá no início do mês de Maio. Ao serem guardados na pasta comum de todos os artigos para a próxima revista a sair, ficam lá a aguardar a leitura e/ou correcção por parte da chefe de redacção. Após aprovar os artigos, entrevistas e pequenas notícias, a Pilar coloca-os numa outra pasta com o mesmo número da anterior, mas com a palavra REVISTO a diferenciá-la, de forma a que quem trabalha na parte dos gráficos possa começar a colocar os textos no layout final das páginas da revista sem ter que pedir confirmação à chefe de redacção.

O gabinete dos gráficos situa-se no mesmo piso que a *Máxima*, mas com alguns corredores a separar ambos os espaços. A comunicação entre os gráficos e os jornalistas da redacção é, por vezes, necessária quando os primeiros precisam de um pedaço de texto- por exemplo, pequenas notícias sobre acessórios de moda- para preencher um espaço em branco, ou quando, pelo contrário, vêem que alguns textos têm caracteres a mais e têm obrigatoriamente de cortar algum texto. Só os jornalistas podem fazê-lo, mas não tem que ser forçosamente o jornalista que escreveu o texto. Durante o meu estágio deram-me ambas as tarefas: a de cortar palavras de textos de outrém, assim como dos meus, e de escrever as pequenas peças para “tapar buracos”.

As pessoas que trabalham na redacção da moda e beleza não escrevem apenas para a revista ou para o site; metade do seu tempo é dividido entre a redacção, as compras do guarda-roupa e as sessões fotos com as personalidades e/ou celebridades, onde são responsáveis pelo *styling*. Para além disso, a secção de beleza da Máxima online fica sempre a cargo das responsáveis pela beleza. As jornalistas de moda encarregam-se também da produção de conteúdos exclusivos para o website, como por exemplo as novas tendências da estação, sempre visíveis na *homepage*.

Isto é, de forma resumida, como funciona a dinâmica da revista. Assemelha-se, de alguma forma, às linhas de montagem das fábricas; tudo tem uma lógica, um processo, uma ordem especial.

Sempre me questionei como funcionavam e como seria estar presente numa reunião de redacção. As séries de televisão e filmes em que as protagonistas são jornalistas de revistas femininas, como *Ugly Betty*, têm tendência a glamorizar as reuniões de redacção como eventos mensais em que os jornalistas se reúnem com os editores, directores, gráficos e chefes de redacção para discutir e dar sugestões sobre que temas tratar para a próxima edição da revista. Mais à frente no presente trabalho abordarei os vários estereótipos relacionados com o jornalismo das revistas femininas, se bem que esse tema é pertinente neste capítulo por causa das reuniões de redacção.

Na primeira reunião que houve na Máxima desde que tinha dado início ao meu estágio, foi-me aconselhado pela minha orientadora que estivesse presente para ver como era. Na Máxima, as reuniões de redacção têm lugar no gabinete da directora Laura Torres e não se realizam obrigatoriamente todos os meses, mas sim quando a redacção ou a directora acreditam ser necessário. Portanto, pode haver, por exemplo, duas reuniões de redacção num mês.

A primeira vez que assisti a uma destas sessões, a equipa da Máxima conseguiu planear o conteúdo das três edições seguintes da revista.

Às sessões que servem para acordar o conteúdo das próximas revistas, assistem as jornalistas de moda e beleza, bem como as da redacção, a secretária de redacção o director editorial da Máxima, Manuel Dias Coelho e a directora Laura Torres.

A revista Máxima tem um acordo com a revista francesa *Madame Figaro* que possibilita o uso de fotos, normalmente as que acompanham alguns artigos ou, por vezes, as da capa, mas compra também artigos à mesma publicação. A grande maioria das entrevistas a celebridades internacionais é feita por colaboradores estrangeiros, como é o caso de Harold van..., que trabalha

muitas vezes com a *Máxima*. Outros artigos que não são assinados por Pilar Diogo, Mariza Figueiredo ou Júlia Serrão, são da autoria de colaboradores externos e/ou em regime de freelance, como Anabela Mota Ribeiro, ou de estagiárias, como no meu caso.

### **1.3.O trabalho**

Neste ponto do relatório irei descrever ao pormenor que tipo de trabalho e tarefas realizei durante o meu estágio na revista *Máxima*. Decidi, no entanto, dedicar os primeiros parágrafos às expectativas que tinha relativamente àquilo que me pediriam para fazer na revista para, mais tarde, poder comparar com o que realmente fiz.

