

**Estágio na ELLE Portugal:  
A Edição de Texto nas Publicações Periódicas Femininas**

**Marta Raquel Bernardo Rodrigues**

**Relatório de Estágio  
de Mestrado em Edição de Texto**

**Março 2015**

## **AGRADECIMENTOS**

Gostaria de agradecer à *ELLE* por me ter acolhido, especialmente à Diretora Sandra Gato por me ter aceite. Dentro da redação: à Maria Rodrigues, pelo apoio durante o estágio, pelos seus comentários humorísticos e por ter respondido às minhas perguntas sobre a revista e à Lígia Gonçalves, pelos seus conselhos e pela ajuda em geral durante a minha temporada na revista.

Ao professor Fernando Cabral Martins, por me ter orientado neste relatório e pelo tempo que dispensou para o sucesso do mesmo.

À Joana Fernandes, por me ter acompanhado nesta aventura desde o início. Pelo apoio e companheirismo durante os momentos mais difíceis. Pela revisão deste trabalho e pelas críticas construtivas. O mesmo se aplica à Alice.

Ao Ricardo Francisco, pela paciência e apoio durante todo o mestrado. Pelas inúmeras revisões do presente relatório. Por me lembrar constantemente para seguir o meu calendário de escrita.

Aos meus avós, por tudo o que fizeram para conseguisse chegar até aqui. Por me aliviarem das minhas tarefas e pela constante preocupação com a minha sanidade mental devido às horas em frente ao computador. Acima de tudo, por reconhecerem o meu esforço.

Aos meus colegas de mestrado e a todos que, de qualquer forma, contribuíram para que fosse possível entregar este relatório.

## RESUMO

O presente relatório procura descrever o estágio desenvolvido na revista *ELLE* Portugal, entre os meses de setembro e dezembro de 2014, cumprindo os requerimentos necessários para conclusão do mestrado em Edição de Texto na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Faculdade Nova de Lisboa. Além da descrição das atividades realizadas durante o mesmo, o documento apresenta reflexões sobre a Edição de Texto dentro das publicações periódicas internacionais pensadas para o público feminino, nomeadamente no tratamento da Tradução, da Adaptação e da Linguagem Feminina.

**Palavras-Chave:** Estágio; *ELLE* Portugal; Tradução; Adaptação; Linguagem Feminina; Edição de Texto.

## ABSTRACT

The present report seeks to describe the internship conducted in *ELLE* Portugal magazine, between the months of september and december of 2014, fulfilling the necessary requirements to complete the masters in Text Editing, taught in Faculdade de Ciências Sociais e Humanas of Universidade Nova de Lisboa. Besides the description of the activities developed during the internship, the document presents reflexions on Text Editing for international periodical publications thought for the female public, namely regarding Translation, Adaptation and Female Language.

**Keywords:** Internship; *ELLE* Portugal; Translation; Adaptation; Female Language; Text Editing.

# ÍNDICE

INTRODUÇÃO.....	1
1. A ELLE	
1.1. Instalações.....	4
1.2. História da Marca.....	5
1.3. Características Físicas.....	5
1.4. Público-alvo.....	7
1.5. Os Temas.....	7
1.6. Preparação da Edição	
1.6.1. Preparação dos Artigos.....	8
1.6.1. Preparação da Revista.....	10
2. O ESTÁGIO	
2.1. Descrição Geral.....	11
2.2. Funções.....	12
2.2.1. A Tradução e a Adaptação.....	13
2.2.1.1 A Adaptação e a Linguagem Feminina.....	16
2.2.1.2. Ferramentas Utilizadas.....	19
2.2.1.3. Sobre as Traduções do Espanhol.....	20
2.2.1.4. Sobre as Traduções do Inglês.....	21
2.2.2. Redação de conteúdos	
2.2.2.1 Para o Online.....	23
2.2.2.2. Para a Revista.....	26
2.2.3. Revisão.....	28
2.2.3.1. Sobre a Revisão.....	28
2.2.3.2. Ferramentas para a Revisão.....	30
Conclusão .....	31
Bibliografia.....	34
Anexos.....	36

## INTRODUÇÃO

O texto é, acima de tudo, um meio de comunicação e, como tal, deve ser claro e eficaz. No entanto, a palavra escrita é traiçoeira. Requer cuidado e revisão e "saber escrever" não é o suficiente para que um texto esteja pronto a ser publicado, é preciso um editor.

Tornar pensamentos, ideias ou até mesmo estudos em palavras não é tão simples como se imagina. Criam-se redundâncias, repetições, frases fragmentadas que nem sempre são perceptíveis ao autor durante a escrita. Eis que, então, surge um elemento exterior, um novo interveniente naquele texto, que tem como função curar os vícios de escrita do autor e tornar o texto na melhor versão possível para que o leitor possa disfrutá-lo sem preocupações. O Editor ajuda o autor a fazer boa figura, sem se apropriar da sua obra. É a sombra justiceira da palavra escrita, que faz com que o texto siga o seu rumo para a gráfica sem que os vilões dos erros ortográficos se metam no caminho.

Hoje em dia o leitor comum não perde muito tempo a pensar no trabalho investido nos textos que lê e nos intervenientes que tornaram possível lê-los confortavelmente porque, a seu ver, o texto é sempre eficaz. Assim, o papel do Editor acaba por ser quase ignorado, ficando esquecidas as suas funções e a sua importância na publicação e êxito de um texto.

Parece um pouco ingrato avaliar a palavra escrita, romantizada pelo seu poder histórico e cultural, em sucessos ou insucessos mas, ao final do dia, ser Editor é uma profissão onde há implicações monetárias. A paixão pela literatura pode ser a sua maior motivação, tanto que um bom editor deve sempre ser um leitor inteligente com uma sensibilidade crítica, mas a indústria livreira tem custos e o livro, mais que um objeto cultural, é um produto. Aliás, hoje em dia, cada vez mais a cultura é tratada como um objeto de consumo. Basta observar a forma como as publicações, especialmente as periódicas, abordam qualquer temática cultural - um artigo sobre Évora não apresenta apenas o melhor da localidade, é-nos dada uma representação glamorosa de uma escapadela a não perder "sem sair de Portugal". Assim, é fácil associar a função do editor a um interveniente quase marqueteiro que torna um produto vendável, tratando-o para que seja adequadamente atrativo e interessante, o que significa cortar redundâncias, ambiguidades, corrigir erros e até alertar o autor para possíveis futuros problemas de

tradução, de forma a tornar o texto legível e apetecível a um público leitor de nível internacional.

Isto deve-se ao facto do sucesso de uma obra também ser medido ao nível das línguas que atinge. Um bom exemplo é a publicação de *Girl Online*, o romance de estreia de Zoe Sugg, ou Zoella como é conhecida através dos seus vídeos no YouTube. Ao ser publicado em 15 línguas<sup>1</sup> (juntando-se à popularidade da autora que conta com cerca de 7 milhões de seguidores), tornou-se a obra que vendeu mais rapidamente nas primeiras duas semanas, superando autores como J.K. Rowling e Dan Brown.<sup>2</sup> Não é estranho, deste modo, que a Tradução seja uma das técnicas internas da Edição de Texto que tem grandes consequências no mercado.

Traduzir não significa apenas colocar o texto da língua de origem na língua de chegada, é necessário trabalhá-lo e adaptá-lo consoante o público-alvo, construções culturais e fazê-lo funcionar para que se adeque ao leitor na nova língua. Neste processo ocorrem sempre perdas e, enquanto na tradução literária devem ser evitados quaisquer melhoramentos, na tradução orientada para publicações periódicas valorizam-se as mais pequenas atualizações feitas nos originais.

Considerando que a parte curricular do mestrado em Edição de Texto se foca maioritariamente no livro, é interessante analisar como o que nos é ensinado nesse ponto de vista sobre o papel do Editor, a Tradução, a Revisão e as restantes funções que integram o trabalho de Edição, se aproximam ou distanciam do que acontece nas publicações periódicas. Por essa razão, e também por gosto pessoal, decidi desde início que gostaria de estagiar numa revista.

Conforme os requerimentos necessários para a conclusão do mestrado em Edição de Texto, depois de concluir o primeiro ano curricular o aluno deve escolher entre a dissertação, trabalho de projeto ou estágio para finalizar a componente não-letiva. Ao ponderar as hipóteses mencionadas, decidi que o estágio seria a opção mais indicada, visto que é possível desenvolver e aplicar a formação teórica iniciada no

---

<sup>1</sup> Anita Singh, "Zoella: vlogger tipped to top the Christmas book chart", <<http://www.telegraph.co.uk/culture/books/11202125/Zoella-vlogger-tipped-to-top-the-Christmas-book-chart.html>> consultado a 23 de janeiro de 2015

<sup>2</sup> Anita Singh, "Zoella breaks record for first-week book sales", <<http://www.telegraph.co.uk/news/celebritynews/11268540/Zoella-breaks-record-for-first-week-book-sales.html>>, consultado a 23 de janeiro de 2015

mestrado, enquanto se começa a saída do sistema educativo e a inserção no mercado de trabalho.

Tomada essa decisão, e assim que ficou confirmado que estava apta para me inscrever na componente não-letiva, comecei a enviar currículos para os grupos que detêm revistas femininas. Após três meses sem respostas positivas resolvi, numa tentativa desesperada, reenviar propostas para as revistas que, até então, não me tinham respondido. Felizmente fui contactada pela *ELLE*, uma das mais conceituadas revistas de moda por todo o mundo, para realizar uma entrevista com a Diretora Sandra Gato.

Durante a entrevista, que se revelou uma consolidação dos pormenores relativos ao estágio, em vez do tradicional encontro que procura conhecer as aptidões do candidato, ficou estabelecido iria integrar a redação para fazer Traduções e Adaptações das mesmas, como ainda ficaria responsável por redigir conteúdos.

É sobre esse estágio que o presente relatório se concentra, refletindo acerca da componente prática da Edição de Texto, passando pela Tradução e, neste caso, pela Adaptação. Considerando que a *ELLE* se trata de uma revista feminina, pareceu-me interessante analisar as consequências editoriais específicas inerentes a este tipo de publicação ao introduzir reflexões sobre o uso da linguagem feminina. A diferença entre a linguagem masculina e feminina e a forma como esta diferença cria uma identidade social é um dos elementos centrais da crítica feminista. Deste modo, parece interessante observar os recursos linguísticos utilizados pelas revistas femininas com a função de se aproximarem do seu auditório enquanto, paralelamente, perpetuam uma imagem da figura da mulher na sociedade.

## 1. A *ELLE*

### 1.1. Instalações

Apesar da publicação portuguesa da *ELLE* integrar o grupo RBA Revistas que tem a sua sede em Espanha, a redação da revista encontra-se no centro de Lisboa, na Rua Filipe Folque, pertencente à Freguesia de Avenidas Novas. A centralidade das instalações é uma grande vantagem para uma revista que vive do movimento rápido do mundo da moda. O fácil acesso a transportes públicos e a proximidade de um dos mais luxuosos centros comerciais de Lisboa, o El Corte Inglés, são elementos valiosos numa área onde as jornalistas têm constantemente que adaptar os seus horários aos eventos, lançamentos e investigações necessárias para o seu trabalho.

Embora a redação anteriormente ocupasse todo o edifício, hoje em dia a *ELLE* encontra-se somente no 4º piso partilhando instalações com a revista *National Geographic* e, em agosto de 2014, tornou-se ainda responsável pela publicação das revistas semestrais *Doces & Companhia* e *Cozinha Fácil*. O espaço da redação, onde se encontram as jornalistas da *ELLE*, a revisora, os seus designers e os jornalistas da *National Geographic*, é uma sala ampla, bem iluminada e ventilada, com um conjunto de treze secretárias individuais, cada uma com o seu respetivo computador, e armários onde são arquivados números de todas as publicações internacionais. Dessas mesas apenas onze se encontram ocupadas por jornalistas, ficando duas mesas livres (uma na *ELLE* e uma na *National Geographic*) destinadas aos estagiários.

Fazem ainda parte da planta mais três salas: uma reservada para reuniões, outra para as jornalistas responsáveis pelo conteúdo online e a terceira para o departamento de comunicação de ambas as revistas. As instalações incluem ainda um pequeno armário, onde são arrumadas as roupas e acessórios adquiridos e emprestados para produções nacionais, e uma *kitchenette* onde os funcionários podem almoçar no período das 13:00 às 14:30.

A decoração consiste em quadros com as capas mais memoráveis da revista (como as edições especiais de aniversário), quadros de cortiça com intenções estéticas e funcionais (dado que é onde são organizados os artigos de acordo com a paginação da revista) e colagens com as capas dos números lançados ao longo do respetivo ano, de

forma a comprar cores de capas, títulos e distribuições estéticas para que a revista não se torne repetitiva graficamente.

## 1.2. História da Marca

Fundada em França em 1945 por Pierre Lazareff e a sua esposa Hélèn Gordon, a *ELLE*, como o nome sugere, foi criada a pensar no público feminino abordando temas como moda, beleza, entretenimento, saúde e bem-estar. Ao ser adquirida pelo grupo Hachette Felipacchi em 1981, a revista ganhou uma nova força e acabou por ser lançada a nível internacional em 1988, ano a que chegou a Portugal. Hoje a *ELLE* é publicada em mais sessenta países e conta com quarenta e seis edições e cinquenta e três variantes entre elas a *ELLEDecor*, dedicada exclusivamente à decoração e criadores de interiores, a *ELLEgirl*, uma publicação dedicada ao público feminino juvenil e a *ELLEWedding*, pensada para as noivas. Ao longo dos seus setenta anos a *ELLE* tornou-se um verdadeiro império, lançando produtos de beleza, estética e acessórios, e ainda conta com a sua própria cerimónia de prémios dedicada à moda e figuras públicas.

Quando chegou a Portugal, a *ELLE* era detida pelo grupo Hachette Felipacchi, até ser comprada pela RBA Revistas em 2007<sup>3</sup>. A edição portuguesa, tal como o resto das edições internacionais, é lançada mensalmente, mantendo sempre um mês de avanço em relação à data da sua publicação de forma a antecipar tendências, épocas festivas, lançamentos e também de maneira a competir com as outras publicações femininas de moda como a *Vogue* e a *Máxima*.

A mais recente novidade na *ELLE* portuguesa foi o lançamento do seu site online que, coincidentemente, celebrava o seu primeiro aniversário quando iniciei o estágio. Desta forma, Portugal juntou-se aos mais de vinte países em que a *ELLE* tem conteúdo exclusivo online.

## 1.3. Características Físicas

A *ELLE* é publicada em dois tamanhos: A4 e versão de bolso. Ambas têm o mesmo conteúdo, contudo a versão de bolso não conta com as ofertas que costumam acompanhar a revista de tamanho tradicional. A capa conta, normalmente, com a

---

<sup>3</sup> Ana Marcela, "RBA compra Hachette Felipacchi em Portugal", <<http://www.meiosepublicidade.pt/2007/10/rba-compra-hachette-filipacchi-em-portugal/>>, consultado a 30 de janeiro de 2015

imagem de uma modelo, atriz ou cantora e textualmente é destacado um conjunto de títulos elucidativos sobre o que se pode encontrar no interior da revista, havendo maior evidência para o artigo central desse número. A contracapa da revista conta sempre com publicidade, geralmente de grandes marcas e, por vezes, a capa da edição em tamanho tradicional é transformada num desdobrável de forma a integrar publicidade de destaque.

Ao abrir a revista, a leitora depara-se com seis a vinte e uma páginas de publicidade, acabando comumente numa página par para que o índice esteja bem visível na página ímpar. O índice encontra-se sempre dividido nas quatro grandes categorias da revista: *Na Capa*, onde integram os artigos que foram destacados na capa desse número; *Beleza*, onde fazem parte os artigos sobre fitness e bem-estar, dicas e, como o nome indica, produtos de beleza; *Moda*, onde se falam de tendências, lojas e criadores; *Agenda & Lifestyle*, onde entra a parte mais cultural da revista, com artigos sobre livros, filmes, exposições e viagens como também novidades sobre o mundo da moda em geral; por último, as *Rubricas* onde estão detalhadas as páginas de ordem técnica da revista como as assinaturas, contactos e o horóscopo. O número total de páginas varia entre as 100 e as 170 e a paginação é feita em numeração romana, na parte inferior da página, ao centro, acompanhada pelo nome da revista.

A dimensão dos artigos varia entre uma a seis páginas, dependendo da importância do mesmo. A linguagem utilizada, apesar de ser jornalística (no sentido em que é clara, informativa, corresponde à pirâmide invertida e integra tantas outras regras do jornalismo) foge um pouco às noções de objetividade, visto que se trata de uma linguagem muito adjetivada e narrativa, pensada especialmente para o público feminino, como se pode ver numa das rubricas de moda do número de agosto: "Florais ou de inspiração gráfica, os padrões iluminam este inverno e conjugam-se entre si de forma divertida." (*ELLE*, agosto 2014, p.47). Apesar de a *ELLE* utilizar a terceira pessoa do singular, em vez da primeira pessoa como outras publicações do género como a *Cosmopolitan*, a linguagem cria empatia na leitora, cativando a sua atenção. Na edição portuguesa podem-se também encontrar alguns galicismos e anglicismos devido à importância de ambas as línguas na indústria da moda.

Relativamente às fontes, o logotipo da *ELLE* é uma fonte criada e registada para uso exclusivo da marca. Dentro da revista, as fontes mantêm um estilo simples e

elegante com variações de fontes como o *Baskerville*, utilizado maioritariamente nos títulos, o *Palatino*, para o corpo, e as entradas e nomes de segmento (devido à sua curta dimensão) vêm em itálico de forma a dar uma aparência mais cursiva à fonte.

#### **1.4. Público-Alvo**

O público leitor da *ELLE* é, na vasta maioria, feminino apelando a mulheres da faixa etária entre os 18 aos 49 anos<sup>4</sup>, principalmente da classe média alta. A revista pode ser adquirida em quiosques, papelarias, tal como pode ser recebida no conforto do lar através de uma assinatura anual. Além dos postos de venda, a *ELLE* pode ser encontrada em muitos estabelecimentos predominantemente frequentados pelo público feminino como cabeleireiros, salões de beleza e estética como ainda em alguns ginásios e lojas de roupa.

A *ELLE* tem uma tiragem média de 50 000 exemplares e, segundo os dados divulgados pela Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação<sup>5</sup>, a revista atinge uma circulação que ronda os 30 000 exemplares, sendo uma das revistas femininas com a circulação mais baixa.

#### **1.5. Os Temas**

A revista *ELLE* apresenta uma variedade de temas do interesse do público feminino. Como já foi mencionado, o tema central da revista é a moda, focando-se na apresentação de tendências, novidades sobre a indústria e dando a conhecer perfis de criadores, designers e modelos.

Apesar de grande parte da revista incidir nos elementos acima mencionados, a *ELLE* também contém artigos de foro mais íntimo e psicológico, abordando temáticas como as relações amorosas ou o stress e a ansiedade. Ao retratar estes temas, a revista aproxima-se da leitora como uma espécie de conselheira e dá a conhecer à mulher contactos, tratamentos e possíveis soluções para que possam procurar um estilo de vida melhor. Um exemplo interessante é a tradução que tive oportunidade de fazer do número do Reino Unido dedicado ao feminismo, onde foram relatadas experiências de

---

<sup>4</sup> Segundo os dados publicados em:

<<http://web.archive.org/web/20070927102725/http://www.hfmus.com/HachetteUSA/Page.asp?Site=elle&Page=Demographics>>, consultado a 16 de fevereiro de 2015

<sup>5</sup> Segundo os dados publicados em: <[http://www.apct.pt/Analise\\_simples.php](http://www.apct.pt/Analise_simples.php)>, consultado a 17 de fevereiro de 2015

mulheres quando confrontadas com o problema da pornografia por vingança, servindo de alerta para o perigo do envio de autorretratos nus ao mesmo tempo que serve de suporte às vítimas, dando-lhes a conhecer leis que as possam proteger e contactos de linhas de apoio (ver anexo 1).