À minha chegada, logo após ter ligado o computador, a minha orientadora não hesitou em dar-me a entender que o meu primeiro dia ia ser já um longo dia de trabalho, o que não foi de modo algum inesperado. Lembro-me da sua primeira pergunta: “Já viu o nosso site?” Confesso que esta pergunta me deixou um pouco embaraçada, pois quase nem conhecia o website da *Máxima*, uma vez que compro sempre a versão tradicional da revista. Este foi o ponto de partida para os meus primeiros trabalhos no estágio.

Posso dizer que a primeira coisa que fiz na *Máxima* foi explorar o site e ver como escreviam as notícias.

Aparentemente, o *website* da revista era visto com grande importância na redacção e na secção de moda e beleza. Era claro que a equipa da revista estava a fazer um esforço consciente por se actualizar e criar plataformas digitais para promover a revista e criar pontes de mais fácil acesso entre a redacção e as leitoras.

À primeira vista, a *Máxima* online, ou seja, o website, parecia de construção básica e, com sinceridade, não muito apelativo, mas fiquei impressionada com a iniciativa da redacção, principalmente de Mariza Figueiredo, que trabalhava arduamente no website e, por vezes, só mesmo no website. Juntamente com Angela Mata, escreviam as notícias e mexiam directamente na parte informática do website, colocando lá as próprias notícias. Contudo, o resto da redacção contribuía para outra parte do site; o blogue. O blogue da *Máxima*, assim como o site, foi criado por Mariza Figueiredo, mas os seus contribuidores espalhavam-se pela redacção principal e pela

redacção de moda e beleza. No blogue fala-se de tudo e é-lhes permitido escrever na primeira pessoa, coisa que nunca puderam nem poderão fazer alguma vez na revista enquanto jornalistas. Os temas eram à escolha; um *post*<sup>1</sup> tanto podia dar a conhecer a nova colecção Primavera-Verão de um grande designer, como do novo animal de estimação de quem escreve. A ideia, bem conseguida na minha opinião, é fazer com que as leitoras se sintam mais próximas de quem escreve e de humanizar as jornalistas da *Máxima* aos olhos do público-alvo.

Relativamente ao meu trabalho, devo dizer que se dividiu entre a parte online e a própria revista, mas a minha orientadora deixou claro que, se a chefe de redacção me confiasse alguma trabalho para a revista, lhe devia dar prioridade.

As primeiras notícias que escrevi para a *Máxima* online- e as mais abundantes nesta altura- foram de moda. Todos os dias chegavam dezenas de *press releases* às caixas de correio da Angela e da Mariza, que passaram a reencaminhar a maioria para mim. A partir desta informação que nos era enviada pelas marcas, deveríamos ser capazes de transformá-la em pequenos textos de três ou quatro linhas resistindo à tentação de usar palavras tão aliciantes como nos *press releases*, uma vez que o site não servia para convencer as leitoras a adquirir os produtos, mas sim informá-las da sua existência.

Após a primeira série de pequenas notícias que escrevi, enviei à Mariza o documento onde todas se encontravam juntamente com as imagens que escolhi de cada um dos e-mails originais onde vieram anexados os *press releases* e as imagens dos produtos. A seguir, a Mariza reenviou-me o e-mail já com as notícias corrigidas para que eu visse como é que ela queria que as notícias fossem escritas. Este foi o meu primeiro contributo para o *website* da *Máxima*.

Ainda no primeiro dia, aliás, nas primeiras horas de estágio, a chefe de redacção Pilar Diogo pediu-me que escrevesse uma publibreportagem sobre uns novos produtos da marca Dove. Tal como as notícias da internet, a informação destes produtos- que devia contar da publibreportagem- foi-me enviada por e-mail. Na verdade, nunca até então tinha ouvido o termo *publibreportagem*, pelo que decidi contornar o problema com mais uns minutos de exploração, desta vez à revista. Como leitora confesso que muito raramente leio as páginas de informação relativas a um produto, pois parecem-me sempre publicidade “pesada”. O que eu desconhecia era que eram os próprios jornalistas das

---

1 Nome dado a cada publicação ou entrada num blogue.



redacções que escreviam o texto informativo/publicitário dos produtos anunciados; sempre pensei que os textos viessem directamente das marcas.

Sem mencionar que nunca tinha feito aquele tipo de trabalho, acabei o texto sobre os novos produtos da Dove e enviei à Pilar.

O trabalho que produzi exclusivamente para a revista consistiu em pequenas notícias, inicialmente, para as secções ZOOM, situada nas primeiras páginas de cada edição, para a secção BAZAR, que se encontra nas últimas páginas e para o MIX, também mais próximo das últimas páginas da revista. Apesar de parecerem idênticas, estas três secções da revista têm algumas diferenças. As notícias que se encontram no ZOOM são menos numerosas, mas os textos são mais longos e oferecem mais detalhes, enquanto as do BAZAR são numerosas- aparecem várias na mesma página-, mas com uma quantidade de caracteres significativamente menor. O MIX é uma secção reservada para notícias como as do ZOOM, mais detalhadas e com textos mais longos, mas onde os produtos de beleza têm mais destaque do que os que dizem respeito apenas à moda.

No último mês de estágio, a Pilar começou a pedir-me que escrevesse notícias para duas áreas de outra secção da revista. *A Boa Vida* é uma parte da revista que se situa, mais uma vez, quase no final da revista, que tem como objectivo mostrar objectos e viagens de luxo. O que eu fiz para aqui foram notícias para os *destinos de luxo* e para a parte *gourmet*.

Este tipo de trabalho era-me solicitado quase sempre perto do fecho da revista. O resto do tempo foi passado a produzir notícias para o *website*, pois sendo uma plataforma digital, pode ser actualizada com mais frequente e com notícias mais “frescas”, daí ser necessário estar sempre a produzir notícias. Falarei mais acerca da Máxima online na secção 1.4.

### **1.3.1. As expectativas e os primeiros trabalhos assinados**

Decidi falar um pouco acerca das expectativas que tinha previamente ao início do estágio e comparar com o que foi feito e que metas foram atingidas.

Penso que é claro que, quando disse que há já muito tempo desejava realizar um estágio na Máxima, tinha expectativas mais ao menos altas quanto ao trabalho que esperava realizar. O meu “sonho” não era exactamente escrever pequenas notícias pouco relevantes para a revista, sem nunca

ter oportunidade de ter uma peça assinada por mim. Há quem possa discordar e ainda afirmar que numa revista não existem notícias ou artigos pouco importantes, o que, para um actor será o mesmo que dizer que não há papeis pequenos. Mas há-os e há que reconhecer isso, mas também aceitar que, na condição de estagiário, se começa por baixo e muito lentamente. Compreendi a inevitabilidade desta situação e fiz o meu trabalho sempre com motivação, mas sempre desejando que me fosse confiado um projecto para o qual fosse necessário fazer pesquisa e, quem sabe, realizar algumas entrevistas, ter contacto com profissionais e fontes importantes para o mesmo projecto.

Durante o tempo que estive a estagiar na revista *Máxima* tive, para além das funções que já descrevi, dois trabalhos diferentes dos que fazia mensalmente para a revista.

A elaboração do primeiro artigo foi-me “encomendada” pela jornalista Júlia Serrão com o consentimento de Pilar Diogo, uma vez que a primeira reconheceu que tinha excesso de trabalho. Júlia Serrão escreve também para outras revistas, como a *Caixa Woman*, revista da Caixa Geral de Depósitos. Na *Máxima* encarrega-se de escrever vários artigos todos os meses, principalmente para as secções de Saúde e Bem-Estar, como já foi referido.

Assim, herdei um artigo que teria sido escrito pela Júlia para a edição de Junho de 2010. O título e a entrada já estavam escritos:

### *20 Conselhos para um Verão Saudável*

*Pequenos gestos fazem uma grande diferença. Na praia ou no campo, onde quer que esteja, aproveite as férias para cuidar de si de forma descontraída.*

Como o título indica, tive que oferecer no artigo vinte conselhos para tornar a vida-presumivelmente das leitoras- mais saudável.

Enquanto escrevia o artigo, a Pilar sugeria-me que me baseasse em alguns recortes de revistas internacionais, como a *Vanity Fair*. Para além da consulta deste tipo de revistas, pesquisei arduamente na internet e em livros de saúde- da biblioteca da *Máxima*- por sugestões práticas e úteis para o artigo. A biblioteca da *Máxima*, como chamam ao conjunto de livros agrupados por

secções em armários, foi-me bastante útil neste trabalho. Foi um artigo que me deu bastante prazer a escrever e foi perfeito para primeiro artigo, devido à sua simplicidade e ao facto de ter sido simples e divertido escrevê-lo. A pressão para atingir um resultado final satisfatório fez-se sentir pouco graças a estes factores. Após ter terminado e de ter sido aprovado pela chefe de redacção, seguiu para os gráficos e, finalmente, para as páginas da revista de Junho.

Durante uma reunião de radacção foi sugerido pela directora Laura Torrer que fosse eu a escrever um artigo de saúde para a revista de Agosto, dado que a jornalista Júlia Serrão já teria que fazer muitos trabalhos jornalísticos para a revista de Agosto. O tema seriam as doenças sexualmente transmissíveis, que aumentam exponencialmente nos meses de Verão, pelo que se adequava perfeitamente à revista de Agosto.