A revista inclui ainda outros subtemas dedicados à beleza, fazendo apresentações de novos produtos, dicas de maquilhagem e inovações no campo da cosmética; à saúde, que reforça a importância de um estilo de vida saudável, afastando-se das revistas que oferecem dietas milagrosas; às viagens, onde são apresentados destinos de luxo por todo o mundo, bem como a nível nacional; e à cultura, que dá a conhecer obras literárias e novos lançamentos, exposições de arte, teatro, bailados e novos artistas musicais, novidades e estilos emergentes no mundo da música.

Desta forma, a revista conquista um público multifacetado e acrescenta artigos interessantes que fogem à tradicional suposição da futilidade e superficialidade das revistas femininas, afastando-se dos mexericos e fofocas e mantendo uma visão positiva e elegante, conservando o nível de integridade que distingue a *ELLE* por todo o mundo.

## **1.6. Preparação da Edição**

### ***1.6.1. Preparação dos Artigos***

A escolha dos artigos é feita através de uma reunião mensal entre todos os funcionários da revista. Pensando na pertinência que irá ter no mês seguinte (ou seja, em janeiro é lançado o número de fevereiro para o dia dos namorados, logo as jornalistas têm de ter os artigos escolhidos para serem produzidos durante o mês de dezembro), as editoras de cada secção apresentam os seus planos à Diretora que, consoante a sua visão para esse número, aprova ou recusa as propostas. Escolhidos os artigos, inicia-se o processo de planeamento de maquetes em que a Diretora e as Editoras apresentam aos designers, utilizando exemplos reunidos de revistas internacionais, várias ideias e hipóteses para dispor os artigos. Por vezes, os próprios designers criam maquetes originais mas é mais frequente a inspiração em projetos de números internacionais da revista.

Os artigos mais extensos são, na grande maioria, traduções (ou, mais adequadamente, adaptações) de números anteriores da *ELLE*, sendo predominantes artigos da *ELLE* Espanha, Austrália, UK, EUA e França. As traduções e adaptações são

feitas pelos estagiários ou pelas próprias jornalistas e, quando estão concluídas, são inseridas numa rede de partilha acessível a todos os computadores da redação. Embora anteriormente fossem utilizados tradutores e até mesmo jornalistas em regime *freelance*, devido à crise económica o trabalho tornou-se predominantemente interior. Além dos artigos já publicados, a *ELLE* também conta com uma plataforma de negociação direta, a *PixELLE*, onde se podem encontrar e comprar artigos e imagens. Porém, apesar de ser uma rede à disposição de todas as edições internacionais da *ELLE*, as negociações são feitas individualmente e a *ELLE Portugal* tem acesso a muito pouco do conteúdo disponível.

Seguidamente dá-se início à escolha de imagens através da plataforma acima mencionada. Mais uma vez, devido à crise financeira, a *ELLE* foi forçada a cortar parcerias com outras fornecedoras de imagem como a *Gettyimages* e a *Corbis*, o que se revela um grande dano para a revista dado que se perde o acesso exclusivo a imagens das coberturas de grandes eventos internacionais, dando vantagem a revistas concorrentes como a *Vogue*, principalmente na cobertura online. A negociação das imagens é feita com as outras revistas ou, em casos de artigos escritos por jornalistas em regime *freelance*, com o próprio fotógrafo. Em caso de artigos que já tenham sido publicados em números internacionais, como por exemplo o da Anne Hathaway (ver anexo 2), a negociação do acesso ao artigo costuma incluir também as imagens selecionadas na produção da edição. Além da aquisição de artigos e imagens é necessária uma autorização posterior para que a edição portuguesa possa ser publicada.

Após a conclusão da recolha, os designers procedem com o tratamento das maquetes em conjunto com as editoras, de forma a conseguir o melhor balanço possível entre elementos gráficos e textuais. Toda a parte gráfica é feita com os pacotes da *Adobe*, principalmente o *Photoshop* para o tratamento de imagens e o *Indesign* para paginar e formatar os elementos das páginas, em tamanho A3 para que não haja necessidade de fazer formatações na RBA Espanha (responsável pela impressão da revista) ou na gráfica e, desta forma, evitam-se erros de impressão.

Concluídas as maquetes, o texto tem de ser devidamente adaptado para corresponder ao espaço disponível e à ordem estética da página, por vezes isso implica cortes ou adições. Um bom exemplo foi o primeiro artigo que traduzi, publicado com o título "Miss Lopez" (ver anexo 3), em que o original, em inglês, preenchia cerca de três

páginas e a minha tradução acabou por completar quatro páginas no *Word*. Porém, o artigo publicado teve apenas uma página de texto, o que implicou muitos cortes e correções.

Todo o processo é feito a partir dos ficheiros disponíveis na rede de partilha o que permite que as jornalistas, editoras e os designers tenham acesso rápido à evolução do trabalho, facilitando a cooperação entre todos. Por outro lado, há a desvantagem de haver erros no sistema de partilha, fazendo com que, ocasionalmente, as alterações não sejam devidamente gravadas, o que resulta numa perda no trabalho realizado.

Quando as páginas estão completas graficamente e com o texto totalmente preparado, a maquete finalizada é impressa e entregue à revisora que procura gralhas e erros e, caso seja necessário, aconselha as jornalistas a fazer alterações. Na reta final da preparação do texto, a Diretora lê e edita os últimos elementos como a Ficha Técnica e o Sumário. Nesta fase também podem ocorrer quedas nos artigos para dar espaço a mais publicidade.

#### ***1.6.2. Preparação da Revista***

Terminado o tratamento da revista, o ficheiro é enviado para a RBA em Espanha que, posteriormente, envia para a gráfica. Por vezes a empresa espanhola comunica com a redação portuguesa para tratar de alguns elementos gráficos, mas raramente se criam momentos de tensão.

A revista impressa e embalada chega à redação no mesmo dia em que chega às bancas para venda ao público. Com o número completo e impresso, a Direção envia para a sede em França uma cópia digital de todo o material utilizado para registo e para formalizar o protocolo de intercâmbio entre as revistas *ELLE* por todo o mundo.

## 2. O ESTÁGIO

### 2.1. Descrição Geral

O estágio decorreu no período requerido pelo protocolo da Universidade para conclusão de mestrado em três semestres, ou seja 400 horas, o que equivale a três meses, de setembro a dezembro. No primeiro encontro com a Diretora, ficou estabelecido que iria estar vocacionada para a Tradução e Adaptação e também para a redação de pequenos conteúdos para a revista, entre eles a *Agenda* e o *Mix* da secção de *Moda*. Na altura também foi falada a possibilidade de fazer coberturas de apresentações que ocorressem durante a minha presença na redação. Para muita pena minha, infelizmente não foi necessário deslocar-me a nenhuma apresentação e também não foi solicitada a minha colaboração para o *Mix* porque a Editora de *Moda* tinha o trabalho em dia e disponibilidade para fazê-lo.

A primeira semana funcionou como período de adaptação e simultaneamente de muito trabalho. Como comecei o estágio a meio do mês, o número de novembro já estava na reta final do seu tratamento. Devo admitir que também foi uma altura de grande ansiedade para mim, como era a primeira vez que iria fazer traduções, sentia-me muito insegura na forma como haveria de trabalhar o texto, principalmente porque não tinha noção se a revista preferia traduções mais fieis ou mais livres, com o processo de adaptação a ser feito posteriormente por alguém mais experiente. Logo no primeiro dia foi-me requisitada uma tradução que, felizmente, não tinha urgência, pelo que pude estar à vontade para me familiarizar com aquele tipo de tarefa. Um segundo problema que requereu algum tempo foi a adaptação ao computador da redação. Todos os computadores com que tinha trabalhado até então eram da *Microsoft* e, visto que a *ELLE* funciona apenas com *Macs*, levou o seu tempo até descobrir pormenores simples como os atalhos de pontuação e habituar-me a utilizá-los automaticamente. Ainda durante a primeira semana foi-me pedido que tratasse dos segmentos das *Artes*, *Livros* e *Filmes* da *Agenda*. Embora este choque de trabalho inicial me tenha deixado ansiosa nos primeiros dias, foi bastante satisfatório poder ver o meu trabalho a ser publicado pouco mais de duas semanas depois de ter iniciado o estágio, o que me ajudou a confiar mais nas minhas capacidades.

Não obstante, essa insegurança acabou por se manter durante grande parte do estágio devido à falta de comunicação. Ainda que o ambiente na redação fosse

amigável, não pude deixar de me sentir um pouco desamparada. Para começar, o meu espaço de trabalho encontrava-se distante da redação da *ELLE*, ficando mesmo ao lado da *National Geographic*, o que dificultava o contacto com as jornalistas que me poderiam auxiliar mais eficientemente. Em segundo lugar, quando solicitava ajuda, as respostas eram pouco elucidativas, fazendo com que, por vezes, tivesse de colocar questões repetitivamente para o mesmo problema. Além disso nunca me era dado qualquer tipo de *feedback*. Quando questioneei uma das jornalistas, apenas me disseram que se não me apontaram nada, era porque não havia problemas com o meu trabalho. A única vez que recebi *feedback* foi praticamente no final do estágio quando traduzi equivocadamente um termo e a Editora de Moda deu-me um conjunto de conselhos em como adaptar os textos. Por último, quando levantava dúvidas de tradução, diziam-me para não me preocupar porque o texto iria ser tratado posteriormente por uma das jornalistas. Não posso deixar de me sentir um pouco desiludida com o processo de aprendizagem, embora não tenha razão de queixa na forma como fui tratada nem com o ambiente em geral, que se revelou surpreendentemente relaxado e organizado.

Uma das maiores ajudas que recebi foi da Coordenadora Online, com quem comecei a trabalhar nos momentos mortos, ou seja, quando já não havia mais traduções a fazer. As suas contribuições e opiniões sobre a minha escrita, acrescentando conselhos sobre os seus dias como estagiária e a atenciosa explicação das diferenças entre as notícias online e as da revista foram uma valiosa ajuda para o meu progresso.

No final, acabei por entregar quarenta e cinco traduções, escrevi vinte notícias para o online, dois artigos originais (que foram publicados sob a assinatura da editora do segmento) e escrevi as secções de *Artes*, *Filmes* e *Livros* para os números de novembro, dezembro e fevereiro, sendo que neste último também se incluem a secção de *Música* e a *Entrada*.

## **2.2. Funções**

As tarefas principais que iria desempenhar dentro da redação ficaram imediatamente estabelecidas no primeiro encontro com a Diretora Sandra Gato. Devido à minha licenciatura em Línguas, Literaturas e Culturas na variante de Estudos Ingleses e Norte-Americanos, com uma boa classificação final na língua inglesa, a Diretora e orientadora de estágio destacou-me para fazer traduções e adaptações de números da *ELLE* Austrália, EUA, UK e outros artigos de origem anglófona. Além disso, também

ficou acordado que, devido ao meu *minor* em Ciências da Comunicação e à minha escolha de fazer Escrita Jornalística como opção livre durante a componente curricular do mestrado, estaria apta para redigir pequenos conteúdos para a revista.

Na prática, porém, acabei por executar mais algumas funções além das inicialmente previstas. Como incluí o espanhol no meu currículo linguístico (com um modesto nível B1, dado que não o aplicava desde o final do secundário) foram-me pedidas algumas traduções nessa língua. Nas semanas perto do final do mês, na transição do número a ser publicado e a preparação para o próximo (em que por vezes havia alguma falta de trabalho por ainda não estarem decididos os novos artigos a traduzir), para que não ficasse parada era deslocada para o online, onde escrevia pequenos artigos para o site da *ELLE*. No mesmo contexto, foram-me requisitados dois artigos onde a pesquisa e o artigo foram inteiramente da minha responsabilidade.

Apesar de a revista contar com uma Revisora, ficou subentendido que as traduções e adaptações deveriam ser entregues para que fossem imediatamente publicáveis, o que implica uma revisão minuciosa do texto traduzido. No processo de tradução fazem-se erros e criam-se inconsistências que passam despercebidas no momento da "conversão", principalmente quando o tradutor é inexperiente nessa tarefa. Portanto, é imperativo que seja feita uma leitura comparativa, cuidada e crítica do que foi traduzido, editando-o para que o texto funcione na língua de chegada, mantendo a essência do original sem erros que perturbem a leitura.

No final de todo o processo, era necessário que o artigo estivesse adequado para a publicação na revista portuguesa, o que implicava a adaptação de contextos, conversão de valores (monetários, sistemas métricos) e até mesmo da linguagem, não só para que se adequasse ao *decorum* da edição nacional mas também para tornar a linguagem apelativa à mulher portuguesa.

### **2.2.1. A Tradução e a Adaptação**

Uma das características a ter em conta no tratamento de um texto é a noção que cada caso é um caso. Não se deve tratar a tradução de um romance da mesma forma que se trata a tradução de poesia e o mesmo acontece com as traduções em publicações periódicas. Essa é a razão por que Umberto Eco, em *Dizer Quase a Mesma Coisa Sobre a Tradução*, defende que o tradutor deve ser dotado de senso comum e que o leitor deve

ter noção que, ao ler uma tradução, o texto não será palavra a palavra uma cópia do original, mas sim a sua essência. (ECO, 2005, p.17-19) A ideia é transmitir o significado de uma obra, não a conversão das suas palavras.

A negociação joga um papel importante na tradução de textos, principalmente naqueles com uma forte componente estética, pelo que o tradutor tem a responsabilidade acrescida de funcionar como interpretador do texto, de forma a concluir qual o efeito previsto do original, procurando equivalentes de significados, para que o possa reproduzir adequadamente (ECO, 2005, p.81-234). É neste jogo entre a tradução e a interpretação que surge a adaptação. Uma tradução passa a ser considerada adaptação quando "(...) lhe são acrescentados significados, ou se torna relevantes conotações que originalmente não o eram" (ECO, 2005, p.335), ou seja, quando o tradutor intencionalmente toma uma posição crítica em relação ao texto que trata. (ECO, 2005, p.347).

Apesar da visão negativa sobre a Adaptação entre investigadores da Tradução, a adaptação teve a sua era dourada nos séculos XVII e XVIII, sendo que no século XX adquiriu a nobre função de adequar os textos para que fossem acessíveis a nível cultural e ao público-alvo a que são dirigidos, rescrevendo-os para o contexto dos novos leitores (BAKER, 2001, p.6). Segundo Georges Bastin, em *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*, uma tradução passa a ser vista como adaptação quando se usa uma ou mais das seguintes técnicas: transcrição do original, omissão, expansão, exotismo, atualização, equivalência circunstancial e criação. (BAKER, 2001, p.7)

Tendo em conta a pertinência para o presente relatório, é interessante relacionar as afirmações de Bastin com as adaptações feitas em publicações periódicas, nomeadamente na revista *ELLE*. Apesar de se tratar de uma Adaptação, é obvio que haverá partes do texto que são uma tradução literal palavra a palavra do original como: "*How como you never wear any of these beautiful shoes?*" ("Worried Sick", Clem Bastow, *ELLE* Austrália, dezembro 2013) em que traduzi para "Porque é que nunca usas nenhum desses sapatos lindíssimos?".

Relativamente à omissão, no caso das publicações periódicas podem acontecer por dois motivos: 1. por razões estéticas e do tamanho disponível na revista para esse artigo e 2. por não fazer sentido para a leitora portuguesa, um exemplo será no caso da tradução que fiz do artigo sobre a Jennifer Lopez em que inglês se pode ler "*Fearless to*

*a fault*" ("Queen of Everything", Louise Gannon, *ELLE* UK, outubro 2014) e eu traduzi simplesmente para "Destemida", visto que não há um equivalente direto de "to a fault" e "à força toda", por exemplo, é demasiado informal para ser utilizado num meio de comunicação.

A expansão é muitas vezes utilizada para contextualizar a leitora de conceitos que ainda não são populares em Portugal, um exemplo simples é a utilização de acrónimos como FOMO, que em inglês são utilizados correntemente, mas que em português simplesmente não funcionam, pelo que é necessário explicitar o acrónimo em inglês e traduzi-lo para que seja claro ao leitor generalista, ou seja, FOMO (*Fear Of Missing Out* - Medo de Ficar de Fora).

No que toca a exotismos, a grande parte dos artigos que traduzi tinham palavras e expressões que não existiam no contexto português, por vezes, nem sequer equivalentes. Nestes casos é necessário encontrar um equivalente aproximado para que se mantenha a ideia, ainda que não signifique necessariamente o mesmo, como a opção de adaptar "*bullshit*" por "palermices" (que no processo de revisão alterei para uma tradução mais contextual).

A atualização, logicamente, é a técnica mais utilizada nas publicações periódicas. É necessário adaptar o artigo para a pertinência da sua publicação, como por exemplo no caso de um criador vencer um prémio ou uma atriz que, na publicação do original, estava a gravar um filme e que agora é publicado no número português por ter vencido um Óscar.

A equivalência circunstancial é, no caso da *ELLE*, maioritariamente utilizada nos artigos sobre relações, psicologia ou saúde. Num artigo sobre a ansiedade, foi necessário procurar dados de estudos portugueses para adaptar os originais que remetiam para a realidade australiana (ver anexos 5, 6 e 7).

Em último lugar, a técnica menos utilizada, a criação. Durante o estágio ficou claro que é preferível o uso da omissão à criação, ou seja, cortar em vez de rescrever. A única vez em que esta técnica foi utilizada foi na adaptação do horóscopo, que originalmente tinham três parágrafos com quatro a cinco linhas e que, ao traduzir, mantive aproximadamente a mesma dimensão. Porém, na maquete cada signo tinha disponível cerca de sete linhas, pelo que a jornalista responsável por essa secção foi

obrigada a utilizar o método de criação. É importante ainda destacar que, apesar de utilizar exemplos pontuais, estes processos podem ser utilizados simultaneamente num só texto.

Como foi possível ver através dos exemplos apresentados, as traduções de artigos de publicações femininas, principalmente internacionais, raramente se podem tratar de traduções puras, dando-se primazia às adaptações para que a mensagem seja clara e para que o texto funcione, sobretudo num nicho do mercado editorial em que as notas de rodapé estão fora de questão. Paralelamente, a adaptação é ainda a melhor opção nesta conjuntura visto que, como já foi mencionado, a linguagem também deve ser devidamente adaptada para causar empatia na mulher portuguesa, pelo que será interessante refletir sobre a adaptação à luz da linguagem feminina. É de destacar que mesmo que o artigo seja altamente editado, a assinatura que o acompanha é sempre o da autora, sendo por vezes acrescentadas as iniciais da jornalista que o editou, como numa parceria.

### ***2.2.1.1. Adaptação e a Linguagem Feminina***

A questão da escrita e da representação feminina nos textos há muito que é estudada, principalmente pela crítica feminista. Isto acontece porque, inicialmente, o homem escrevia sobre e para a mulher consoante a sua visão do papel da mulher na sociedade e que, conseqüentemente, perpetuava mitos e estereótipos sobre o universo feminino, dado que a mulher lia o texto de um ponto de vista masculino (CULLER, 2000, p.63). A crítica feminista surge, desta forma, como uma força representativa que procura expor a sua preocupação relativamente à representatividade da figura da mulher na literatura, defendendo que se devem fomentar representações mais realistas que englobassem a diversidade dos papéis da mulher no espaço público e privado (RIBEIRO e COELHO, 2005, p.986).

De acordo com João Carlos Correia, os media são uma das instituições que ajudam a dar forma à nossa visão do mundo, criando quadros de interpretação que nos permitem definir o outro (CORREIA, 2005, p.119). O autor acrescenta ainda que o jornalismo escrito tem um papel decisivo na estruturação do espaço público visto que define uma configuração social. A linguagem jornalística está relacionada com uma modulação intersubjetiva da realidade que acaba por ser condicionada por códigos que conduzem uma visão do mundo (CORREIA, 2005, p.183-188). Deste modo, os textos

dedicados ao público feminino, quer escrito por homens ou mulheres, acabam por ser estáticos, conservando a linguagem e temáticas estereotipadas.