Este artigo, ao contrário do que tinha escrito anteriormente, obrigou-me a adoptar um tom mais formal, mais forte e directo, dada a seriedade do tema.

A pesquisa para o referido artigo baseou-se em informação disponível online da Direcção-Geral da Saúde (DGS), da Organização Mundial da Saúde (OMS), de vários websites oficiais internacionais, de livros de saúde da biblioteca da Máxima e usei como fonte, finalmente, a Dr.<sup>a</sup> Maria do Carmo Rocha e Silva, especializada em ginecologia e médica na clínica Medicil no Porto.

A entrevista, bem como a elaboração do texto correram bem, sem qualquer dificuldade ou problema, mas desta vez a pressão foi maior, talvez por ter sempre presente a preocupação de não passar ao público informações erradas, principalmente sobre um assunto tão grave e delicado como o das doenças sexualmente transmissíveis.

Após a revista ter ido para as bancas no início do mês de Julho, a directora Laura Torres elogiou directamente a minha pesquisa e o meu texto, dizendo que tinha escrito muito bem o artigo e que era notório que tinha realizado uma pesquisa intensiva.

Posso dizer que este foi o ponto alto do meu estágio na revista Máxima. O meu nome já aparecera duas vezes em duas edições diferentes da revista, produzi conteúdo adicional para a mesma, mas também para o site. Para além disso, pude assinar vários *posts* do blogue e partilhar com as leitoras da Máxima online vários temas interessantes, produtos úteis e muitas curiosidades relevantes.

Agora que já aprofundei este relatório relativamente ao trabalho que desempenhei durante o estágio curricular, resta-me apenas fazer o mesmo com a Máxima online.

### 1.4.O site antigo vs. O novo site

À primeira vista, o site da Máxima era, como já mencionei mais atrás, de aspecto e construção básica, ou seja, podia ser mais apelativo.

Eis um printscreen da homepage do site da Máxima assim como o conheci:



Figura 1



Figura 2

Desde o primeiro dia de estágio que ouvia falar num novo site. Enquanto ia fazendo notícias para o site- na altura- actual, a Mariza e a Angela já estavam a preparar o que viria substituí-lo. Trabalhavam no conteúdo, mas também na organização interna do site, que viria a ser totalmente diferente do anterior.

No primeiros site todos os dias saía uma nova notícia de moda. A secção de beleza tinha uma frequência de notícias ligeiramente menor, enquanto a actualidade- notícias do Mundo- era uma secção actualizada quando havia notícias relevantes para serem lá colocadas, o que, por vezes, me parecia insuficiente para captar a atenção das leitoras online, pois ao entrar no site era das primeiras notícias em destaque e uma mesma notícia chegava a ficar na página principal durante semanas. Com os livros e espectáculos era a mesma coisa. Notícias de livros eram colocadas no site quando era necessário ou quando havia novos lançamentos; com os espectáculos era ligeiramente diferente. Nem toda a informação de música, cinema e teatro chegavam via *press release*. Para estas secções, por vezes a minha orientadora de estágio pedia-me que fosse pesquisar, ou seja, reunir

datas de espectáculos suficientes para fazer uma espécie de agenda cultural no site, mas que era divulgada aos poucos, para poderem colocar notícias diariamente.

Creio que foi no final de Maio que a Mariza e a Angela me pediram para deixar de produzir notícias para o site como fizera até então, e que começasse a produzir apenas para o novo que estava quase a ir para a internet. O site antigo ficou então abandonado durante cerca de um mês, até que o novo site ficou online a meio de Junho.

As diferenças de um para outro era perfeitamente notórias a começar pela aparência da homepage.



Figura 3

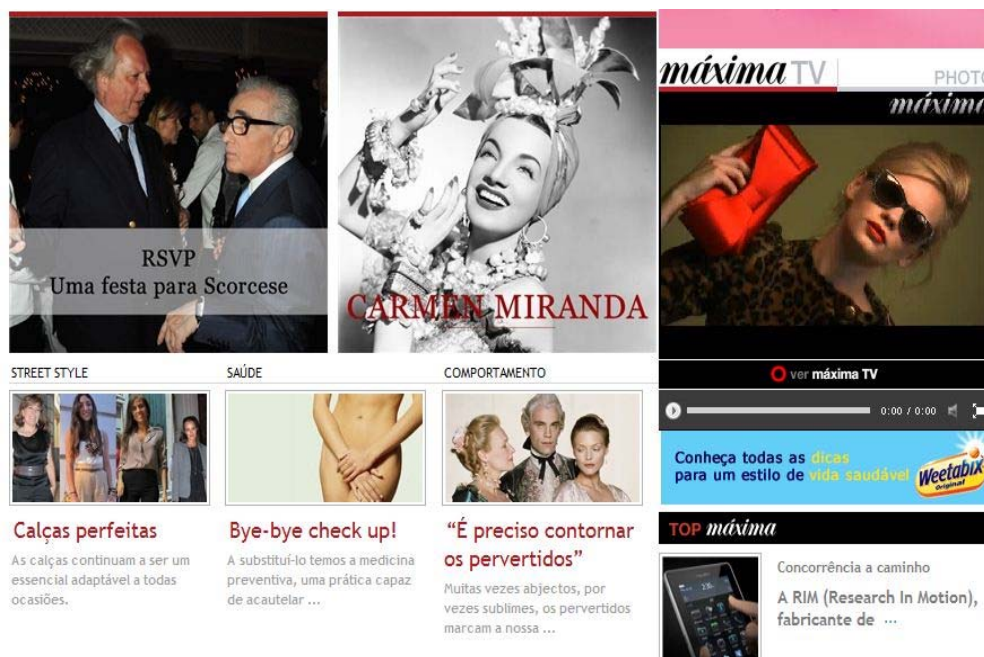


Figura 4

As diferenças entre os layouts e organização de ambos os sites são demasiado óbvios e dispensam caracterizações mais detalhadas; está à vista e evolução e sabe-se que a aparência é das coisas mais importantes numa primeira impressão, quer estejamos a falar de páginas online ou de revistas no seu formato físico. É marketing; não é muito diferente do que acontece quando algumas marcas decidem mudar o frasco do champô que vende, mas que deixa o conteúdo inalterado.

O que se passa neste caso tem apenas uma ligeira diferença; o conteúdo não é bem o mesmo. Agora as notícias são renovadas diariamente e várias vezes por dia. Ao visitar o site mais que uma vez por dia pode ler-se várias notícias sobre todos os temas. Portanto, apesar da Máxima ser uma revista feminina que trata assuntos de moda e beleza, esforça-se por manter as leitoras informadas também sobre assuntos de interesse global como política e educação.

Para além da equipa da Máxima ter melhorado o seu website oficial, criou também uma conta no Twitter, o popular site de microblogging onde tudo o que se escreve nunca poder ter mais de cento e quarenta caracteres. O twitter da Máxima serve para notificar as suas seguidoras de quando há novas notícias no site principal e quando há novos posts no blogue.

O facebook é outra plataforma digital, neste caso de perfil social, onde a Máxima possui uma conta para que possa estar mais facilmente em contacto com as leitoras. No facebook, Mariza Figueiredo e Angela Mata mantêm as leitoras a par, a partir de uma conta única da Revista Máxima, dos últimos updates no site e no blogue, tal como fazem no Twitter, mas com recurso a imagens e a vídeo. Pilar Diogo, chefe de redacção, mostra-se sempre muito participativa no facebook da revista, respondendo a comentários de várias leitoras a partir da sua conta pessoal.



Figura 5

Penso que esta relação tão próxima com o mundo digital só beneficia esta publicação. Apesar de já existir há vinte e dois anos, a Máxima continua a apostar evolução, sempre com os olhos postos no futuro, pois sabe que o futuro do jornalismo- seja ele de que tipo for- passa pelo digital e por estas plataformas, pelo que é imperativo manter-se a par das novas tecnologias. Mais que isto, a Máxima conta com um nome conhecido e preferido pelas portuguesas e conto que, graças à sua qualidade e trabalho, estará presente no mercado em anos vindouros.



## PARTE II

### Imagens Perfeitas num Mundo Imperfeito

A segunda parte do presente relatório focar-se-à não em assuntos específicos do estágio que realizei na revista Máxima- todos os tópicos relativos a esse assunto foram abordados na primeira parte-, mas sim no tema que mais familiar é às revistas femininas: as imagens do corpo feminino.

As revistas femininas sempre foram alvo de fascínio por parte das mulheres que, durante o seu dia-a-dia agitado, procuram nelas conselhos quanto ao que vestir, como arranjar o cabelo, onde ir, etc. Mas chegada à idade adulta comecei a reparar em certas hipocrisias trazidas por estas revistas. Desde há uns anos que, não só as revistas, mas também os programas de televisão, fazem alusão à beleza das curvas, contrastando com imagens de beleza estampadas em corpos exageradamente magros. O problema é que, enquanto apregoam padrões de beleza mais abrangentes e realistas, não param não diminuem o número de dietas e dicas para “emagrecer sete quilos em duas semanas) nas páginas das revistas femininas.