Em Portugal, nos anos 60, as mulheres estavam confinadas às revistas femininas ou a secções específicas reservadas para elas, como a revista *Modas e Bordados*. A mulher só tinha acesso a certas temáticas e, quando nos anos 80 puderam integrar publicações generalistas, ficavam encarregues de suplementos juvenis, culturais, sendo imediatamente excluídas de secções como o desporto. Um detalhe interessante destacado por Isabel Ventura, é o facto de as mulheres terem um espaço específico dentro da redacção, separadas dos homens, com o objetivo de protegê-las da linguagem obscena do mundo masculino. (VENTURA, 2007, p.20)

Esta pequena contextualização é útil para mostrar que sempre houve uma separação linguística entre o papel do homem e da mulher, que condiciona a função desta na redacção de artigos. A obra de Penelope Eckert e Sally McConnell, *Language and Gender*, defende que a linguagem é um dos elementos que influenciam a construção social de identidade feminina e masculina (ECKERT e MCCONELL, 2003, p.10-22). Quando as crianças começam a falar, são-lhes incutidos certos valores como "as meninas não falam alto", "os meninos não dizem isso", funcionando como uma espécie de "azul para os meninos" e "rosa para as meninas" na linguagem.

Apesar de a maioria dos estudos da linguagem se basearem na oralidade, a sua pertinência no contexto das revistas femininas é bastante óbvia, considerando que, como foi brevemente mencionado no final do ponto 2.3., um dos elementos principais na linguagem destas publicações é a sua "casualidade formal". Mantendo um *decorum* impessoal com a intenção de atrair um público mais abrangente (o uso da terceira pessoa do singular em vez da primeira) a comunicação aproxima-se, ao mesmo tempo, de uma conversa entre amigas com expressões casuais e uma linguagem simplificada. Na verdade, segundo o site *ellearoundtheworld.com*, o objetivo original de Lazareff ao criar a revista era "to provide women with exclusive and unparalleled access to fashion and beauty, while maintaining a closeness to its readers", e essa proximidade tem de ser criada através da linguagem.

Um dos estudos primordiais e muito criticados nesta área foi feito por Lakoff, que definiu dez pontos centrais que distinguem a linguagem feminina da masculina, sendo esses a utilização de bengalas lexicais (bem, desta forma, como pode ver), *tag*

*questions* (Ela foi à rua, não foi?), vocabulário de termos específicos ao mundo feminino (especialmente nas cores como magenta, turquesa, marsala), adjetivos "vazios" (fantástico, divinal, encantador), uso de intensificadores (tão engraçado, gosto tanto, incluindo o uso de superlativos como lindíssimo, belíssimo), utilização de eufemismos e, os restantes que se aplicam especificamente à oralidade, gramática hipercorreta (estamos em vez de 'tamos), ênfase nos advérbios (será que é mesmo de marca?, foi verdadeiramente divertido) e recurso constante expressões de cortesia (desculpa, será que me podes ajudar a lavar a louça?) (LAKOFF, 1975, p.53-56).

Adeline Haas, no seu estudo baseado na obra de Lakoff, acrescenta ainda que a linguagem dos homens é mais direta enquanto as mulheres têm tendência para utilizar eufemismos e paráfrases, romantizando mais a linguagem. A linguagem feminina é também considerada mais emocional e adjetivada, com utilização de verbos em hipérbole (horroroso vs. feio) (HAAS, 1979, p.616).

Tematicamente, a linguagem recorre a termos que transmitam informação simbólica para o universo feminino evocando, constantemente, temas figurativos como a natureza (padrões florais), a geografia (riscas francesas), a história (estilo icónico dos anos 80) e da arte (as cores de Picasso) (BARTHES, 1990, p.240). Acrescentando o uso de registos culturais e imagens comuns, estas publicações criam analogias com o tema a ser retratado, evocando imagens que são reconhecidas na esfera feminina e, conseqüentemente, fortalecendo a relação entre o discurso da revista e a leitora visto que se assemelha a uma conversa entre amigas.

A linguagem utilizada nas revistas femininas é, como podemos ver, um reflexo da imagem da mulher na sociedade e, ciclicamente, da forma como a mulher se representa a si mesma no momento da escrita. Por outro lado, há que avaliar o público-alvo, se a mulher verdadeiramente se reflete no tipo de linguagem mencionado, irá sentir-se mais atraída a ler revistas numa linguagem romantizada e emotiva, enquanto um texto objetivo poderá levar uma revista a perder o interesse das suas leitoras.

Este foi um dos problemas com que me deparei durante o estágio. Diversas vezes foi-me pedido de "floreasse" mais os textos, dar um pouco mais literatura ao artigo noticioso visto que, tal como me foi dito pelas editoras durante o estágio e que Emily Norval (2011, p.33) suporta no seu estudo sobre as revistas femininas e a construção social da mulher, o dever destas publicações não é apenas informar a mulher

sobre o mundo da moda ou da beleza, é servir de inspiração e ajudar a criar uma espécie de fantasia, como uma conversa entre amigas. Desta forma, esta é uma das questões a ter em consideração durante a adaptação de um texto para uma publicação periódica feminina.

### ***2.2.1.2. Ferramentas Utilizadas***

Durante uma tradução é natural que surjam dúvidas ou termos com que não se está inteiramente familiarizado. O mesmo acontece na edição de qualquer texto, por isso é imperativo ter à disposição um conjunto de ferramentas que ajudem o processo de edição. Os recursos mais utilizados (e fidedignos) são os dicionários. Quer sejam gerais, léxicos, enciclopédicos ou de enfoque linguístico, no processo de edição e tratamento de um texto, estes são uma ferramenta valiosa que contribui para a uniformização e aplicação da língua dentro de um contexto específico.

No processo de tradução geralmente dá-se primazia a dicionários bilingues que ajudam na pesquisa de termos equivalentes ou similares para que não se percam ideias-chave. Posto isto, seria de pensar que uma publicação internacional que vive maioritariamente da tradução de várias línguas teria estas ferramentas à disposição na redação, mas não é o caso. Por esta razão, foi necessário utilizar as alternativas que se encontram online.

Para dúvidas de Português, utilizei maioritariamente o *Dicionário Online da Porto Editora* (Infopédia). Como um dicionário tradicional, este mostra a ortografia e o significado das palavras com a adição da aplicação das mesmas em frases. Um elemento inovador deste site é podermos escolher se queremos ver a grafia do termo com ou sem o novo acordo ortográfico, o que se revelou muito útil para mim visto que, até à data, nunca tinha escrito com o novo acordo e, sinceramente, não estava totalmente informada sobre as alterações feitas. A Infopédia também se revelou uma ferramenta vantajosa no processo de tradução visto que, de acordo com o site, conta com mais de 22 dicionários online incluindo o inglês, o francês e o espanhol, exatamente as línguas com que foi necessário trabalhar.

Por outro lado, quando tinha dúvidas em relação ao significado das palavras em inglês, recorri ao *Macmillan Dictionary* e ao *Oxford Dictionaries*. Apesar da preferência pelo último devido à opção de escolha entre inglês britânico e inglês americano, ambos

são ótimas ferramentas para esclarecer o significado de certas palavras e eventuais contextos.

Para questões mais contextuais, o *Linguee.com* foi a melhor opção encontrada. Ao mostrar o termo em questão a ser utilizado em diversos contextos, tanto na língua de partida como na de chegada, é mais fácil compreender a opção mais acertada para a tradução. Além disso, o site mostra a fonte dos textos que exhibe, o que facilita na distinção entre o português europeu e o do Brasil.

Para o espanhol, além de utilizar algumas das ferramentas acima que têm essa opção, recorri também ao site da *Real Academia Española*. Segundo o portal online, o dicionário é a obra de referência da academia e conta com mais de 88 000 entradas. Considerando que já não punha em prática o espanhol há cerca de cinco anos e que a minha formação na língua cinge-se a um nível básico, o site foi uma grande ajuda para compreender certos termos que não conhecia ou já não me lembrava.

Na tradução de certos artigos de psicologia, saúde ou finanças é frequente encontrar termos específicos sobre leis ou em relação à economia. Para estes casos recorri ao *Inter-Active Terminology for Europe*, que se trata de uma base de dados para terminologias equivalentes dentro da União Europeia, pelo que, obviamente, só funcionava nas traduções com fonte na *ELLE UK* e Espanha.

Por último, a ferramenta mais controversa, o *Google Tradutor*. É sabido que as traduções da *Google* são altamente duvidosas e que jamais devem ser utilizadas para traduzir textos integrais, principalmente para o português visto que a aplicação utiliza o português do Brasil. Porém, para um utilizador fluente na língua de partida e de chegada, o *Tradutor da Google* é uma ferramenta rápida, de fácil acesso e que põe ao dispor do utilizador uma lista de sinónimos do termo traduzido.

### ***2.2.1.3. Sobre as Traduções do Espanhol***

A semelhança entre o português e o espanhol foi, sem dúvida, um dos maiores problemas que encontrei na tradução a partir desta língua. Visto que ambas se tratam de línguas de origem latina, a estrutura gramatical e até mesmo o vocabulário são bastante próximos, o que pode provocar desastres na tradução.

Como já referi, o meu espanhol não é o mais desenvolvido, pelo que demorava mais tempo a traduzir os textos desta língua do que os em inglês. Se acrescentar que todos os textos traduzidos do espanhol foram da secção de *Lifestyle* e *Criadores*, que são muito mais descritivos, esta dificuldade torna-se ainda mais evidente, sobretudo devido aos chamados "amigos falsos".

Felizmente, nunca me deparei com nenhum destes casos, principalmente porque tinha o cuidado de pesquisar os adjetivos para saber se significavam o mesmo que a palavra com a mesma grafia em português. Posto isto, há certos momentos em que foi necessário adaptar para o verbo, como por exemplo no artigo sobre *coaching* profissional em que se escrevia "Mi aborrece mi trabajo" ("¿Necesito un Coach?", Gonzalo Varela, *ELLE* Espanha, setembro 2014). Apesar do verbo "Aborrecer" ter significados semelhantes, em português a palavra é geralmente associada ao tédio ou à irritação enquanto em espanhol, e o mesmo acontecia no contexto do texto, "Aborrece" é utilizado mais frequentemente com o significado de "Detestar".

Apesar de o espanhol não ser uma língua em que me sinta confiante em trabalhar, não surgiram grandes problemas no processo de tradução, ao contrário do que pensei que fosse acontecer quando me entregaram o primeiro texto. Isto deve-se não só à língua mas também porque, visto que se trata de uma publicação europeia, as revistas são semelhantes no nível de formalidade.

#### **2.2.1.4. Sobre as Traduções do Inglês**

Ao contrário do espanhol, a tradução dos textos em inglês revelou-se uma tarefa mais árdua. A utilização de pequenos jogos linguísticos (os chamados *puns*), o uso da gíria e do calão e dos adjetivos hifenizados compostos por três ou quatro palavras simplesmente não funcionam em português. Portanto, segui o conselho das jornalistas residentes e preferi uma tradução contextual, o que na *ELLE* chamam de adaptação. É certo que neste tipo de tradução corre-se o risco de perder elementos essenciais do texto, mas sempre fui encorajada a fazê-lo e a verdade é que as minhas traduções eram publicadas sem críticas evidentes, logo deduzo que o tenha feito corretamente.

Um problema com que me deparei imediatamente na minha primeira tradução foi com o que se deve ou não traduzir. O mundo da moda está repleto de empréstimos, principalmente do francês e do inglês e, apesar de muitas vezes existirem equivalentes,

é preferível manter expressões em inglês. Isto faz com que nos textos da revista se encontre, muito frequentemente, um hibridismo entre as línguas. A chave é a adequação dos anglicismos ao que a mensagem quer transmitir, mantendo também a fluidez do texto, como se pode ver no exemplo seguinte:

*She's dressed in baggy, rolled up Levi's, slip-on Saint Laurant kicks and a military jacket, her grown-out crop pulled back from her face.*

("Going her own way", Kai Z Fen, *ELLE UK*, novembro 2014)

Numa primeira fase optei por traduzir todos os elementos na frase, como se pode ver:

*Está vestida com Levi's largos e enrolados, ténis de enfiar no pé Saint Laurant e um casaco militar, o seu cabelo curtíssimo, agora ligeiramente mais comprido, puxado para longe do rosto.*

Porém, tanto os termos *baggy* como *slip-on* poderiam ser mantidos, visto que dizem respeito a modelos específicos do mundo da moda e reconhecidos a nível internacional. No entanto, deixar ambos seria um abuso, visto que se encontram na mesma frase, desta forma a solução foi manter apenas *slip-on*, tornando a frase mais curta, acessível e fluída. A edição final (com um pequeno acrescento de *jeans* feito pela Editora de Beleza) acabou por ficar da seguinte forma:

*Está vestida com uns jeans Levi's largos e enrolados, ténis slip-on Saint Laurant e um casaco militar. O seu cabelo curtíssimo, agora ligeiramente mais comprido, puxado para longe do rosto.*

(*ELLE Portugal*, dezembro 2014)

Em relação à gíria e ao calão o processo foi um pouco diferente. Apesar das notícias de que hoje em dia os Editores são mais flexíveis com a publicação deste tipo de linguagem<sup>6</sup>, as edições portuguesas da esfera feminina mantêm um registo cuidado e evitam-se expressões que possam ser consideradas profanas. Desta forma, é necessário pôr em prática o que foi falado no ponto 2.2.1.1. e adaptar a linguagem à cultura, ao

---

<sup>6</sup> Christine Haughney, "50 shades of vulgarity", <[http://www.nytimes.com/2013/01/02/books/womens-magazine-editors-allow-more-printed-vulgarity.html?pagewanted=2&\\_r=4](http://www.nytimes.com/2013/01/02/books/womens-magazine-editors-allow-more-printed-vulgarity.html?pagewanted=2&_r=4)>, consultado a 2 de fevereiro de 2015

registro da revista e ao público a que se destina. Assim sendo, é essencial escolher equivalentes que transmitam a mesma mensagem das palavras a serem substituídas, por esta razão as entrevistas acabaram por ser as peças mais complicadas de traduzir.

*Louise could cut through all the bullsh\*t and find the source of who I was as designer, and what I could produce if I put my mind to it.*

("Woman of Substance", Alexander Fury, *ELLE UK*, novembro 2014)

*A Louise tinha o talento de ver além da superficialidade e encontrar a fonte de quem eu era como designer, e o que podia produzir se me dedicasse.*

Fora estes problemas mais habituais, uma das minhas grandes dificuldades foi a pesquisa de equivalentes em nomes de padrões da moda, como por exemplo *dogtooth*, ou da decoração, como *tented ceiling* (que acabei por traduzir como "teto abobadado" seguindo a sugestão da Editora de Moda). Como solução, recorria às jornalistas residentes por ajuda e, quando a dúvida era geral, mantinha-se o termo em inglês, optando por acompanhar o artigo com uma imagem representativa do mesmo.

O número de páginas também foi algo que me alarmou no início. As minhas traduções do inglês para o português acabavam por ser (quase sempre) mais extensas do que o artigo original. Quando levantei esta questão disseram-me para não me preocupar porque o espaço era determinado pela maquete, pelo que é sempre necessário fazer alterações ao texto para que funcione consoante o espaço disponível. Isto requer que se façam cortes ou acrescentos ao texto, o que não era da minha responsabilidade visto que não trabalhava com as maquetes dos artigos que traduzia.

Apesar de o inglês ser muito diferente do português em termos de estruturas frásicas, isto não se revelou um grande problema. A verdade é que qualquer pessoa com o mínimo nível de proficiência em ambas as línguas faz uma "conversão" quase imediata, reorganizando os elementos para que funcionem em português, por isso é que, desde o início, a Diretora se mostrou maioritariamente interessada no meu nível de inglês.

## 2.2.2. Redação de conteúdos

### 2.2.2.1. Para o online

Escrever para o online não é o mesmo que escrever para a revista. O leitor, quando abre uma notícia num aparelho eletrónico, prefere um texto curto e incisivo com preferência pelas galerias de imagem, vídeos ou blocos de texto em destaque. Os valores notícia também são menos relevantes porque não há restrições de espaço e não é necessário fazer escolhas sobre o mais importante a reportar. No online quase todas as notícias (desde que sejam de interesse) têm o seu espaço. Além disso, o jornalismo online tem uma grande vantagem, o hipertexto e as hiperligações. É fácil interligar informações, dando ao leitor a hipótese de procurar mais conteúdos sobre determinado tema sem saturar a página com texto.

No site da *ELLE*, o hipertexto funciona de forma cíclica dentro do site, ou seja, não se fazem ligações para fora do *ELLE.pt*. Isto serve para dar mais visualizações ao site, o que resulta em melhores estatísticas para publicidade, gerando mais receita.

Em relação à redação dos artigos, grande parte do que é publicado no site tem fonte em *press releases* que são enviados diretamente para a Coordenadora Digital da *ELLE*, chegando, por vezes, a receber centenas por dia. Os temas são variados, desde lançamentos a festas, lojas, novas coleções ou simplesmente novidades no mundo da moda. As categorias do site estão divididas por *Moda*, *Beleza*, *Stars*, *Lifestyle* e *Agenda* e tenta-se publicar, diariamente, uma notícia para cada secção.

Todas as informações das notícias que tinha que redigir para o online eram-me enviadas por email, ou seja, a Coordenadora Digital fazia uma pré-seleção do que deveria ou não ser publicado e a minha responsabilidade era apenas redigir. Considerando que grande parte das vezes os *press releases* estavam mal escritos e com informação incoerente, era necessário verificar os dados na internet ou pedir que ligassem a esclarecer dúvidas. Junto às informações do *press release*, era imperativo que também fossem enviadas imagens para uma galeria, caso contrário, não havia interesse em publicar no *ELLE.pt*.

À semelhança do que acontece na revista, o site também tem constrangimentos de espaço e estética: o título não aceita mais de sessenta caracteres (incluindo espaços) e a entrada não pode ultrapassar os 110. Relativamente ao corpo do texto, a primeira letra

da notícia é destacada com um elemento gráfico dessa letra, numa fonte criada a pensar unicamente nessa função. O problema é a letra Q que, ao ser negligenciada pelo designer da fonte, faz com que não seja permitido começar a primeira frase com essa letra.

Em relação aos artigos originais, as ideias são inspiradas nas publicações online de revistas internacionais como a *Harper's Bazaar* ou a *Marie Claire*. Nestes artigos o mais importante são as imagens, por isso, como se pode ver no site, grande parte das galerias têm de ser baseadas nas imagens publicadas nas redes sociais, uma vez que a *ELLE* não tem acordos com distribuidoras de imagens.

Cada publicação feita no site é, seguidamente, partilhada nas redes sociais oficiais da revista, nomeadamente o *Facebook* e o *Twitter*. De forma a manter o *Facebook* ativo, é criado um agendamento de artigos para as horas mais paradas e para os fins-de-semana. O *Instagram* oficial, por outro lado, é utilizado apenas para partilhar imagens de eventos onde as jornalistas são convidadas a comparecer e promoções engraçadas que as marcas enviam à redação.

O modelo de escrita para as notícias online é, como refere João Canavilhas citando o site *The Guardian*, "say it quick and say it well" (CANAVILHAS, 2014, p.18). Foi-me várias vezes alertado que a linguagem "floreada" utilizada para a revista deve ser evitada no online, embora ainda se deva criar um imaginário de luxo e delicadeza feminina. Considerando que o leitor está mais interessado em encontrar informação rápida e curta com estímulos visuais apelativos, é necessário criar um texto que permita uma leitura na diagonal sem perder o que essencial no texto. (CANAVILHAS, 2014, p.18). Os textos mais compridos publicados no site surgem como entrevistas em modelo de pergunta e resposta, num registo rápido e curto, e cronologias, onde cada ponto não tem mais que duas linhas.