Com tantos problemas ligados ao jornalismo actual, decidi escolher este. Tendo já abordado vários destes problemas no âmbito de trabalhos e ensaios realizados durante os primeiros dois semestres do curso de mestrado em Jornalismo na FCSH, optei agora por aprofundar um pouco uma temática que, em Portugal, não é ainda largamente discutida ou sequer identificada.

O poder dos media é inegável e o poder das imagens vai para além da simples tarefa de informar; as imagens podem influenciar quem as vê e as analisa. Somos diariamente bombardeados com imagens e curiosamente todas elas são perfeitas. Refiro-me principalmente às que correspondem a ídolos nacionais e internacionais, modelos, actores e actrizes. Todos eles aparecem nas revistas sem uma única imperfeição; a pele reluz, os quilos a mais dissolvem-se e os dentes são de um branco de fazer inveja às mais belas pérolas. São estas as imagens de perfeição com que nos confrontamos todos os dias. Imagens que não vemos reflectidas no espelho, que por mais que tentemos nunca corresponderão à nossa realidade.

Mesmo sabendo- e hoje em dia não é segredo nenhum- que o Photoshop<sup>2</sup> é frequentemente usado para dotar as imagens de uma perfeição inegável, muitas adolescentes e jovens mulheres perdem a luta com o seu consciente quando esquecem este pormenor. Por mais sofisticadas que as mulheres possam ser hoje, ainda procuram desesperadamente viver segundo as expectativas da sociedade.

Por falar em expectativas, é preciso identificar as revistas femininas como aquilo em que se tornaram na sua maioria. Guias do usuário, como lhes chama Terry Poulton, estudioso norte-americano. Poulton compara as revistas para mulheres com manuais que ensinam às mulheres como devem ser e o que delas é esperado em termos de beleza, bem como devem agir em certas ocasiões sociais. Terry Poulton afirma ainda que a forma como as mulheres de hoje pensam, agem e a forma como se apresentam fisicamente foi largamente influenciada pelas palavras e imagens que aparecem nos seus “manuais do usuário” mensais.

Por mais prazer que possa tirar ao folhear lentamente uma revista feminina, devo ser suficientemente imparcial para admitir que não trazem apenas benefícios às leitoras e mesmo os que trazem, será que nos são benéficos porque queremos realmente ser e agir de uma forma específica ou porque, ao fazê-lo, estamos a caminhar em direcção àquilo que a nossa sociedade prefere?

A verdade é que esta influência não é nova, nem muito menos um fenómeno dos nossos tempos, mas o impacto que as publicações femininas têm nas mulheres mantém-se ainda hoje, se é que não se tornou mais forte.

Desde a infância que nos são alimentadas noções daquilo que devemos ser e fazer enquanto género, daí que não seja socialmente aceite que os rapazes brinquem com bonecas ou que as raparigas brinquem com carrinhos. Construimos a nossa identidade primeiramente em torno daquilo que devemos ser, fazer e gostar enquanto membros do sexo feminino. Isto, claro, no caso das mulheres. E a indústria da beleza e da moda dependem destes discursos de feminilidade, de ideias de beleza feminina que são mantidas e divulgadas através de textos que pretendem dizer-nos como sermos mulheres. E neste sentido a publicidade é igualmente culpada do mesmo; quer ela, quer as revistas dão a entender às mulheres que a beleza se conquista a custo- financeiro e físico- e que a expressão *no pain, no gain* tão bem ilustra.

Graças a este tratamento nos media e na publicidade, o corpo é actualmente visto como uma

---

2 Programa de edição de imagem.

espécie de comudidade, como se fosse um telemóvel de última geração ou o último *gadget* da Apple. Digo isto porque se fala e se representa o corpo como algo a ser melhorado, modificado, arranjado. Tal é qual como se faz um *upgrade* a um *software* de computador. As noções de beleza parecem mudar de estação para estação; se no Outono estão na moda os caracóis, na Primavera estarão os cabelos lisos, ou dos curtos passa-se para os compridos e das curvas volta-se à silhuetas mais esguias. A moda altera-se rapidamente e as leitoras mais ingénuas sentirão necessidade de se moldar face às tendências, por mais trabalho que dê e por mais dinheiro e tempo que tenha que gastar. Tudo para ser aceite, muitas vezes nem sequer pelos homens, mas pelas outras mulheres e pela sociedade. Acredito firmemente que este não é sequer um esforço consciente, mas sim algo em que não se pensa profundamente e simplesmente se aceita como um dogma.

Temendo tornar este trabalho um cliché, terei, de qualquer forma, que falar do culto do corpo associado à dieta de imagens perfeitas que nos é impingida pelas revistas femininas. O que está em causa, mais uma vez, não é se as revistas têm ou não influência sobre as mulheres, até porque tal é indiscutível, mas sim até que ponto.

Mary Pipher, feminista autora de *Reviving Ophelia*, aponta que os media estão constantemente a caracterizar mulheres atraentes como sendo magras, enquanto as modelos e actrizes são mostradas e descritas como sendo ainda mais magras. Ou seja, em parte as revistas femininas mostram-nos de certa forma que o sucesso, felicidade e realização pessoal estão garantidos para as mulheres magras e bonitas. Assim, nas páginas das revistas, podem encontrar um guia, uma espécie de passo a passo que, seguido à risca, as fará atingir tudo aquilo que desejam.

Contudo, a última coisa que este tipo de publicação quer é admitir que representa um papel na criação de imagens físicas negativas. Para poder ter lucro e ainda manter a sua imagem pública intacta, as revistas trabalham a partir de ângulos diferentes. É o tal caso em que, enquanto os artigos nos tentam convencer de que a beleza existe em todos os tamanhos, a seguir seguem-se páginas repletas de dicas de emagrecimento e até de publicidade a suplementos dietéticos.

Compreendo que haja uma grande pressão por parte das marcas que pagam às revistas pela publicidade, para que sejam publicados artigos que remetam de alguma forma para os seus produtos. Em 1992, na edição inglesa da revista Marie Claire, a editora Liz Jones aprovou uma capa composta por um grupo de mulheres da União Soviética, uma foto retirada de uma sessão criada para acompanhar o artigo central da revista. As mulheres apareceram naturais; cabelos soltos,

roupas simples e sem maquilhagem. Ora, a Revlon, marca que pagava à Marie Claire por espaço para publicitar os seus produtos cosméticos nas suas páginas, afirmou-se contra a escolha para a capa e chegou mesmo a cessar relações de negócio com a Marie Claire. O que pretendo clarificar com isto é que reconheço o esforço que algumas revistas fazem por se aproximar do público e ajudá-lo a se identificar mais com os rostos que vêm nas revistas.

Outro exemplo brilhante de tentativa de aproximação ao público feminino foi o que fez também a Marie Claire em 2001 ao disponibilizar duas capas diferentes: numa a modelo era Pamela Anderson que, segundo Liz Jones, vestia um tamanho trinta e seis; na outra, via-se Sophie Dahl, com a sua voluptuosidade tamanho quarenta.



Figura 6

Segundo a editora Liz Jones, a capa com a modelo plus-size Sophie Dahl foi a mais vendida.

A minha intenção com esta pequena abordagem aos problemas advindos da imagem feminina e da idealização do corpo e da beleza nas revistas não foi a de responsabilizar a revista Máxima nem de concluir que tudo o que está errada nesta indústria da beleza é comparável àquilo que se passa na minha entidade de acolhimento. Achei que seria um tema pertinente e que se relaciona sim com o que se passa com qualquer revista feminina da actualidade. Não quero de

forma alguma denegrir a imagem da Máxima, desejo apenas ponderar e reflectir acerca deste assunto, pois houve algumas situações que presenciei durante o estágio. Pequenas coisas que foram suficientes para despoletar toda uma cogitação sobre o tema da obsessão com a beleza e a juventude.

Penso que a primeira vez que me deparei com um destes casos em que se deu flagrante preferência à beleza, foi durante uma reunião de redacção em que o director editorial Manuel Dias Coelho pediu a todos os presentes que sugerissem nomes de figuras masculinas nacionais que não fossem conhecidas por serem fisicamente atraentes e, em segundo plano, reconhecidas pelo seu talento, mas sim que a sua profissão ou ocupação fosse o principal foco. Assim, lembrei-me do jovem comediante Bruno Nogueira. Houve quem concordasse com a minha sugestão durante a reunião, mas Manuel Dias Coelho rejeitou imediatamente por Bruno Nogueira não ser “um homem bonito”.

Houve ainda outra altura em que escrevi e publiquei no blogue da Máxima um *post* sobre a cantora norte-americana Jessica Simpson, que tinha feito há pouco tempo um ensaio fotográfico para a revista Marie Claire onde aparecia sem maquilhagem e sem retoques digitais. A pergunta que coloquei no final do texto, se bem me lembro, foi algo como:

*Gostaria de ver uma modelo sem maquilhagem na capa da Máxima?*

Mas, ao passar pela revisão da Mariza, esta frase foi apagada com a explicação de Mariza de que tal nunca aconteceria, portanto não deveríamos sequer estar a pôr ideias na cabeça das leitoras.