Um elemento importante no jornalismo online é a interatividade. Como Alejandro Rost defende, a interatividade entre leitor e meio de comunicação é um dos elementos mais importantes pois permite avaliar como as notícias são recebidas e ganhar conhecimento sobre o interesse do leitor (CANAVILHAS, 2014, p.53). Infelizmente, a *ELLE* aposta muito pouco na interação, ao contrário do que acontece nas redes sociais de outras publicações periódicas. O *Facebook* oficial da revista *Happy*, por exemplo, faz constantemente perguntas e incentiva, na divulgação dos seus artigos, que

as leitoras deixem as suas opiniões sobre o tema. Estes pequenos detalhes podem parecer supérfluos mas refletem-se nas estatísticas das revistas, como se pode ver pelo simples facto de a vasta maioria das publicações periódicas femininas portuguesas contar mais "gostos" no *Facebook* do que a *ELLE*. Estes dados vão posteriormente influenciar as vendas da revista. Numa publicação que tem como objetivo aproximar-se da leitora como uma amiga, esta inconsistência entre o discurso da revista e o discurso online cria um distanciamento do público-alvo.

#### **2.2.2.2. Para a Revista**

Como já referi no ponto 2.2., as minhas funções incluíam a redação de pequenos conteúdos para a revista. No meu encontro inicial com a Diretora Sandra Gato, os textos que me serviram como exemplo encontravam-se entre as 100 e as 150 palavras, em páginas onde se apresentam artigos de *Moda* ou *Beleza*. Quanto à *Agenda*, os textos seriam apenas as pequenas sínteses de filmes e livros, pelo que fiquei com a sensação que só teria de escrever pequenos textos. Porém, logo na primeira semana fui informada que os artigos de destaque sobre os filmes na secção da *Agenda* também eram da minha responsabilidade, o que requeria maior pesquisa e capacidade de inter-relação com os interesses das leitoras da revista.

À semelhança com o que acontecia nos conteúdos online, os temas eram pré-seleccionados pela Diretora, jornalistas ou Assistente de Direção e eram-me dadas todas as informações sobre os filmes, exposições e livros que teria de escrever. Por vezes era necessário procurar alguns dados nos sites oficiais dos museus ou editoras, para acrescentar conteúdo interessante além do factual, mas nunca surgiram problemas que embaraçassem a minha tarefa. Não obstante, houve dificuldades que surgiram no momento da redação, especialmente no que diz respeito ao espaço.

O início da minha função de redação para estas secções começava quando as maquetes dos *Livros*, *Cinema* ou *Artes* estavam completas. Isto significa, como já vimos, que a disposição do texto, imagens e o número de caracteres por segmento é estipulado *a priori* pelos designers. Por isso, é necessário pensar e escrever consoante o espaço disponível, visto que alterar a maquete irá criar problemas de ordem estética que requerem que se mude a disposição da página resultando num atraso nos prazos. Portanto a única opção é sintetizar, algo que não estava nada habituada a fazer.

Enquanto estudante a capacidade de sintetizar nem sempre é a mais valorizada. A minha experiência pessoal diz-me que ser direto e objetivo, num ensaio ou até mesmo numa frequência, nem sempre é a melhor escolha. Os professores valorizam uma resposta ponderada, que inclua diferentes perspetivas sobre uma temática e que exponha capacidades multidisciplinares. Desta forma, não é de estranhar que, quando confrontados, pela primeira vez, com um verdadeiro exercício de síntese, os alunos tenham dificuldades em separar o essencial do acessório. Este problema fez com que, principalmente nos livros, quisesse integrar pormenores da história, do autor ou, caso fosse adequado, impactos sociais da obra para que o leitor se interessasse na descrição e, conseqüentemente, no livro. Porém, tal era totalmente impossível e acabava por ser obrigada a fazer escolhas sobre os elementos a que devia dar maior destaque.

No último mês do estágio a Editora de Beleza saiu da empresa, ficando a meu cargo toda a secção da *Agenda*. Felizmente, por essa altura já estava habituada ao tipo de escrita curto, resumido e descritivo e foi uma enorme satisfação ver que nenhum dos meus textos sofreu alterações no processo de Edição quando o número foi publicado.

Fora as minhas responsabilidades mensais, foram-me pedidos dois artigos originais: um sobre a modelo Christy Turlington (ver anexo 8) e outro sobre a modelo Gisele Bündchen (ver anexo 9). O primeiro tinha como intenção ser inserido na adaptação da tradução, também feita por mim, mas acabou por ser publicado como uma caixa de texto independente. O segundo foi publicado integralmente como o escrevi (com pequenas edições para caber na maquete). Infelizmente, ambos foram publicados com a assinatura da jornalista Joana Brito.

Ficar totalmente responsável pela criação de um artigo foi a tarefa que mais me entusiasmou durante todo o período que estive na *ELLE*. Foi uma hipótese de sair da minha zona de conforto (que pela altura eram as traduções). O processo de recolha de informação foi sem dúvida trabalhoso. Seguindo as instruções da ideia para o artigo da Gisele Bündchen que a jornalista me tinha dado, passei horas a fazer pesquisas sobre a vida da modelo e a sua carreira. Seguidamente, dediquei-me à história da Chanel, focando-me principalmente no icónico perfume N.º 5 (visto que o artigo surgia no âmbito do lançamento da campanha publicitária do mesmo). Depois foquei-me no Diretor do anúncio, Baz Lhurman, na história que ele queria transmitir e nos elementos

que escolheu. Partindo de páginas e páginas de informação, criei uma narrativa que integrasse nos dados mais importantes para o imaginário que o artigo queria transmitir. Todo este processo mostrou-me o quão interessante é criar um artigo a partir da informação que está ao acesso de todos (visto que utilizei apenas a internet) e torná-lo numa peça única.

Escrever para a revista foi uma tarefa bastante agradável visto que os artigos não seguem rigorosamente os modelos da teoria jornalística. Para vender um imaginário é necessário escrever de forma literária, criando uma narrativa envolvente que expõe factos reais, aproximando-se do *infotainment*<sup>7</sup>, indo ao encontro do tom de "irony in seriousness, and seriousness in frivolity" (ellearoundtheworld.com) que distingue o discurso da *ELLE*.

### **2.2.3. Revisão**

A revisão é uma tarefa que está subentendida em qualquer função onde é necessário trabalhar com o texto. Traduzir e, seguidamente, adaptar os artigos, parecem tarefas simples até adicionar este terceiro elemento. Sendo aluna de Edição de Texto, é suposto que, idealmente, os meus trabalhos sejam entregues num português correto, sem gralhas ou problemas na fluidez do texto. Embora a redação da revista conte com uma revisora, a verdade é que há sempre detalhes que escapam à leitura (por exemplo, o meu primeiro artigo foi publicado com uma gralha, apesar de ter passado por quatro intervenientes) e quantos mais olhos atentos sobre um texto, melhor.

A Revisão é das funções mais importantes na edição. A mais pequena falha pode provocar grandes danos na produção e no orçamento de um livro, porque requer uma nova edição e, conseqüentemente, reimpressão, deixando inúmeros volumes em armazém. Nas edições periódicas, não existem novas edições pelo que é imperativo que haja uma boa revisão para evitar que a revista perca a sua qualidade.

#### **2.2.3.1. Sobre a Revisão**

A Revisão é um dos campos mais negligenciados no que toca ao tratamento de texto. Por vezes pensa-se que há tantos intervenientes no texto – o autor, o tradutor, o editor – que, ao final do dia, o texto já foi lido e relido e todos os problemas foram

---

<sup>7</sup> Segundo o *Oxford Dictionaries*, o termo *infotainment* teve origem nos anos 80 e refere-se à exposição de material jornalístico que tem como objetivo informar e entreter simultaneamente.

encontrados e solucionados. Mas nem sempre é assim. Quanto mais tempo se passa em frente de um texto, mais imerso se fica no mesmo, principalmente quando estamos a trabalhar nele. A certa altura, já estamos saturados de trabalhar no mesmo e ficamos ansiosos por chegar à fase seguinte, acabando por prejudicar o trabalho que temos em mãos. Se acrescentarmos que, atualmente, o trabalho do Revisor (e até mesmo do Tradutor e do Editor) não é o mais reconhecido economicamente, ainda mais evidente se torna a ansiedade de terminar a tarefa e seguir em frente.

O trabalho de Revisão e Edição requer muito mais do que ler e rasurar frases, é preciso compreender se o texto está apelativo e compreensível, se o tema principal está bem explicado, se o autor divaga ou se os argumentos principais se perdem no meio de frases fragmentadas ou sem sentido. Rever requer tempo e energia e muita dedicação do Editor ou Revisor.

Começar a rever um texto imediatamente após a sua redação nem sempre é a atitude mais inteligente. É certo que há sempre constrangimentos de tempo, mas deixar o texto respirar por uns dias pode ser uma excelente forma de lhe lançar um olhar renovado. Por isso, essa foi a técnica que utilizei durante todo o estágio. Durante a semana fazia traduções uma a seguir a outra, deixando apontamentos a mim mesma, através de sublinhados, sobre certas frases ou termos que não me soavam bem num momento inicial. Na sexta-feira, imprimia todas as traduções, lia atentamente em papel (é muito mais fácil encontrar problemas no texto numa versão impressa do que no ecrã) e fazia apontamentos extra sobre o que não me soava bem ou sobre as alterações que devia fazer. Seguidamente, fazia as alterações necessárias no documento digital, voltava a imprimir e repetia o processo até ficar satisfeita com o resultado. Só após essa revisão meticulosa é que entregava o texto.

As traduções dos textos em inglês revelaram-se, nesta fase, mais trabalhosas que os do espanhol. A construção frásica portuguesa é mais complexa que a inglesa e é possível fazer frases enormes para pensamentos simples. Além disso, a construção das frases em inglês diferem bastante da norma portuguesa, o que levava a que algumas traduções ficassem quase sem nexos. Portanto, durante a revisão a minha maior preocupação era que o texto final soasse natural, como se fosse originalmente escrito em português. Um outro elemento analisado durante o processo de revisão era o da pontuação e da uniformização com o registo da revista. Um exemplo representativo é o

uso das aspas de citação ("") que são utilizadas pelas *ELLE* internacionais como indicadores de fala, no entanto, a edição portuguesa utiliza «» para as citações.

Para estes detalhes seria útil a revista ter um livro de estilos que estabelecesse as regras de escrita e pudesse ser consultado mas, devido à sua inexistência, é necessário aprender através do estudo meticoloso dos números anteriormente publicados, da observação e da experiência que se vai adquirindo.

### **3.2.3.2. Ferramentas para a Revisão**

Como foi mencionado anteriormente, a redação não tem disponíveis quaisquer ferramentas que auxiliem o tratamento do texto e os meios que mais utilizei estão presentes no ponto 3.2.1.2.. Fora isto, a única ferramenta que tinha à minha disposição foi a que utilizava para escrever todos os meus textos, o *Microsoft Word*.

O *Word* não é das ferramentas mais fidedignas mas, à falta de melhor, foi uma grande ajuda durante o processo de redação. Para começar, é um instrumento valioso para detetar erros ortográficos e, por vezes, assinala problemas de sintaxe. O *Word* tornou-se ainda um grande aliado na adaptação para o novo Acordo Ortográfico. Até ao início do estágio, nunca tinha escrito consoante o novo Acordo, mas, à semelhança de grande parte dos meios de comunicação, a *ELLE* optou por adotá-lo, tornando necessário ambientar-me ao novo modelo de escrita, razão pelo que também o faço no presente relatório.

Em conjunto com o corretor automático do *Word*, o programa conta ainda uma aplicação de revisão que se revelou uma grande ajuda no processo de edição entre as minhas revisões, visto que nos permite comparar as alterações feitas no texto sem apagar o texto original.

O *Word* também foi útil na redação de conteúdos nas maquetes da revista. Dado que o *InDesign* estava em espanhol, o programa não tinha dicionário português, logo não apontava erros ortográficos. Por esta razão, quando estava satisfeita com os textos na maquete, fazia *copy-paste* para o programa da *Microsoft* para verificar a ortografia.

## CONCLUSÃO

Considerando que a componente letiva do mestrado se centra maioritariamente no universo do livro, o estágio numa publicação periódica foi, sem dúvida, uma excelente forma de ganhar uma outra perspetiva em relação à Edição de Texto. Isto deve-se ao facto de não só se tratar de uma experiência diferente da que nos é apresentada durante a aprendizagem teórica, que reflete apenas a realidade das editoras, mas também pela forte componente prática que implica um estágio, transmitindo uma breve perceção do funcionamento do mercado de trabalho.

Durante o período de aulas, é-nos ensinado como fazer fichas de leitura, como devemos encarar os originais, como preparar uma capa, contracapa e até como criar um site que se adequa à editora e apresentação de uma obra. Contudo, a elaboração de uma publicação periódica também passa por alguns modelos base que poderiam ser transmitidos, como a seleção da Agenda noticiosa ou a preparação de entrevistas. É certo que estas temáticas tocam a área do Jornalismo, mas a Edição de Texto também passa por aí.

Se há algo que, durante o estágio, me mostrou a importância da Edição de Texto em todos os seus contextos, foi a forma como os *press releases* chegavam à redação. Um texto que deve ser simples, curto e informativo (à semelhança de uma notícia) continha, por vezes, inúmeros erros, incongruências e falta de informação essencial para que cumprisse a sua função. Afinal, de que serve um *press release* sobre o lançamento de um livro se nem sequer menciona o local de lançamento e o preço? Isto faz com que, no processo de seleção, o jornalista rapidamente dê preferência a outras fontes que forneçam toda a informação que necessita para redigir o seu texto. Principalmente numa área onde se sentem enormes constrangimentos de tempo e onde se procura uma divulgação mais rápida em relação à competição. Se o problema persistir, eventualmente o jornalista perde o interesse na informação divulgada pelo departamento ou agência de comunicação, um comportamento semelhante ao do leitor comum.

Independentemente do registo do texto, a relação entre o meio de comunicação e o leitor é construída numa base de confiança. O leitor não vai confiar numa editora que publique constantemente livros com erros, levando à perda de interesse e, posteriormente, a grandes consequências negativas para a editora em questão. É por isso que os papéis do Editor e do Revisor são importantes.

Poder estagiar na *ELLE* foi uma grande honra. Esta oportunidade não só permitiu que chegasse a esta fase do mestrado como ainda tive o prazer de fazê-lo numa área que gosto. Ao mesmo tempo, deu-me a oportunidade de explorar áreas da Edição em que nunca tinha imaginado em trabalhar como a Tradução e a Adaptação.

O leitor, mesmo sabendo que está a ler algo oriundo de outro idioma, procura que o texto lhe seja apresentado como se fosse originalmente escrito na sua língua materna, ou seja, numa linguagem natural e fluída. De forma a conseguir isto, numa obra literária, o Editor geralmente recorre a notas de rodapé, a um glossário ou a uma Edição Crítica para esclarecer escolhas editoriais que, de alguma forma, distanciam a tradução do texto original. Assim, o Editor adequa o texto ao seu público-alvo tornando a leitura acessível ao mesmo tempo que deixa o leitor consciente das perdas e especificidades daquela obra. Apesar de nas publicações periódicas se procurar um resultado final semelhante, este tipo de edição não permite margens para esclarecimentos de tradução. O Tradutor tem que fazer escolhas e saber o que é essencial transmitir ao leitor, tem de explicar no corpo do texto o significado de termos incomuns e escolher a linguagem adequada à publicação e ao público-alvo. Portanto, como se pode ver, apesar de se procurar efeito semelhante, a tradução passa por processos diferentes caso de trate de um livro ou de uma publicação periódica internacional.

A maior divergência entre a tradução literária e a noticiosa deve-se ao processo de Adaptação. Como vimos, o processo de tratamento para que o texto seja pertinente para a data e contexto cultural da publicação requer que passe por algumas etapas que não são tão comuns no universo do livro. Isto acontece principalmente em relação à linguagem. A não ser que se trate de um tema de especialização, a linguagem de uma obra é trabalhada a pensar num leitor generalista. No caso das edições periódicas, como a *ELLE*, é frequente recorrer a simbolismos emblemáticos do público-alvo para que se crie uma relação amigável entre a publicação e o leitor. Por exemplo, é quase um desafio encontrar uma revista feminina que não refira Carrie Bradshaw de *Sexo e a Cidade* quando se referem sapatos ou Marilyn Monroe quando o tema são joias (ver anexo 15).

Um segundo fator a ter em consideração é a própria escrita. Nestas revistas, não basta que o texto seja simples, acessível e livre de erros e incoerências, o próprio léxico

deve ser adequado ao público a que se dirige. Não basta dizer que o vestido de Nicole Kidman era de tom verde, a cor deve ser descrita ao pormenor para que a mulher possa imaginar exatamente o vestido descrito e possa ser transportada para o seu imaginário de luxo. Para que isto aconteça, é necessário que o texto, além de informativo, conte com momentos de narração recorrendo aos traços de linguagem associados ao mundo feminino. Portanto o vestido não era verde. O vestido era claramente jade e absolutamente divinal.

O processo de revisão foi uma tarefa que comecei a levar especialmente a sério quando vi o primeiro artigo que escrevi ser publicado com uma gralha. Num tipo de edição onde muito raramente são feitas segundas edições (ou sequer impressões), é preciso ter especial cuidado na forma como o texto vai para a gráfica. A boa revisão de um texto mantém o mercado da edição bem oleado, fidelizando leitores e mantendo a credibilidade das casas editoriais, publicações e dos autores. A função do revisor é das mais nobres no tratamento de um texto e, infelizmente, a mais negligenciada.

A oportunidade de escrever para a revista e para o seu site foi, sem dúvida, o que mais me agradou durante os três meses de estágio. Considerando que a função que exercia diariamente era a tradução, poder escrever algo original era uma saída da rotina extremamente agradável. Se acrescentar que, no final, pude ver pela primeira vez o meu nome assinado num artigo, torna-se fácil imaginar a emoção que este tipo de tarefa me dava.

No final, o estágio na *ELLE* mostrou-me que o trabalho de Edição vai muito mais longe do que nos é ensinado em teoria. Há decisões editoriais específicas em cada texto que se trabalha. Numa primeira instância, pensei que saber inglês e ter um *minor* em Ciências da Comunicação era o suficiente para ser bem sucedida nas tarefas que me pudessem apresentar. Qual foi o meu espanto quando me disseram para romantizar um tipo de texto que me foi ensinado como objetivo, levando-me a aprender mais sobre a linguagem inerente às publicações femininas. Isto mostra que, como foi repetido vezes sem conta durante a componente curricular, cada caso é um caso. Quer seja uma tradução, o tratamento de um original ou na edição de uma publicação periódica, cada texto tem os seus desafios e um Editor tem de se saber adequar aos mesmos. É uma atividade de constante aprendizagem dado que, afinal de contas, o processo de edição nunca acaba.

## BIBLIOGRAFIA

- BAKER, Mona. (ed.), *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*. London, Routledge, 2001
- BARTHES, Roland. *The Fashion System*. Londres, University of California Press, 1990
- BIRD, S. Elizabeth, DARDENNE, Robert W. "Mito, Registo e 'Estórias': Explorando as Qualidades Narrativas das Notícias." IN TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*. Lisboa, Comunicação & Linguagens, 1999
- BREED, Warren. "Controlo Social na Redação: Uma Análise Funcional". IN TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*. Lisboa, Comunicação & Linguagens, 1999
- CANAVILHAS, João (ed.). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Livros LABcom, Covilhã, 2014
- CERQUEIRA, Carla. *A Imprensa e a Perspectiva de Género*. Universidade do Minho, 2008. < <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/viewFile/101/153>>, Consultado a 25 de janeiro de 2015
- COATES, Jennifer. *Women, Men and Language - A Sociolinguistic Account of Gender Differences in Language*. Nova Iorque, Routledge, 2004
- CORREIA, João. *Sociedade e Comunicação: Estudos Sobre Jornalismo e Identidades*. Livros LABcom, Covilhã, 2005
- CORREIA, João. *Teoria e Crítica do Discurso Noticioso*. Livros LABcom, Covilhã 2009
- CULLER, Jonathan. *A Very Short Introduction to Literary Theory*. Oxford University Press, 2000
- ECKERT, Penelope, MCCONNELL-GINET, Sally. *Language and Gender*. Cambridge University Press, 2005
- ECO, Umberto. *Dizer Quase a Mesma Coisa Sobre a Tradução*. Lisboa, Difel, 2005
- FIGUEIRA, João. "Revistas femininas perpetuam olhar antigo sobre a mulher". Diário de Notícias, 2004 <[http://www.dn.pt/inicio/interior.aspx?content\\_id=594170&page=1](http://www.dn.pt/inicio/interior.aspx?content_id=594170&page=1)>, Consultado a 13 de fevereiro de 2015

GROSS, Gerald (ed.). *Editors on Editing: What Writers Need to Know About What Editor Do*. Google Books <<http://tinyurl.com/gross-editorsonediting>>, Consultado a 6 de fevereiro de 2015

HAAS, Adeline. *Male and Female Spoken Differences: Stereotypes and Evidence*. *Psychological Bulletin*, 1979 <<http://tinyurl.com/haas-malefemalelanguage>>, Consultado a 22 de fevereiro de 2015

HERMAN, Edward S. "A Produção Social das Notícias: O ' Mugging' nos Media". IN TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*. Lisboa, Comunicação & Linguagens, 1999

LAKOFF, Robin. *Language and Women's Place*. Harper & Row, 1975

MOTA-RIBEIRO, Silvana, PINTO-COELHO, Zara. *Imagens de Mulheres na Imprensa Portuguesa*. Biblioteca on-line de ciências da comunicação. <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/ribeiro-coelho-imagens-mulheres-imprensa-portuguesa.pdf>>, Consultado a 14 de fevereiro de 2015

MOTA-RIBEIRO, Silvana, PINTO-COELHO, Zara. *O acesso das mulheres ao discurso da imprensa portuguesa*. Biblioteca on-line de ciências da comunicação. <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/coelho-ribeiro-acesso-mulheres-discurso-imprensa-portuguesa.pdf>>, Consultado a 14 de fevereiro de 2015

NORVAL, Emily. *Research into Women's Magazines and the Social Construction of Womanhood*. Dissertação de Mestrado em Media Industries. University of Leeds, 2011 <<http://media.leeds.ac.uk/files/2011/12/Emily-Norval1.pdf>>, Consultado a 16 de janeiro de 2015

*Revistas Femininas: a Tirania da Publicidade*. Associação Mulheres em Acção, 2006 <[http://www.mulheresemaccao.org/analise\\_view.asp?Id=48](http://www.mulheresemaccao.org/analise_view.asp?Id=48)>, Consultado a 22 de janeiro de 2015

SPECK, Bruce W. et al. *Teaching Revising and Editing - An Annotated Bibliography*. USA, Greenwood Publishing Group, 2003

TRAQUINA, Nelson. *O que é: Jornalismo*. Lisboa, Quimera, 2007

VENTURA, Isabel. *A emergência das mulheres repórteres nas décadas de 60 e 70*. Dissertação de Mestrado em Estudos sobre as Mulheres. Universidade Aberta, 2007

## ANEXOS

Os anexos consistem numa amostra de traduções (acompanhadas na versão publicada, quando aplicável), artigos para a revista (com digitalizações da secção *Agenda*) e para o online. Os segmentos encontram-se divididos tematicamente e por uma folha de rosto, à exceção dos artigos para o site.

### **Traduções**

Anexo 1 - "O Efeito Dominó da Pornografia por Vingança"

Anexo 2 - "À Sua Maneira"

Anexo 3 - "Rainha em Tudo"

Anexo 4 - "Preciso de um Orientador Profissional?"

Anexo 5 - "Doente de Preocupação"

Anexo 6 - "Acupunctura Psicológica"

Anexo 7 - "Afastar a Ansiedade" (sugestão de adaptação integrando os dois anexos anteriores)

Anexo 8 - "Agora e para Sempre" (tradução e artigo)

### **Artigos para a Revista**

Anexo 9 - "Gisele, a femme fatale da Chanel"

Anexo 10 - Secção *Filmes*

Anexo 11 - Secção *Livros*

Anexo 12 - Secção *Artes*

Anexo 13 - Secção *Música*

Anexo 14 - Abertura da secção *Agenda*

### **Artigos para o Online**

Anexo 15 - "Preciosidades Orientais no Museu do Oriente"

Anexo 16 - "Chanel N.º5 Para Todos os Momentos"

Anexo 17 - "City Collection: Uma Marca, Seis Cidades"

Anexo 18 - "H&M: 10 Anos de Colaborações com Designers em Livro"

Anexo 19 - "Stars juntam-se na Inauguração da Fundação Louis Vuitton"

## **TRADUÇÕES**

## **ANEXO 1**

Artigo "O Efeito Dominó da Pornografia por Vingança"

Original publicado na *ELLE* UK de outubro de 2014

## O EFEITO DOMINÓ DA PORNOGRAFIA POR VINGANÇA

Fotografias que eram exclusivas para os olhos do seu namorado são postas online sem a sua permissão. O que acontece a seguir tem repercussões que afetam o futuro de qualquer mulher. Abby Haglage investiga a dor de ser exposta online.

Se não costuma vasculhar pelos lados mais obscuros da web, é possível que não se tenha cruzado com o termo pornografia por vingança. Então aqui fica uma pequena explicação: é definido como a distribuição intencional de conteúdo sexual explícito sem a autorização do indivíduo. Isso engloba tudo desde selfies em tronco nu a vídeos íntimos caseiros que se tornam para consumo público. Os perpetradores são geralmente antigos namorados, mas desconhecidos também entram na brincadeira – como Jennifer Lawrence descobriu recentemente quando as suas fotos íntimas se espalharam pela web graças a um hacker – aparentemente, só porque sim. Mas é um inferno para as mulheres que passam por isso.

Enquanto ainda não há números precisos disponíveis no UK, é evidente que o fenómeno está a crescer a um ritmo alarmante. E com websites dedicados totalmente a este tipo de fotografia (que existem devido à política anti-nudez do Facebook, Twitter e Tumblr que garantem que as imagens mais ofensivas sejam retiradas rapidamente das redes sociais), o problema torna-se ainda maior. Com a ajuda dos internet trolls agressivos e obsessivos, a pornografia por vingança destrói vidas diariamente.

É um desespero que Holly conhece em primeira mão. A sua apresentação à pornografia por vingança foi através de um amigo a gritar ao telefone: «Vai ao teu Facebook, agora!» Holly escreveu a sua password para descobrir que a sua sorridente foto de perfil tinha sido substituída por uma foto de nudez explícita: a sua. E ela sabia perfeitamente de onde vinha. Enquanto era estudante, o seu namorado na altura vivia a quatro horas de distância, por isso, trocavam fotos íntimas e faziam sessões na webcam quando não se podiam ver cara-a-cara. Cada vez que Holly lhe enviava uma foto nua, ele prometia apagá-la. E é claro que ele mentiu todas essas vezes. Quando confrontou o seu ex, ele negou ter publicado a fotografia, alegando que lhe tinha acontecido o mesmo. Sem certeza sobre o que fazer, ela fechou a sua conta no Facebook e tentou esquecer o incidente, mesmo sabendo que ele tinha mais dezenas de imagens.

A divergência de sexo nas vítimas da pornografia por vingança é uma reflexão deprimente da hostilidade em relação às mulheres da internet – algo que a professora de direito Mary Anne Franks, da Universidade de Miami, explora no seu trabalho. «Em alguns casos, a pornografia por vingança é assédio sexual de há 20 anos atrás», afirma. «É uma forma simples de castigar as mulheres que não se submetem ao controlo, que os parceiros querem submeter através da humilhação.» A sua colega, a professora Danielle Keats Citron, tem passado horas a entrevistar vítimas sobre os resultados: depressão, ansiedade, anorexia, ataques de pânico e pensamentos suicidas. «O sentimento de vergonha e perda de intimidade é muito intensa», afirma.

Alem dos danos emocionais, há quase inevitavelmente consequências profissionais. De acordo com um estudo feito em 2009 pela Microsoft, 80% dos empregadores pesquisam os candidatos antes de os contratar. Imagine que a primeira coisa que surge quando o seu potencial empregador pesquisa o seu nome é um vídeo seu a masturbar-se. Foi exatamente o que aconteceu a Holly, sete meses depois da primeira imagem surgir no Facebook.

Ainda consciente que o ex tinha uma coleção de fotos íntimas suas, ela continuou com a sua vida e tinha um novo namorado. Mas tudo mudou depois de uma amiga taggar a foto do novo casal num casamento. Menos de 24 horas depois, mais fotos de Holly nua tornaram-se virais. Dentro de três dias, as fotos estavam em 300 sites, desde sites de vingança a redes pornográficas. A primeira dúzia de páginas de pesquisa de imagens da Google no nome de Holly eram fotos sem roupa. Depois, o pior: um vídeo. Gravado secretamente durante uma sessão de webcam com o seu ex namorado, com uma legenda a mencionar o seu trabalho como professora auxiliar numa universidade: “Professora masturba-se para os seus alunos.”

O reitor da universidade onde Holly trabalhava chamou-a uma semana depois, para discutir “o seu progresso”. Ele disse-lhe que uma chamada anónima o chamou a atenção para o vídeo. Os apelos à sua inocência foram irrelevantes e ignorados: os seus potenciais empregadores ficavam preocupados que caso os estudantes, ou os seus pais, pesquisassem o nome de Holly, o vídeo era a primeira coisa que iriam encontrar. Era bastante claro que, a não ser que mudasse de nome, a universidade iria despedi-la. Eventualmente, ela concordou, mas o processo demorou meses, e entretanto a sua reputação ficou bastante afetada. Depois, dias antes de uma conferência em que iria ser oradora, as fotos íntimas ressurgiram, acompanhadas da morada do evento e pedidos para os trolls irem assistir. Temendo pela sua vida, Holly desistiu da conferência e despediu-se. Mudou de número e começou a esconder-se.

Esgotando todos os caminhos disponíveis de levar o seu ex à justiça (foi-lhe dito que, legalmente, ela tirou as fotos e as enviou ela própria, portanto eram dele para usar como quisesse), mergulhou numa depressão profunda e chegou a contemplar o suicídio. Foi necessário a sua mãe entrar num posto da polícia a gritar: «Será que a minha filha tem de se matar para que façam alguma coisa?» para que as autoridades tomassem conta do caso. Conseguiram ligar o endereço de IP ao computador do seu ex namorado, mas não puderam confiscá-lo até provarem que ele próprio as publicou. Seis anos depois, e ainda não conseguiram fazer nada. A luta de Holly, tal como milhões de outras, continua. Os pensamentos suicidas desapareceram, mas a ansiedade permanece. As fotografias já foram retiradas da internet, mas, de certa forma, nem é o mais importante. Para as vítimas da pornografia por vingança, as imagens nunca desaparecem verdadeiramente.

Sherene, que encontrou fotos suas na internet alguns meses depois de terminar com o seu namorado de longa distância, sabe-o melhor que ninguém. Quando a antiga CEO de uma marca discográfica de 29 anos recebeu uma sms de um amigo do mundo

da musica, o seu coração parou. «O que é que é esta conta no Twitter? Já a viste?», perguntou o amigo. Embora Sherene tivesse conhecido o seu ex durante dois anos em Londres – aparentemente um bom rapaz, que trabalhava para uma caridade – só começaram a namorar depois de ela se mudar para Southampton. Como estavam a horas de distancia, ele incitava-a constantemente para lhe enviar fotos nua. «Vá lá, sabes que me amas, tira uma foto», costumava dizer, depois de lhe enviar uma dele mesmo. «Tu és minha. Não te esqueças. Tu pertences-me», respondeu ele a uma das fotos. Ela parou de as enviar pouco depois, e acabou o relacionamento depois de descobrir que ele a tinha traído. Mas quando foi apresentada à sua ex namorada através de um amigo comum, ela começou a entrar em pânico. A mulher descreveu a Sherene, detalhadamente, como tinha sido excluída pela sua família e incapaz de arranjar trabalho após ele ter publicado as suas fotos nua em sites pornográficos pela web.

O link do Twitter que o amigo de Sherene lhe enviou foi o seu pior pesadelo: dúzias de tweets com fotos dela nua foram publicadas com hashtags como “#SIDA”. Pior de tudo, o perpetuador tagou nas fotos praticamente todos os grandes nomes da indústria musical – grande parte deles com centenas de milhares de seguidores no Twitter. «Quando vi comecei a chorar», conta Sherene. «Ele sabia que a música era a melhor forma de me atacar. Quando algo é lançado, espalha-se como fogo.» Ela foi profundamente humilhada, despediu-se do seu trabalho e da indústria – neste momento está a estudar para se tornar contabilista. «Estou demasiado assustada para trabalhar em algo na ribalta», afirma. Ela toma antidepressivos e sofre de insónias, ficando acordada a preocupar-se que o seu filho de dois anos possa um dia encontrar as fotos por acidente. «Não é justo para ele, só porque um ex namorado quer destruir vidas», diz, com a voz a tremer.

A experiência de Sherene com a lei no UK não é muito diferente da de Holly no US. Quando ligou para a polícia, em histeria, disseram-lhe para ela não “distribuir” mais fotos, e que não conseguiam obter o endereço de IP através do Twitter visto que as imagens não constituem um caso “ameaçador o suficiente” dentro das leis em vigor. Sem a localização do utilizador, a polícia não tinha meios para andar para a frente. Um advogado ajudou-a a fechar a conta uma semana depois da sua estreia, alegando a cláusula anti-nudez do Twitter, mas era tarde demais. As suas fotos ainda estão presentes na internet, a maioria em sites pornográficos gratuitos que ela já contactou 25 vezes a pedir a remoção. Ninguém lhe respondeu.

Visto que não há leis específicas que cubram a pornografia por vingança, não há nada que Sherene possa fazer. Por todo o mundo, as diferenças nas leis de crimes online criam uma disparidade na forma como tratam as experiências das vítimas. Enquanto certos países já tomaram ação, como o US (em que 12 estados têm agora leis estritamente aplicáveis à pornografia por vingança) e a Alemanha, em que um Supremo Tribunal decidiu que todas as fotos devem ser apagadas no final da relação, se uma parte pedir, no UK as discussões ainda agora começaram. Sem um termo específico para definir pornografia por vingança como crime, as leis existentes que possam cobrir o cobrir têm falta de meios e são difíceis de usar.

Na primeira linha da batalha legal britânica está uma mulher chamada Hannah Thompson com 21 anos, de Guildford. Ela tinha acabado de começar um trabalho como organizadora de campanhas para a Lib Dems quando o seu namorado a convenceu a tirar fotos dela nua. Nessa altura, com uma relação de dois anos, ele já lhe tinha enviado mais de uma dúzia de fotos dele mesmo. «Isto é o que todos fazem», disse-lhe na altura. Uns meses mais tarde, acabaram – na cabeça de Hannah, amigavelmente. Mas quando uma amiga o ouviu a falar mal de Hannah numa festa, ela começou a ficar preocupada. «Fui invadida por um receio estranho», conta. «Se ele me odiava assim tanto, então ele podia fazer algo horrível.»

Consumida pelo receio, ela foi ver o Tumblr “sexy” que o seu ex namorado tinha por diversão. Ela já lá tinha visto fotos de mulheres nuas antes, mas nunca pessoas que ela conhecesse – até agora. Ali, rodeada de fotografias de estrelas porno, estavam três fotos de Hannah. Embora a sua cara estivesse desfocada, o seu quarto e corpo eram reconhecíveis. «Fiquei horrorizada», diz Hannah. Assustada com as possíveis repercussões, ela contactou o seu ex freneticamente, apelando que ele apagasse as imagens. Em troca da sua atenção, ele fez o que ela pediu. Mas quando voltaram a parar de falar pouco tempo depois, as fotos foram republicadas. Para conseguir que o Tumblr as removesse, Hannah teve de enviar um email ao coordenador web com uma foto dela mesma com um letreiro em que se lia: «Tumblr, esta sou eu.»

O email foi uma correção temporária, mas bem longe de uma solução. Seis meses depois do susto inicial, ela continuava a percorrer a web diariamente à procura de fotos – um ato obsessivo que escraviza muitas vítimas de pornografia por vingança. Durante uma pesquisa, ela deu com um perfil falso no Tumblr de uma “porca britânica com 19 anos” chamada “Kimmie”. Com fotos exclusivamente de Hannah, a jovem imaginária incitava trolls a masturbarem-se com as suas fotos e a deixarem comentários depreciativos. «Deixou-me mal disposta», diz Hannah sobre o perfil. «Pareceu-me uma violação enorme.» Passar dias a trabalhar no escritório, onde ela não podia procurar imagens devidos aos filtros de obscenidade, tornaram-se insuportáveis.

Convicta que se podiam tomar ações criminais, Hannah apresentou queixa à polícia, partilhando os links para o perfil de “Kimmie”, mas isso só aprofundou o seu desespero. Como o seu ex tinha tirado as fotos com a sua permissão e ela era maior de idade, acusações de pornografia infantil e violação de direitos de autor foram pela janela. Visto que ele não tinha agregado informações de contacto, assédio e perseguição também não eram aplicáveis. «A polícia disse que o máximo que podiam fazer era ter uma conversa com ele», conta Hannah. Receosa que “uma conversa” levasse a atos piores, ela disse que não valia a pena. Mas foi o que veio depois que encorajou Hannah a agir. A reações dos homens com quem ela falava, surpreendentemente, caíam em duas categorias. A primeira, sexista: «Então, onde posso encontrar essas fotos?» E a segunda, acusatória: «Tu mereces, já que deixaste que ele as tirasse.»

«O que eu fiz não tinha más intenções», afirma Hannah. «O meu maior crime foi confiar em alguém. Porque é que me devia sentir como se tivesse feito algo errado?»

Irritada com a falta de consciência à volta do problema, ela entrou em ação, publicando um link para uma petição online chamada Ban Revenge Porn (Abulam a Pornografia por Vingança) nas suas contas das redes sociais. Em menos de 24 horas, os seus esforços reuniram mais de 1000 assinaturas. Ela escreveu uma carta descrevendo os terríveis efeitos da pornografia por vingança nas vítimas para enviar aos Membros do Parlamento. Isto chamou à atenção da Conservadora MP Maria Miller e do Liberal Democrata MP Julian Huppert, e ambos deram discursos apaixonantes à House of Commons (Assembleia) mostrando o seu descontentamento e apelando à mudança. «Publicar pornografia por vingança na internet é um crime terrível. É uma forma de violência sexual contra as mulheres», disse Miller. Ambos os Membros do Parlamento fizeram campanhas por alterações à Criminal Justice & Courts Bill, exigindo que a pornografia por vingança se tornasse uma ofensa criminal. A sua mensagem é clara: isto é intolerável.

Um ano após o incidente, a dor ainda é palpável na voz de Hannah. «Eu ainda não confio em homens, ou seja quem for, na verdade», confessa. «Não acho que vá voltar a recuperá-la.» Apesar da família e amigos lhe darem apoio, o incidente afetou as suas relações de forma que nem ela consegue descrever. A mais afetada foi com a sua melhor amiga, com quem ela confidenciou o incidente. «Acho que não vou conseguir voltar a olhá-la nos olhos», diz Hannah. «É tão humilhante saber que ela viu aquelas fotos. Até me dá arrepios.» Eventualmente, Hannah cortou totalmente contacto com o seu ex, mas nunca percebeu quais eram os seus motivos. «Eu não sei se ele estava a fazê-lo pela sua própria gratificação sexual», confessa. «Imagino que se esteja a ter uma satisfação doentia em como me está a stressar.»