Pessoalmente acredito que Portugal está pronto para algo diferente, uma vez que as revistas femininas que temos, que nem são assim tantas, correm um sério risco de começarem a parecer semelhantes. A minha principal crítica às revistas femininas portuguesas é que não arriscam o suficiente, vivem e produzem para competir umas com as outras, tal e qual os canais de televisão, e não têm coragem de fazer algo radicalmente diferente que capte de forma positiva a atenção do público.

## **Conclusão**

Findo este relatório de estágio, gostaria de aproveitar para expressar a pena que sinto por não ter aprofundado mais a temática que abordei na segunda parte do presente trabalho. É um tema que me suscita bastante interesse e que conheço de perto como consumidora de revistas femininas e, agora, como estagiária numa.

Tenho consciência da simplicidade deste trabalho face àquilo que gostaria de ter feito, mas a verdade é que me esforcei por narrar detalhadamente como foi o meu estágio e quais foram as circunstâncias envolventes. Tendo realizado uma licenciatura em Ciências da Cultura na Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, o jornalismo foi uma paixão que ficou para trás, mas que decidi perseguir finda a licenciatura através do mestrado que realizei na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas. Aprendi imenso e tive a sorte de receber o conhecimento prático que nunca tive durante a licenciatura. O mestrado em Jornalismo da FCSH permitiu-me, assim, sentir-me em pé de igualdade com outros recém-formados em jornalismo, pois sinto que termino este curso com uma excelente preparação para enfrentar o mercado de trabalho.

Após os dois semestres de aulas e agora depois do estágio, olho para um futuro como jornalista- ou não- com muito mais optimismo. Sei que possuo as ferramentas para seguir esta profissão, mas também tenho a certeza que, caso não seja possível, estas mesmas ferramentas me vão ajudar em qualquer outra opção de carreira.

Considero a minha experiência na revista *Máxima* extremamente benéfica e aproveito para confessar o quanto gostei de lá estar e o quão grata estou à equipa por me ter dado uma oportunidade de estágio e por me ter ensinado tanta coisa..

Quanto à questão das imagens perfeitas nas revistas femininas, penso que a solução passa por começar a existir mais diversidade de imagens; de modelos magras, *plus-size*, tamanho dito “normal”,... Acredito que, se esta diversidade tivesse sido uma realidade quando eu e outras pessoas da minha geração estávamos em fase de crescimento, a nossa percepção daquilo que é normal ou desejável seria hoje muito mais saudável.

## **Bibliografia**

2. RICHARDSON, JOHN E. (2006), *Analysing Newspapers: An Approach from Critical Discourse Analysis*, Palgrave Macmillan
3. MCLOUGHLIN, LINDA (2000), *The Language of Magazines*, Routledge
4. TANAKA, KEIKO (1999), *Advertising Language*, Routledge
2. ETCOFF, NANCY (1999), *Survival of the Prettiest: The Science of Beauty*, Little, Brown & Company;
3. WOLF, NAOMI (1998), *The Beauty Myth: how images of beauty are used against women*, Vintage;
4. BONNER, EDWARD e all. (eds.) , *Imagining Women, Cultural Representations and Gender*, Cambridge, Polity Press & Open University, 1992;
5. CRANNY-FRANCIS, ANNE, WENDY WARING, PAM STAVROPOULOS, JOHN KIRBY (2002), *Gender Studies*, Palgrave Macmillan;
6. GOUGH-YATES, ANNA (2002), *Understanding Women's Magazines*, Routledge;
7. WHITEHORNE, OLIVER (2002) *Cosmo Woman: The World of Women's Magazines*, Crescent Moon Publishing.

# Índice

Introdução.....	1
1. PARTE I- Entidade de Acolhimento: revista Máxima.....	2
1.1 A integração na entidade de acolhimento e o espaço de trabalho.....	2
1.2 A organização interna da revista.....	4
1.3 O trabalho.....	6
1.3.1 As expectativas e os primeiros trabalhos assinados.....	8
1.4 O site antigo vs. O novo site.....	11
2. PARTE II: Imagens Perfeitas num Mundo Imperfeito.....	16
3. Conclusão.....	21
Bibliografia.....	22
Anexos.....	23



## Índice de imagens

Esquema 1 .....	pág. 3
Figura 1 .....	pág. 11
Figura 2 .....	pág. 12
Figura 3 .....	pág. 13
Figura 4 .....	pág. 14
Figura 5 .....	pág. 15
Figura 6 .....	pág. 16