Uma nova relação, que Hannah começou recentemente, foi um grande passo em frente, mas só após um começo difícil. «Quando ele me quis levar a encontros e tratar-me bem, eu pensei: “Porque é que queres estar com alguém como eu?”», relembra-se. «Eu sentia-me tão em baixo.» Com a ajuda da sua família, amigos e mentores no trabalho, Hannah recuperou a confiança. Mas as cicatrizes são fundas, «Eu ainda procuro por imagens de vez em quando, para ver se foram publicadas de novo», confessa Hannah. «Vou sempre ficar com esse medo.»

Enquanto o Reino Unido luta para encontrar uma solução para o problema, organizações como o UK Safer Internet Centre trabalham para ajudar vítimas a lidar com a situação. Laura Higgins, gerente de uma das linhas de ajuda e especialista em segurança online, assistiu a um grande aumento de chamadas nos últimos seis meses. Quando as chamadas são de vítimas de pornografia por vingança, ela aponta o nome dos websites em que as imagens foram publicadas e contacta-os imediatamente exigindo que sejam retiradas. «Já foi possível retirar as fotos do ar dentro de seis minutos», afirma. Mas mesmo seis minutos na internet podem ter um grande impacto. Apesar de haver alguns remédios para os danos da sua persona online, como encher o seu perfil com conteúdo positivo (para enterrar as imagens de nudez o máximo possível), não há solução para limpar totalmente o registo digital.

Tentar capturar a dor que a pornografia por vingança inflige é quase uma missão impossível. É irracional. É uma dor aguda. Abusa, goza e humilha. Torna a feminilidade em impotência, a figura feminina num objeto a ser castigado, a sexualidade em algo vergonhoso. Grande parte das mulheres que liga para a linha de ajuda descreve uma solidão auto-infligida dolorosa, mas o silêncio deixa os misóginos ganhar. À medida que há mais consciência para o problema, a mensagem que a pornografia por vingança é intolerável torna-se mais forte. O Secretário da Justiça Chris Grayling disse à *ELLE*: «Pornografia por vingança pode causar problemas sérios às vítimas e queremos certificar-nos que este tipo de comportamento é punido adequadamente. É por isso que o governo está seriamente a tomar atenção ao problema. Queremos dar às pessoas paz de espírito de que isto não é algo com que têm de lidar e que há formas de resolver a situação.»

Caixa página 190

Conheça a lei.

Enquanto a lei no UK não muda, dependendo da natureza das imagens e das intenções do perpetrador, publicar conteúdo explícito sem o consentimento pode cair na Communications Act de 2003 ou a Malicious Communications Act 1988. Se há mais que uma publicação, pode haver uma ofensa por assédio perante a Protection From Harassment Act 1997. O governo está a explorar se estas leis são o suficiente para acabar com o problema da pornografia por vingança. Se alguém a ler foi vítima, entre em contacto com a polícia imediatamente.

## **ANEXO 2**

Artigo "À Sua Maneira"

Texto original publicado na *ELLE* UK de novembro de 2014

Versão portuguesa publicada na *ELLE* Portugal de dezembro de 2014

## À SUA MANEIRA

Eu tinha um desejo secreto de ouvir a Anne Hathaway cantar, mas parecia-me improvável que se fosse realizar. Era meio da tarde e estávamos na esplanada de um café em Brooklyn. A Anne estava lá para falar do seu filme *Interstellar*, de Christopher Nolan, no qual não há, definitivamente, cantorias. E depois, os céus abriram-se sobre mim. A conversa virou-se para Patti Smith. Anne diz-me que as memórias de Smith, *Just Kids*, é o seu livro favorito, e *Horses* o seu álbum preferido e, subitamente, uma música sai de dentro dela, fazendo cabeças virar em admiração. Já tinha havido uma quantidade decente de olhares, como é obvio, quando Hathaway chegou para falar comigo, a horas e a sorrir. Ela é arrebatadora, ainda mais bonita em pessoa que no ecrã: a famosa boca mais delicada, os olhos menos semelhantes aos de um boneco animado. Está vestida com Levi's largos e enrolados, ténis de enfiar no pé Saint Laurant e um casaco militar. O seu cabelo curtíssimo, agora ligeiramente mais comprido, puxado para longe do rosto. Aos 31, ela parece mais uma artista de Brooklyn que uma estrela de cinema.

Engraçada e inteligente, ela fala rapidamente, a conversa saltando entre o seu amor por *Game of Thrones* («Desde que não matem o Peter Dinklage. Se matarem o Dinklage, acabou»), e o seu marido de há dois anos, Adam Shulman. Na tarde que passamos a beber chá frio, desenvolvo o que só pode ser descrito como uma enorme admiração, tal como toda a equipa da *ELLE* se sentiu no dia anterior, durante a sessão fotográfica.

De facto, sentada à sua frente, é difícil acreditar que esta mulher cativante, engraçada e generosa polariza opiniões. Mas sem dúvida que o faz. A furiosa liga de “Hatha-haters” na internet têm-na atacado pelos seus longos discursos de agradecimentos de prémios, as alegadas exigências de diva (que, depois de a conhecer, eu não acredito) e, bem, simplesmente por a acharem irritante (considero-a inocente nessa acusação também, valha o que valer).

Esta malícia injustificada incomoda-a menos que incomodava em tempos, apesar de ainda ser difícil. «O que eu aprendi durante este ano foi a acalmar-me», afirma Hathaway. «Acho que quando se é jovem e se está à procura da própria identidade, há algo de atraente na ideia de ser torturado. Mas eu apercebi-me que aprecio simplicidade. Por isso a vida para mim, hoje em dia, é muito sobre deixar o desconhecido ser maravilhoso, e deixar-me sentir segura.»

Ainda assim, é difícil imaginar algo que seja *menos* seguro que tentar representar enquanto se flutua em gravidade zero, como Hathaway faz em *Interstellar*. Mas ela afirma que sempre gostou de desafios. «Eu tenho algumas questões que pondero quando considero um filme», explica. «Primeiro: é algum diretor com que estou desejosa de trabalhar? Segundo: se não é um diretor que estava no radar, mas é um papel fantástico,

devo arriscar? Terceiro: diretor terrível, papel terrível, muito dinheiro? Até agora, eu recusei», ri-se.

Por isso *Interstellar*, em que representa uma cientista que se torna astronauta, que viaja pelo buraco (de minhoca) no espaço para salvar o mundo, foi uma decisão fácil. «Diverti-me tanto a trabalhar com o Chris (Nolan) no *The Dark Knight Rises* (O Cavaleiro das Trevas Renasce), que teria feito qualquer coisa que ele me dissesse», afirma Hathaway. Como todos os projetos de Nolan, *Interstellar* está envolto em segredos, mas Hathaway está autorizada a revelar que vai representar Brand, que se lança no espaço com «a confiança de quem nunca foi acampar», conta. «Foi tão divertido, mas difícil. Tivemos de fazer muito em gravidade zero, que já é difícil por si só, mas quando se acrescenta um fato de astronauta de 18 quilos...»

De longe que a melhor parte de *Interstellar*, diz ela, foi passar tempo com o seu co-protagonista Matthew McConaughey. «O homem fala em poesia», assegura Hathaway. «Lembro-me de uma vez quando estávamos a gravar, alguma coisa correu mal, e ele disse-me (aqui, ela entra sem esforço numa imitação do sotaque texano de McConaughey): “Olha, podemos ficar chateados com isto, ou podemos andar em frente e temos uma história engraçada para o resto das nossas vidas.” E eu uso isso! No outro dia, estava à espera na minha caravana no *The Intern*, chamaram-me, e 10 horas depois é que comecei a trabalhar. Todos à minha volta estavam tão irritados, sabe? Mas eu toquei a minha guitarra o dia todo!»

Feliz por ter tempo livre, talvez? Visto que, como uma das jovens atrizes com mais sucesso em Hollywood, em circunstâncias normais, Hathaway estaria a trabalhar. Afinal de contas, não se vai da suburbana Nova Jersey a polir estátuas de ouro (ela ganhou um Óscar como Melhor Atriz Secundária em 2013) sem trabalho árduo. Além de gravar *Interstellar* e *The Intern* – uma comédia em que protagoniza ao lado de Robert De Niro – ao longo deste ano Hathaway também produziu e protagonizou no romance indie *Song One* (com estreia marcada para Janeiro de 2015) e está a desenvolver diversos outros projetos para produzir e protagonizar, além de um projeto musical super secreto com David Byrne, dos Talking Heads. Representar, admite, é algo que sempre levou «demasiado a sério.»

Nasceu em Brooklyn de um pai advogado e uma mãe que arrumou a sua carreira como atriz para criar os três filhos, Hathaway lembra-se de ver a sua mãe, Kate, no palco quando era criança e definhar por não estar lá com ela. «Ficava do género, “Posso entrar na peça? Quando é que *eu* posso entrar na peça?”» Os pais de Hathaway impediram-na de subir aos palcos até chegar à adolescência. Formou-se do liceu e até esteve alguns semestres nas faculdades de Vassar e NYU antes de batalhar pelos papeis em *O Diário de Uma Princesa*, *O Diabo Veste Prada* e *Brokeback Mountain*. Mesmo em 2008, quando a imprensa estava toda sobre a detenção do seu ex-namorado Raffaello Follieri (o empresário italiano foi condenado e preso por fraude aos investidores no valor de milhões de euros), ela lidou com o assunto baixando a cabeça e a gravar *Noivas em Guerra*. «A minha vida naquele momento estava a desfazer-se tão depressa, eu só

precisava de trabalhar», afirma. Parece que desaparecer entre as vidas das suas personagens sempre foi o seu refúgio. Entender quem é ela mesma na vida provou ser um desafio maior. «Esta coisa da fama? Lixou-me durante imenso tempo», conta Hathaway. «Eu não sabia como fazê-la, não sabia como lidar com ela, stressava-me. E as pessoas diziam-me: “Só tens que ser tu mesma”, e eu ficava do género, “Mas eu ainda não sei quem essa é!”»

A situação chegou ao extremo em 2013, quando Hathaway ganhou todos os prémios para que estava nomeada com o seu papel Fantine em *Os Miseráveis*. Deveria ter sido o melhor ano da sua vida, mas uma constante nuvem de vultos dos media deixaram uma mancha negra sobre o seu sucesso. Ela foi constantemente acusada de estar demasiado feliz, demasiado sortuda, demasiado bem sucedida, demasiado carente, demasiado presunçosa, demasiado falsa. Sabiamente, pôs a vida pública em hiato. «Foi uma porcaria na altura», afirma. «Mas, como tudo o que é difícil, eventualmente o propósito revelou-se, e eu no final achei muito libertador. Mas foi confuso e esmagador.»

Uma das coisas mais difíceis, conta, era que parte dela concordava com os comentários negativos. Certamente que não seria a primeira jovem a sofrer o síndrome de impostora – apesar de em Hollywood não ser frequente que alguém o admita. «Apercebi-me que estas pessoas de quem eu tinha medo, bem, eles não gostavam de mim e tinham direito à sua opinião», continua Hathaway. «A vida continua, e eu comecei a pensar, “Bem, o que é que tu pensas de ti própria?”» Demorou um pouco, e horas de conversas com as suas amigas mais próximas, para resolver a situação toda, mas eventualmente ela chegou lá.

Imagino que apaixonar-se também esteja relacionado com a sua confiança renovada. Ela casou com o ator e designer de joias Adam Shulman, que ela simplesmente descreve como «a melhor pessoa que já conheci», em 2012. O casal vendeu recentemente o seu apartamento em Nova Iorque para se mudar para Hollywood – em parte devido ao infinito enxame de paparazzi que paira à volta do seu prédio em Brooklyn, e outra parte porque Hathaway se apaixonou por LA. «Nunca foi o meu estilo, mas ao longo dos últimos dois anos, apaixonei-me completamente.» Ela adora o Sol, as caminhadas, o ambiente amigável e de estilo hippy. Ela e Shulman têm um grupo de amigos próximos que convidam todos os Domingos «com os seus cães e os seus bebés.» Hathaway cozinha e todos saltam para a piscina, e isso fá-la mais feliz que qualquer outra coisa. «Estou a aprender a ficar confortável com a felicidade», conta.

Tem sido um processo. «O primeiro ano do meu casamento foi a loucura», afirma. «Tanto aconteceu tão depressa, e não tivemos oportunidade de nos focarmos em estar casados até um ano depois. Portanto agora, é só sobre deixar-me sentir segura.» Hathaway pausa por um momento e considera. «Havia uma parte de mim que estava a pôr de lado, e quando casei, algo mudou.» Em consequência, diz Hathaway, o seu casamento tem sido cada vez mais divertido. «Aquela pergunta, “Quanto tempo é que

isto vai durar?” está fora de questão», afirma. «E quando não nos preocupamos com isso, há espaço para ser tolinho.»

Ela brilha quando fala de Shulman, quem conheceu através de amigos em comum em 2008. Maps pelos Yeah Yeah Yeahs estava a tocar – a melodia com que, secretamente, Hathaway sempre sonhou subir ao altar – e ela estava a «chorar baba e ranho» porque uma amiga lhe tinha acabado de contar a história comovente por trás do vídeo. E então, «Ele entrou.»

Ela conta que soube que Shulman era *O Tal* depois de ir completamente abaixo à frente dele. «Eu sempre fui muito consumida pela ideia de luz e trevas, o que me manteve um lugar muito exaustivo durante bastante tempo porque as coisas ou eram muito positivas, ou eram poços de desespero. Foi num desses momentos de poço-de-desespero, eu estava a ser absolutamente uma grande cabra, e olhei para ele e pensei: “Ele não fez nada para merecer isto.” E depois pensei: “Oh, meu Deus, se eu vou ficar com este homem, eu tenho de melhorar. Eu tenho de ser digna dele.”»

O casal casou-se em Big Sur, na Califórnia. «Numa propriedade privada lindíssima que tinha sequoias e o Oceano. Eu adorei tanto o meu vestido», diz dos metros de tule rosa pálido que Valentino desenhou para ela. «Eu comecei a chorar quando ele me deu o desenho, porque me tinha esquecido de lhe dizer que adorava ombré, e fiquei do género, “Não posso acreditar que me conheces assim tão bem.”» Ela sabe que «algumas pessoas não gostaram do véu», mas ela adorou-o. «O meu cabelo estava tão curto nessa altura», afirma. «É engraçado, porque eu disse ao Tom Hooper, que dirigiu *Os Miseráveis*, que queria cortar o cabelo a sério no filme, e ele tinha acabado de me ligar a dizer a data em isso ia acontecer. O Adam ainda não me tinha pedido em casamento, por isso, quando lhe contei, ele disse: “Como te sentes em ser uma noiva de cabelo curto?” E eu respondi: “Nãooooo!”»

O casal planeia ter filhos «sem dúvida», e quando pergunto quantos, ela ri-se, «O máximo que puder, e mais alguns!» Até lá, ela planeia continuar a fazer filmes e manter-se positiva. «Apercebi-me que não preciso da aprovação de ninguém. De todo. Neste momento eu não me estou a preocupar, “O que é que pensa de mim?” Com todo o respeito, parece-me uma senhora encantadora, mas eu não preciso de si, nem que mais ninguém goste de mim.» Ela sorri. «E isso é tão libertador. É uma grande revelação, bolas.»

*Interstellar* estreia a 6 de Novembro.

Caixa página 232

«Acho que quando se é jovem e se está à procura da própria identidade, há algo que atrai na ideia de ser torturado.»

# À SUA MANEIRA

*O seu rosto vende bilhetes e já ganhou um Óscar, mas*

**ANNE HATHAWAY** *é uma superstar normal.*

*Fotografias de KAI Z FENG | Realização de ANNE-MARIE CURTIS*

**S**empre tive um desejo secreto de ouvir a Anne Hathaway cantar, mas parecia-me improvável que se fosse realizar. Era meio da tarde e estávamos na esplanada de um café em Brooklyn. A Anne estava lá para falar do seu novo filme, *Interstellar*, de Christopher Nolan, no qual não há, definitivamente, cantorias. E, depois, os céus abriram-se sobre mim e a conversa virou-se para a Patti Smith. Anne diz-me que as memórias de Smith, *Just Kids*, é o seu livro favorito, e *Horses*, o seu álbum preferido e, subitamente, uma música sai de dentro dela, fazendo cabeças rodar de admiração. Já tinha havido uma quantidade decente de olhares, como é óbvio, quando Hathaway entrou no café a horas e a sorrir. Ela é arrebatadora, ainda mais bonita em pessoa que no grande ecrã: a famosa boca mais delicada, os olhos tudo menos como os de um boneco animado. Está vestida com jeans Levi's largos e enrolados, ténis slip-on Saint Laurent e um casaco militar. O seu cabelo curtíssimo, agora ligeiramente mais comprido, está puxado para longe do rosto. Aos 31 anos, Anne parece mais uma artista de Brooklyn que uma estrela de cinema.

Engraçada e inteligente, ela fala animadamente, a conversa salta entre o seu amor por *Game of Thrones* («Desde que não matem o Peter Dinklage. Se matarem o Dinklage, acabou»), e o seu marido desde há dois anos, Adam Shulman. Na tarde que passamos a beber chá frio,

desenvolvo por ela o que só pode ser descrito como uma enorme admiração, tal como toda a equipa da ELLE sentiu no dia anterior, durante a sessão fotográfica.

De facto, sentada à sua frente, é difícil acreditar que esta mulher cativante, engraçada e generosa polariza opiniões. Mas sem dúvida que o faz. A furiosa liga de "Hatha-haters" na internet têm-na atacado pelos seus longos discursos de agradecimentos de prémios, as alegadas exigências de diva (que, depois de a conhecer, parecem-me mentira) e, simplesmente, por a acharem irritante (considero-a inocente nessa acusação também, valha o que valer).

Esta malícia injustificada incomoda-a menos que a incomodava em tempos, apesar de ainda ser difícil. «O que eu aprendi durante este ano foi a acalmar-me», afirma Hathaway. «Acho que quando se é jovem e se está à procura da própria identidade, há algo de atrativo na ideia de se sentir atormentado. Mas eu apercebi-me de que aprecio a simplicidade. Por isso a vida, para mim, hoje em dia é essencialmente desfrutar do desconhecido, e sentir-me segura.»

Ainda assim, é difícil imaginar algo menos seguro do que tentar representar, enquanto se flutua em gravidade zero, como Hathaway faz em *Interstellar*. Mas ela afirma que sempre gostou de desafios. «Há algumas questões em que pondero quando considero um filme», explica. «Primeiro: trata-se de ▶



um realizador com quem quero trabalhar? Segundo: se não é um realizador no radar, mas é um papel fantástico, arrisco? Terceiro: realizador terrível, papel terrível, muito dinheiro? Até agora, recusei», ri-se.

Por isso, *Interstellar*, em que representa uma cientista que se torna astronauta e viaja pelo buraco (de minhoca) no espaço para salvar o mundo, foi uma decisão fácil. «Diverti-me tanto a trabalhar com o Chris (Nolan) no *The Dark Knight Rises* (O Cavaleiro das Trevas Renasce), que teria feito qualquer coisa que ele me dissesse», afirma Hathaway. Como todos os projetos de Nolan, *Interstellar* está envolto em segredos, mas Hathaway está autorizada a revelar que vai representar Brand, que se lança no espaço com «a confiança de quem nunca foi acampar», conta.

Sem dúvida de que a melhor parte de *Interstellar*, diz ela, foi passar tempo com o seu coprotagonista, Matthew McConaughey. «O homem fala em poesia», assegura Hathaway. «Lembro-me de estarmos a gravar, algo corre mal, e ele diz-me (aqui, ela tenta imitar o sotaque texano de McConaughey): "Olha, podemos aborrecer-nos com isto, ou podemos seguir em frente e ficamos com uma história engraçada para o resto das nossas vidas." E eu uso isso! No outro dia, estava à espera na minha caravana no *The Intern*, chamaram-me, e 10 horas depois é que comecei a trabalhar. Todos à minha volta estavam tão irritados, sabe? Mas eu toquei guitarra o dia todo!» ►



Estará agora feliz por ter tempo livre? Sendo uma das jovens atrizes com mais sucesso em Hollywood, em circunstâncias normais Hathaway estaria a trabalhar. Afinal de contas, não se sai da suburbana Nova Jersey a polir estátuas de ouro (ela ganhou um Óscar como Melhor Atriz Secundária em 2013) sem trabalho árduo. Além de gravar *Interstellar* e *The Intern* – uma comédia que protagoniza ao lado de Robert De Niro – ao longo deste ano, Hathaway também produziu e protagonizou o romance indie *Song One* (com estreia marcada para o início de 2015) e está a desenvolver outros projetos, além de um musical supersegredo com David Byrne, dos Talking Heads. Representar, admite, é algo que sempre levou «demasiado a sério».

Nasceu em Brooklyn de um pai advogado e uma mãe que arrumou a sua carreira como atriz para criar os três filhos. Hathaway lembra-se de ver a mãe, Kate, no palco quando era criança e definhar por não estar lá com ela. «Ficava do género, "Posso entrar na peça? Quando é que eu posso entrar na peça?"» Os seu pais impediram-na de subir aos palcos até chegar à adolescência. Fez o liceu e até esteve alguns semestres nas faculdades de Vassar e NYU antes de batalhar pelos papéis em *O Diário de Uma Princesa*, *O Diabo Veste Prada* e *Brokeback Mountain*. Mesmo em 2008, quando a imprensa se focou na detenção do seu ex-namorado Raffaello Follieri (o empresário italiano foi condenado e preso por fraude), ela lidou com o assunto baixando a cabeça e filmando *Noivas em Guerra*. «A minha vida naquele momento estava a desfazer-se

tão depressa, eu só precisava de trabalhar», afirma. Parece que desaparecer entre as vidas das suas personagens sempre foi o seu refúgio. Entender quem é ela mesma na vida provou ser um desafio maior. «Esta coisa da fama? Foi difícil lidar ela inicialmente», conta. «Eu não sabia como fazê-lo, não sabia como agir, stressava-me. E as pessoas diziam-me: "Só tens que ser tu mesma", e eu ficava do género, "Mas eu ainda não sei quem essa é!"»

Imagino que apaixonar-se também esteja relacionado com a sua confiança renovada. Anne casou com o ator e designer de joias Adam Shulman, que descreve como «a melhor pessoa que já conheci», em 2012. O casal vendeu recentemente o seu apartamento em Nova Iorque para se mudar para Hollywood – em parte devido ao infinito enxame de paparazzi do seu prédio em Brooklyn e porque Hathaway se apaixonou por L.A. «Nunca foi o meu estilo, mas ao longo dos últimos dois anos, apaixonei-me completamente.» Ela adora o sol, as caminhadas, o ambiente amigável e de estilo hippy. Tem sido um processo. «O primeiro ano do meu casamento foi a loucura», afirma. «Aconteceu tanto, tão depressa, e só tivemos oportunidade de nos focarmos no facto de estarmos casados um ano depois. Portanto, agora, trata-se de deixar-me sentir segura.» Hathaway pára por um momento e considera. «Havia uma parte de mim que estava a pôr de lado e, quando casei, algo mudou.» Ela brilha quando fala de Shulman, que conheceu através de amigos em comum em 2008. O casal casou-se em Big Sur, na Califórnia. «Numa propriedade privada com sequóias e o Oceano. Eu adorei o meu vestido», diz dos metros de tule rosa-pálido que Valentino desenhou para ela. «O meu cabelo estava tão curto nessa altura», afirma. «É engraçado, porque eu disse ao Tom Hooper, que dirigiu *Os Miseráveis*, que queria cortar o cabelo a sério no filme, e ele tinha acabado de me ligar a dizer a data em isso ia acontecer. O Adam ainda não me tinha pedido em casamento, por isso, quando lhe contei, ele disse: "Como te sentes em ser uma noiva de cabelo curto?" E eu respondi: "Nãooooo!"»

O casal planeia ter filhos «sem dúvida», e quando pergunto quantos, ela ri-se. «O máximo que puder, e mais alguns!» Até lá, planeia continuar a fazer filmes e manter-se positiva. «Apercebi-me de que não preciso da aprovação de ninguém. De todo. Neste momento não me interrogo sobre o que pensa de mim. Com todo o respeito, parece-me uma senhora encantadora, mas eu não preciso que você, ou alguém, goste de mim.» Ela sorri. «E isso é tão libertador. É uma grande revelação, bolas!» ■

K.C.

### **ANEXO 3**

Artigo "Rainha em Tudo"

Texto original publicado na *ELLE* UK de outubro de 2014

Versão portuguesa publicada na *ELLE* Portugal de novembro de 2014 com o título "Miss Lopez"

**Nota:** Esta tradução, tratando-se da primeira que realizei no estágio, difere um pouco das traduções apresentadas anteriormente, principalmente na pontuação. Para que fosse visível uma progressão e para corroborar o que foi descrito no presente relatório em relação à adaptação na redação da revista, optei por deixá-la como foi originalmente entregue, em vez de uniformizá-la para a inserção neste documento.

## **RAINHA EM TUDO**

Talentos: Cantar; dançar; representar.

Valor: 183 milhões de Euros. Fama: Global. Corpo: Fantástico.

Personalidade: Espirituosa. Conheça Jennifer Lopez.

Fotografia Txema Yeste

Moda Michelle Duguid

Texto Louise Gannon

Numa grande suite do hotel parisiense George V, senta-se Jennifer Lopez, de robe, no centro da tempestade que antecede um desfile de alta costura, serenamente contemplando o caos que acompanha a estrela no Atelier Versace. Há cabideiros cheios de roupa, assistentes frenéticos e muitas outras pessoas, desde a manicura ao costureiro que aparece e desaparece rápida e silenciosamente pelas portas que ligam aos quartos adjacentes. A equipa de assistentes pessoais dirige o trânsito e filtra chamadas pelo fumo de uma dezena de velas Jo Malone. Vasos de flores brancas frescas, robes de caxemira, computadores, itinerários e tabuleiros com garrafas de água meio bebidas enchem o quarto. Não se poderia esperar menos do santuário íntimo de Jennifer Lynn Lopez.

Conheci a JLo pela primeira vez em Londres em 1998, e desde então já estive com ela em quartos como este em todo o lado desde Toronto (na época do P. Diddy) a Nova Iorque (no período ‘bennifer’), Los Angeles (na sua era de ícone da música) e Milão (Marc Anthony, maternidade). Este dia chuvoso em Paris está a 5 anos desde o nosso último encontro, e fico contente ao encontrá-la relaxada, concentrada e feliz.

Nem sempre foi assim tão fácil: quando nos conhecemos, ela continuou folhear a sua revista enquanto lhe fazia as perguntas. Na segunda vez, as suas amigas sentaram-se à minha volta numa pequena caravana enquanto conversávamos (foi tão constrangedor quanto parece). Mas à terceira foi de vez: deu-me um abraço enorme e fez-me sentar com as pernas esticadas na sua cadeira enquanto ela as massajava (eu estava grávida na altura). Hoje poderia ter corrido de qualquer forma, especialmente devido à separação pública por que passou recentemente do seu namorado e dançarino, durante dois anos e meio, Casper Smart, em que os tablóides se encheram de histórias imorais sobre traições entre o dançarino e duas modelos transexuais. Jennifer é a primeira a admitir que os últimos anos não têm sido fáceis, mas é optimista. ‘Vale a pena cometer erros, no meu caso em público, e tentar perceber o que estás a fazer, balançar tudo e crescer constantemente? Eu diria que sim. Nada disso é fácil, nada disso é seguro – vão-se atingir momentos altos e baixos, por isso não é para todos – mas é excitante. Apenas tens que acreditar em ti própria.’

De qualquer outra pessoa iria soar às balelas de auto-ajuda de sempre, mas Jennifer fala por experiência. Quando era uma estudante de 17 anos, na classe operária do Bronx, os seus pais sonhavam que a filha se tornasse advogada. Quando anunciou que queria ser dançarina, não correu bem. Isso foi há 28 anos, e pode pressupor-se que já estejam um pouco mais calmos desde então – aos 45, a potencial advogada é agora uma magnata que vale estimadamente 183 milhões de euros.

‘Magnata’ é uma palavra usada fácil e frequentemente em Hollywood, mas assenta que nem uma luva a Lopez. Uma actriz que recebe 10 milhões de euros por filme, que representou ao lado de grandes nomes desde George Clooney a Matthew McConaughey (e no próximo ano poderemos vê-la no thriller *The Boy Next Door*), tal como uma cantora e produtora com nomeações para os Grammys, que ganha, supostamente, mais de \$10m por temporada no *American Idol*. A marca JLo também abrange fragrâncias (perfumes), moda e decoração para a casa – uma pesquisa rápida serve de prova, como se provas fossem necessárias, que esta é uma mulher que adora *verdadeiramente* o seu padrão leopardo. ‘Eu sei do que gosto’, acena. ‘Tenho um plano para cinco anos. Tenho sempre um plano para cinco ou 10 anos. Se esta área é sobre uma coisa, é sobre te reinventares. É preciso estar sempre a mudar, correr riscos’.

É fácil compreender que não é só o sucesso da sua carreira e a sua marca de vestidos cintados que alimentam o mundo da obsessão JLo, ela conhece o valor do circo que a rodeia – os homens, os casamentos, as roupas, os diamantes e as exigências de diva (as infames cláusulas a insistir que as paredes do camarim sejam pintadas de branco, camas decoradas com lençóis de algodão egípcio de 1,000 fios, velas Diptyque vendidas à dúzia com cheiro a Figos, Nardo e Magnólias). E sobre o corpo que nunca foi um tamanho zero, é o melhor por isso: relembre o vestido verde com padrão selva da Versace que levou aos Grammys em 2000, que era mais racha que vestido. Donatella Versace resumiu em conversa comigo, há uns anos atrás, o que é, na sua opinião, o appeal de Jennifer Lopez: ‘Chama-se sexo. Puro, cru sex appeal. Jennifer é isso mesmo. Ela é um mulherão. Uma mulher de homens. Uma mulher de mulheres. Uma mulher de si mesma.’

Sem Jennifer, imagino eu, não haveria Kim Kardashian, que agarrou no estilo, no rabo e o namorado rapper e subiu o nível para 11. JLo nasceu uma lutadora, uma feminista, muito antes de ser a primeira pergunta a ser feita em entrevista a qualquer celebridade, uma rapariga Latina que trabalhou o dobro para ganhar um lugar numa Hollywood de classe média predominantemente caucasiana. Em hotéis nos Estados Unidos, já reparei que o staff Latino fica sempre entusiasmado ao descobrir quem tem marcada a maior suite (para a massiva população Americana proficiente em Espanhol, Jennifer é a heroína que abriu portas para que Eva Mendes, Zoe Saldana e Sofia Vergara pudessem entrar.)

Destemida, Jennifer arrisca: nos homens (entre estrelas de cinema já houve empregados de mesa e dançarinos; certamente nem todos foram boas conquistas) e na sua carreira. Mas do outro lado há doçura e vulnerabilidade que mete sempre, mas

sempre a família em primeiro lugar – a família de onde veio e a família que tem agora. É a filha do meio entre três raparigas nascidas do engenheiro de computação, David, e da assistente de ensino primário, Guadalupe Lopez, (agora milionária por seu próprio mérito – em 2004, ganhou 11 milhões a jogar nas slot machines de Atlantic City). Jennifer partilhou o quarto com as irmãs, Lynda e Leslie, até aos 17 anos, e trabalhava em part-time num escritório para pagar as aulas de dança.

Pergunto-lhe se é estranho que os seus gémeos de seis anos, Emme e Max, tenham uma infância tão diferente da sua. Ela abana a cabeça: ‘Nem pensar. Os meus filhos vão ao Bronx imensas vezes e ficam num apartamento com apenas um quarto, ou num estúdio com as tias, tios, primos e a avó. Eles compreendem. A melhor coisa em ter sucesso é que a minha família – que cresceu a partilhar camas – vêm, ficam, e todos têm o seu próprio quarto e chuveiro. Os meus tios vagueiam pela casa a dizer-me: “Jennifer, tens tantas toalhas.” Todos na minha família comentam a quantidade de toalhas que tenho.’

Na última vez que nos vimos, ela estava com dificuldades em perder o peso da gravidez dos seus gémeos, exercitava-se religiosamente, até completou o tortuoso Triatlo de Malibu, para o qual se inscreveu quando estava grávida de oito meses. Estava muito feliz por ter os filhos que queria e um marido (Anthony) que conhecia desde a adolescência, e eu, certamente, nunca imaginei que ele poderia não ser O Tal. Mas passados dois anos separaram-se, – e depois veio Casper Smart. Há uma década atrás, Jennifer contou-me que quando escrevesse a sua auto-biografia, chamar-lhe-ia *Seeker of love* – agora até fico à espera que me diga que desistiu de procurar. ‘Não!’, diz ela. ‘Eu ainda acredito no amor. O homem ideal está aí algures. Mas é preciso trabalhar para isso. É preciso trabalhar para tudo.’

‘O mundo inteiro sabe que cometo erros. Todos os álbuns que alguma vez lancei sobre amor (o mais recente, *A.K.A.*, é o mais confiante e positivo até agora – e sim, é todo sobre amor). Mas não vou desistir. Preciso de ver o que faço de errado. Apresso-me, deixo-me levar, ignoro os sinais. Mas muitos de nós somos culpados do mesmo. Sempre que corre mal, é difícil. Fico muito magoada mas tenho que me forçar a andar para a frente: “O que é que eu fiz? O que é que posso aprender?” E por mais difícil e doloroso que seja, quero acreditar que vai ser possível chegar mais alto. Tenho de ter esperança que se continuar, um dia vou acertar.’

Pergunto-lhe se casaria uma quarta vez (antes de Anthony, foi casada com o dançarino Cris Judd, e também, muito brevemente, nos seus 20s, com um empregado de mesa Cubano, Pjani Noa). Ela acena, ‘Sim. Eu sei que a felicidade e o amor existem, e só porque estas coisas me aconteceram, não quer dizer que deixem de existir. Claro que sou cautelosa, mas estou receptível’. Esta é, de facto, a primeira vez que a vi solteira, e parece estar verdadeiramente a desfrutar. Ela ri-se e conta-me que a noite passada ficou acordada até às 5 da manhã junto da sua equipa (mantém o fuso horário de LA, mesmo na Europa) a rir, beber, e a passar tempo com um fã inesperado: Bruce Springsteen. ‘Estou a passar um bom momento. Estou com os meus amigos, estou rodeada de amor.’

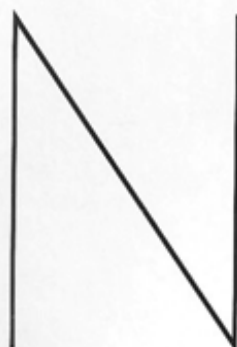
Admite que, na verdade, tem passado dificuldades como mãe solteira. ‘Não é fácil. Tenho um passado muito tradicional. São precisas duas pessoas para fazer uma criança por alguma razão. É complicado porque eu sei que eles sentem falta daquela presença masculina. Quando eu e o Marc terminámos, pensei: “Quem me dera ter conseguido manter o que tínhamos”. Mas quando nos apercebemos que isso não é o melhor para ninguém, pensamos: “OK, como é que fazemos isto funcionar, como é que tornamos isto melhor, como é que fazemos disto algo fantástico para as crianças?”’

Ser derrubada tantas vezes não parece ter quebrado a sua confiança. ‘Sempre fui confiante, mas já não sou confiante sem vacilar. Passamos diferentes fases enquanto mulheres. Nos meus 20s, pensava que sabia tudo. Aos 30s, apercebi-me que não sabia nada, e nos 40s, sinto-me bem com o que sei e o facto de não saber tudo é absolutamente normal.’ Fico com a impressão que parte disso está relacionado com os seus filhos. ‘Sinto que me foram dados por uma razão. A Emme é o meu espelho. É super-emocional, cheia de alegria, energética, atlética, mas tem aquele centro muito doce e sensível. Quando se magoa, fica mesmo muito magoada e eu compreendo o sentimento porque sou assim. No outro dia, começou a fazer uma birra porque tinha prometido levá-la a ver um filme e isso acabou por não acontecer. Ela olhou para mim e disse: “Acho que não recebi amor suficiente hoje.” O Max é absolutamente o oposto. É duro, esperto, dado às ciências, inteligente e com uma grande vontade própria.’

Se Jennifer se preocupa com o futuro, não é perceptível na sua cara. Não tem qualquer maquilhagem e fico abismada pela sua pele sem falhas. O seu truque de beleza é bastante simples. ‘Dormir. Tive uma pequena crise nervosa em 2002, por falta de sono. Desde aí, apercebi-me que é o segredo para tudo, desde cara e corpo ao estado de espírito.’ E ainda não há botox, afirma, enquanto puxa a pele da testa para me mostrar o quão livremente se mexe o rosto Lopez. Muda de cleanser e hidratante a cada dois anos. ‘De momento, estou a usar um hidratante que compro no Whole Foods e um cleanser recomendado pelo dermatologista.’ O seu corpo, que mais tarde vejo iluminado por centenas de lâmpadas cintilantes enquanto sobe a *Chambre de Commerce et d’Industrie* para o desfile do *Atelier Versace* (para o qual Donatella, sua amiga íntima, a convidou pessoalmente), é fenomenal, e não é por acaso. ‘Sem ser durante a gravidez, o meu peso só tem oscilado entre 2 a 3 quilos,’ conta. ‘Estou numa indústria em que é preciso parecer bem. Faço exercício e tenho cuidado com a alimentação. Não sou doída mas não sou preguiçosa. Eu faço o meu trabalho.’

A imagem é importante para ela, mas não é o principal. “Eu sinto-me bela e sinto que tenho um belo coração. Os meus pais fizeram-me sentir assim quando eu era muito nova. Se eu tenho um nariz perfeito? Não. Se tenho dentes perfeitos? Não. Se, no conjunto, tudo funciona bem? Sim. E eu fico bem assim.’ E com isto, desaparece entre as cortinas de caxemira, na suite coberta de lírios para vestir o *Versace* dessa noite. Donatella está certa – Jennifer Lopez não é nada senão uma mulher de si mesma.

O último álbum de Jennifer Lopez, *A.K.A.*, já está à venda.



uma top suite do hotel George V, em Paris, Jennifer Lopez, sentada, de roupão – bem no centro da tempestade que antecede uma prova de alta-costura –, contempla serenamente o caos da equipa do Atelier

Versace. Conheci a JLo em Londres, em 1998, e, desde então, já estive com ela em todo o lado, em quartos de hotel como este. De Toronto (na época do P. Diddy), a Nova Iorque (no período Jennifer – Ben Affleck), Los Angeles (na sua era de ícone da música) e Milão (ex-marido Marc Anthony, maternidade). Este dia chuvoso em Paris marca cinco anos desde o nosso último encontro, e fico contente ao encontrá-la descontraída, concentrada e feliz.

Nem sempre foi assim tão fácil: na primeira vez que nos encontramos, Jennifer folheava uma revista enquanto eu lhe fazia as perguntas. Na segunda, as suas amigas sentaram-se à minha volta enquanto conversávamos (foi tão constrangedor quanto parece). Mas era um caso de sorte à terceira vez: ela deu-me um abraço enorme e fez-me sentar com as pernas esticadas na sua cadeira enquanto as massajava (eu estava grávida). Hoje poderia ter corrido de qualquer forma, especialmente devido à separação pública por que passou recentemente. O episódio com aquele que foi seu namorado e dançarino, durante dois anos e meio, Casper Smart, fez os tablóides encherem-se de histórias imorais sobre traições entre o dançarino e duas modelos transexuais. Jennifer é a primeira a admitir que os últimos anos não têm sido fáceis, mas é otimista. «Todos os álbuns que alguma vez lancei são sobre o amor (o mais recente, A.K.A., é o mais confiante e positivo até agora). Vale a pena cometer erros, no meu caso em público, e tentar perceber o que se está a fazer, fazer o balanço tudo e crescer constantemente? Eu diria que sim. Nada disso é fácil, nem seguro – vão haver momentos altos e baixos, por isso não é para todos – mas é excitante. Basta acreditar em nós.» Vindo de qualquer outra pessoa iria soar às balelas de autoajuda de sempre, mas Jennifer fala por experiência própria. Aos 17 anos, quando era estudante da classe operária do Bronx, os seus pais sonhavam que a filha se tornasse advogada. Quando anunciou que queria ser dançarina, não correu bem. Isto aconteceu há 28 anos, e imaginamos que já estejam um pouco mais calmos desde

então – aos 45 anos, a potencial advogada é agora uma diva magnata que vale cerca de 183 milhões de euros.

De atriz que recebe 10 milhões de euros por filme, além de atuar ao lado de grandes nomes, como George Clooney e Matthew McConaughey (e no próximo ano poderemos vê-la no thriller *The Boy Next Door*), a cantora e produtora, com nomeações para os Grammys, alegadamente ganhando mais de 10 milhões por temporada no *American Idol*. A marca JLo também abrange fragrâncias, moda e decoração para a casa. «Tenho um plano para cinco anos. Tenho sempre um plano para cinco ou dez anos. Esta área tem tudo a ver com reinventarmo-nos», confessa Jennifer.

Donatella Versace resumiu em conversa comigo, há uns anos, o que é, na sua opinião, o appeal de Jennifer Lopez: «Chama-se sexo. Puro, cru, sex appeal. Jennifer é isso mesmo. Ela é um mulherão. Uma mulher de homens. Uma mulher de mulheres. Uma mulher para ela mesma.» Sem Jennifer, imagino eu, não haveria uma Kim Kardashian, que agarrou no estilo, no rabo e no namorado rapper. JLo nasceu uma

lutadora. Uma rapariga latina que trabalhou o dobro para ganhar um lugar numa Hollywood de classe média predo- minantemente caucasiana.

JLo admite que tem passado dificuldades como mãe solteira dos gémeos de seis anos, Emme e Max. «Não é fácil. Tenho um passado muito tradicional. Por alguma razão são precisas duas pessoas para fazer uma criança.» Mas ser derrubada tantas vezes parece não ter quebra-

do a sua confiança. «Sempre fui confiante, mas já não o sou sem vacilar. Passamos diferentes fases enquanto mulheres. Aos 20 pensava que sabia tudo. Aos 30, apercebi-me de que não sabia nada, e com 40, sinto-me bem com o que sei, e o facto de não saber tudo é absolutamente normal.» Fico com a impressão de que isso, em parte, está relacionado com os seus filhos. «Sinto que me foram dados por uma razão. A Emme é o meu espelho. Superemocional, cheia de alegria, energética, atlética, mas tem aquele centro muito doce e sensível. O Max é absolutamente o oposto. É duro, esperto, dado às ciências, inteligente, e com uma grande vontade própria.»

Se Jennifer se preocupa com o futuro, isso não é perceptível no seu rosto. Não tem maquilhagem e fico abismada com a sua pele sem falhas. O seu truque de beleza é simples. «Dormir. Tive uma pequena crise nervosa em 2002, por falta de sono. Desde aí, apercebi-me de que é o segredo para tudo, do rosto e corpo ao estado de espírito.» Donatella está certa – JLo não é nada senão senhora de si mesma. ■ L.G.

*“Aos 20 pensava que  
SABIA tudo. Aos 30  
apercebi-me de que  
não sabia nada e aos  
40, sinto-me bem com  
o que sei e não sei.”*

## **ANEXO 4**

Artigo "Preciso de um orientador profissional?"

Texto original publicado na *ELLE* Espanha de outubro de 2014

## PRECISO DE UM ORIENTADOR PROFISSIONAL?

Se o trabalho a deixa sem dormir e boicota a sua vida pessoal, peça ajuda a um especialista para lidar com a sua **insatisfação profissional**: aprenda a tomar decisões, conheça-se melhor e seja mais feliz.

Por Gonzalo Varela

Pense no mês de Setembro e nos seus 30 dias, cada um mais curto que o anterior, todos colocados no calendário formando um custo pesado. O seu trabalho é ingrato: pôr o verão no armário, levar as crianças à escola e voltar para o escritório, onde tem de responder com rigor ao questionário/interrogatório («como foram as férias? Voltaste com as pilhas carregadas? Já viste a montanha de tarefas que está na tua secretária?») e enfrentar os terrores que, infelizmente, não quiseram ficar na praia. É o fantasma da insatisfação profissional, um mal que, de acordo com o indicador/barómetro/questionário *Bem-estar e motivação dos empregados na Europa 2014*, elaborado pela consultora Ipsos e a empresa Edenred, tira-nos o sono. Dito em números, 51% dos espanhóis só é feliz no trabalho «às vezes», 8% responde «nunca», 62% considera-se mal pago (em média, achamos que deveríamos cobrar mais 757 euros por mês), metade acredita que o seu envolvimento «não é valorizado» e 61% diz estar estagnado profissionalmente e sente-se «pouco» ou «nada» realizado, sem esquecer os que vivem no medo de perder o trabalho (59%) e os que estão desempregados (24,5%, de acordo com o Inquérito ao Emprego mais recente).

Agora as boas notícias: a insatisfação profissional não é para sempre. Ou não tem de o ser. Há volta de 30 anos, o *coaching* ajuda a medi-la, geri-la e liquidá-la, um processo exigente e pragmático em que, acompanhada de um profissional (em páginas como [icf-es.com](http://icf-es.com) e [asescoaching.org](http://asescoaching.org) encontrará profissionais certificados e por áreas de especialização) e com um plano feito à medida, consoante a sua forma de ser e as suas circunstâncias, alcançará os objetivos a que se propor, incluindo ser mais feliz no trabalho. Um exercício de realismo prático em que é você quem toma as decisões, sem mantras, sem receitas mágicas nem gurus que estabeleçam regras. Para dar o primeiro passo, propomos fazer um exame à sua consciência e mostramos outros pensamentos recorrentes que são sinal de que, efetivamente, necessita de um *coach*. No final da viagem, ter-se-á reconciliado consigo mesma, com os seus... e com o mês de Setembro.

1. “Demasiada pressão, demasiado stress... Já não posso mais!”

«Um clássico», diz Aida Baida, *coach* e assessora ([coahdelaprofesional.com](http://coahdelaprofesional.com)). «Geralmente tem a ver a má organização do tempo e das prioridades, com a personalidade do chefe, com a carga de responsabilidade que está envolvida no posto de trabalho... Para isolar o problema ajuda **agarrar as rédeas e fixar objetivos concretos** ao tomar decisões. Quer abandonar a sua empresa e partir de mochila às costas para outro país? Prefere montar um negócio ou explorar outra carreira? Acha que deve conservar o seu emprego e procurar uma atividade que lhe permita largar as energias (negativas)? Como profissional, não vou julgar nem dizer “eu faria isto”; a minha

missão é **guiá-la para que veja e avalie as suas opções** (nem imagina todas as que existem) e escolha a que considerar melhor. Em duas palavras: perseverança e proatividade».

## 2. “Estou desmotivada: detesto o meu trabalho”

«Se sabe o que quer, será muito mais feliz», afirma a *coach* Andrea de Pasquale (lineacoaching.com). «Talvez não tenha conseguido cumprir a sua vocação profissional e considera as suas tarefas pura rotina, mas **não deve dar-se por vencida**. Na minha consulta fazemos sempre um plano a longo prazo (para grandes mudanças, decisões de enorme proporção) e outro de carácter mais imediato, cheio de ações para pôr em prática no dia-a-dia. Trata-se de uma cadeia de pequenas medidas direcionadas para não perder a esperança, e uma delas é a busca de atividades que a permitam ser criativa tanto dentro como fora do trabalho. Não se esqueça: **se der o melhor de si, pode conseguir quase tudo**. Além disso, algo aparentemente tão simples como ter um horizonte influencia de forma positiva o ânimo e, como consequência, a forma de enfrentar os problemas/entraves».

## 3. “Ninguém valoriza o que faço, o quanto me esforço”

«Sim, o medo de ser invisível é uma das situações – não gosto de falar de *problemas* – mais frequentes», explica a *coach* e mentora Laura Molina (lauracoaching.com). «Na hora de encarar, é **chave não se pôr no papel de vítima, de mártir**. A culpa é sempre dos outros? O que é que precisa para se sentir reconhecida? Uma palmada nas costas, um aumento de salário? Acha que o vai conseguir no seu emprego atual? Eu defino o coaching como ação consciente, como um processo pragmático em que sabe com que cartas está a jogar, marca um objetivo (com O maiúsculo) e, dependendo de onde queira chegar, estabelece um plano e usa umas ferramentas determinadas (com exercícios para fazer em casa e no trabalho, de forma a que o treino não se limite à consulta). **Implica aprender a conhecer-se, ser humilde e mudar de atitude**. E, penso eu, funciona. Por outro lado, também nos encontramos com empresas onde as mulheres são discriminadas; infelizmente, não está na nossa mão ajuda-la a passar as emoções negativas, a raiva, a impotência, que são tão inúteis. Não lhe chame resignação, chame-lhe *tornar-se forte*».

## 4. “Tenho medo de me enganar, fico bloqueada”

«O coaching é autoconhecimento», acena Andrea de Pasquale. «Durante o processo, em que o diálogo tem um papel essencial, descobre-se quais são os seus pontos fortes, os seus pontos fracos e as suas áreas a melhorar. **E faz-se um milagre: aprende-se a derrubar as barreiras que a impedem de fazer coisas**. Se está convencida que vai conseguir algo, o mais provável é que, efetivamente, não o consiga, porque nem seque se vai dar ao trabalho de tentar. Devemos aceitar que errar faz parte da vida e que é melhorar errar que ficar parada.»

## 5. “Estou estagnada: não vejo possibilidades de crescer na minha empresa”

«Trata-se de um assunto que muda consoante a personalidade: há pessoas que se conformam, que se sentem confortáveis na sua posição, e há pessoas que sentem necessidade de ir mais além, subir, superar novos desafios. Pense: **O que é que você pode fazer para crescer na sua empresa?** Está disposta a mudar para contribuir em algo diferente? Já pensou se uma promoção lhe convém? Deve formular as perguntas adequadas.

O coach é muito útil neste sentido, e, além disso, ajuda-a a analisar as situações à luz dos seus valores», explica Laura Molina.

6. “Os meus colegas e o meu chefe fazem-me a vida num inferno”

«Infelizmente, há muita gente tóxica», lamenta Aida Baida. «Tem a opção de se afastar, claro, mas também pode encarar o problema. Como é exatamente o clima no seu escritório? Tem a certeza que a culpa é dos outros, de que é uma vítima, de que **faz tudo o que pode para que se mantenha um ambiente saudável?** Os ambientes hostis geram muita insegurança, bloqueiam, e não se torna nada fácil de lidar com eles. Aceite: nesta situações, não vai mudar os seus chefes nem colegas. Felizmente, se quiser, aprenderá a conviver na selva, a revitalizar, a ficar por cima, a encontrar apoios fora do local de trabalho para manter a moral bem alta.»

7. “Estou desempregada e não acredito que vá encontrar trabalho”

Como sublinha Andrea de Pasquale, «a falta de trabalho é uma das situações em que o coach a mais pode ajudar, visto que, ao contrário da maioria dos seus amigos e dos seus familiares, não lhe vai dizer o que faria no seu lugar nem aprofundar ainda mais o seu drama. Não; com ele vai fixar objetivos, atuar, descobrir o sentido do que anda a fazer.

Esse é o punch/choque que precisa para se reciclar, **sair da preguiça, sentir-se útil e aprender a escolher.** As coisas estão mal aí fora? Claro, mas acha que vai conseguir alguma coisa se permanecer de braços cruzados e afunda numa espiral de pessimismo? Ficar acomodada é a pior das atitudes.»

8. “Não tenho tempo nem para mim nem para minha família”

«A missão do *coach* não é resolver os problemas sociais como a conciliação», relembra Aida Baida, «mas sim ajudar as pessoas os sofrem. Atendo muita gente que espera ouvir a formula mágica (e universal) do equilíbrio, uma fórmula que, como é obvio, não existe. **Pergunte-se o que significa para si conciliar, quais são as suas necessidades e o horário que pensa que precisa para satisfazê-las.** Tem de admitir que, infelizmente, o mundo não vai mudar porque precisa, por isso arregace as mangas e ponha mãos à obra. Com treino, aprenderá a espremer o relógio, a organizar-se, a pôr limites ao trabalho, a ser eficiente nos trabalhos domésticos, a conceder caprichos a si mesma, a gerir, a deixar tarefas para o dia seguinte... Aceite, 24 horas dão para muito, mas não são eternas.»

Caixa página 165

Não existem receitas mágicas nem regras universais: o que funciona para uma pessoa pode não ser a solução para outra. O *coaching* é um processo à medida.

Caixa página 166

Persista, seja otimista e rodeie-se de gente inspiradora. Vai potencializar a sua autoconfiança, vencerá as emoções negativas e verá que é capaz de tudo.

Caixa ilustração

Feliz Rentrée

Cansaço, tristeza, irritabilidade. O síndrome: pós-férias. Já é tarde para falar de como preveni-lo, mas pode minimizar o impacto se tiver em consideração estes conselhos da *coach* Laura Molina:

**Modo positivo** Concentre-se no que é bom. Por exemplo, em estar empregada.

**Ordem** Veja com calma: aponte a suas tarefas, defina prioridades e cumpra o seu horário.

**Seja amável** Felicite e reconheça os esforços dos outros, é grátis e muito saudável.

**Faça desporto** (Você) É o mais importante nos seus negócios, por isso...cuide-se!

**Divirta-se** Seja fiel aos seus passatempos e procure atividades em que tem de ser criativa.

**E em casa...** Conecte-se com os seus; ame-os e lembre-se que são a sua força.

**Tenha paciência** O síndrome desaparece se alimentar a sua autoestima e se não se deixar vencer. E não passe o resto do ano a sonhar com as próximas férias!

**Durma** Exato: oito horas.

**Desafie-se** Proponha metas realistas que a motivem e tragam prazer à sua vida.

**Não ande às voltas** Viva no presente, desfrute dele, atue.

## **ANEXO 5**

Artigo "Doente de Preocupação"

Texto original publicado na *ELLE* Austrália de outubro de 2013

## DOENTE DE PREOCUPAÇÃO

Vivemos numa Era de ansiedade, mas ao preocupar-nos demais com isso, será que estamos a fazer pior?

Clem Bastow investiga

«Porque é que nunca usas nenhum desses sapatos lindíssimos?» perguntou-me uma amiga minha, a apontar para as filas de sapatos altos brilhantes e sandálias de plataforma alinhados à minha entrada como pequenos soldados. «Tem estado a chover muito...» Respondo entre dentes enquanto a empurro para fora, com demasiado vergonha de lhe dizer a verdadeira razão, que era: «Porque a minha ansiedade está a manifestar-se com a inevitabilidade de que caso use saltos altos, vou cair e morrer.»

Eu tinha 28 anos e a ansiedade tinha afundado as garras em mim. Sem ser a grande tragédia dos sapatos altos, todas as noites sonhava com uma variação do mesmo tema: o fim do mundo. Sempre, quer fosse por um tremor de terra, uma nave espacial gigante, um maremoto ou cometa, era claro que todos iam morrer – e eu era sempre a última testemunha do destino fatal da humanidade. As minhas manhãs também não eram muito brilhantes (embora, ao menos, não tivessem cometas). «Penso que me está a tentar dizer que se sente sob uma quantidade imensa de perigo», sugeriu a minha terapeuta.

Desde o início da civilização, temos previsto e antecipado o fim do mundo. A 643AC os Romanos estavam aterrorizados que a cidade ruísse no 120º aniversário da sua fundação. Na Idade Média, os camponeses não conseguiam adormecer, esperando nervosamente a chegada da peste, que depois seria denominada como Black Death (Peste Negra em Português). Nos anos 60 foi a Crise dos Mísseis Cubanos e a ameaça de um ataque nuclear a nível global e em 1999 estávamos convictos que a entrada no novo milénio (Y2K) faria com que aviões caíssem do céu.

Embora sempre tivéssemos vivido em preocupação, hoje em dia, a ansiedade está a ter o seu momento. Até num mundo onde abunda informação sobre quase qualquer tópico imaginável, este prevalece. Há centenas de livros de autoajuda e incontáveis entradas de blogs centrados no tema, para não falar de tweets acabados com “#ansiedade”. Há tanto sobre o assunto a circular, que seria tentador presumir que estamos num meio de uma epidemia de ansiedade. As estatísticas são ligeiramente menos hiperbólicas, mas ainda assim, preocupantes.

Na América, os distúrbios de ansiedade são considerados a doença mental mais comum, afetando cerca de 40 milhões de adultos. Por outro lado, mais de 14% dos adultos australianos são afetados e, de acordo com o Questionário Nacional de Saúde Mental e Bem-Estar Australiano, isso é um aumento de 4.5% na última década.

A professora adjunta na Universidade de New South Wales e diretora de serviços psicológicos no Instituto Black Dog, Vijaya Manicavasagar questiona se o aumento pode ser circunstancial. «Penso que há sem dúvida mais probabilidades que

seja diagnosticado devidamente (hoje em dia), porque os profissionais têm mais formação para diagnosticar casos de ansiedade», explica. «O que quase certamente subiu foi o nível de sintomas de stress que vemos nas clínicas. Níveis de ansiedade em geral e stress têm provavelmente aumentado ao longo do tempo.»

A ansiedade é uma doença incapacitante: suores frios, hiperventilação, estômago revirado e fortes dores de cabeça – todas fazem parte do processo assim que se instala. Desde fobias a ansiedade de separação (o que em tempos desconsiderámos apenas “saudades de casa” ou “ser demasiado apegado”) a distúrbios de pânico, distúrbios obsessivo-compulsivos e preocupações mais leves de um problema geral, as formas da ansiedade são muitas e variadas. Pode ser tentador ver este tipo de experiências como extremas, mas até as mais vulgares frustrações que fazem parte do largo espectro dos distúrbios de ansiedade podem tornar a vida insuportável.

A tentação de adormecer estes sintomas com Xanax e Valium pode ser imensa, mas medicação nem sempre é a melhor decisão. «As pessoas estão, em geral, a tornar-se menos tolerantes ao desconforto e à frustração, por isso se experienciam quaisquer sintomas há mais probabilidade que procuram formas de as aliviar. Há uma tendência para querer obter alívio (através da medicação), frequentemente em vez de trabalhar no porquê se sentir ansiosa em primeiro lugar», explica Manicavasagar. «Penso que há algumas situações na vida em que se passa por situações stressantes e é normal ficar aborrecida e ansiosa com isso... Ansiedade faz parte da experiência humana e pode, de facto, ser benéfico em pequenas doses. Só quando deixa de ser capaz de funcionar e levar uma vida normal é que se deve considerar um distúrbio de ansiedade.»

Um dos aspetos mais difíceis de gerir na ansiedade é a forma como se pode tornar uma profecia autorrealizada. «O problema da ansiedade é que se fica muito presa aos sintomas. Quanto mais se foca neles, pior se torna o seu desconforto», afirma a professora universitária.

O Dr. Tim Sharp foi consultor num estudo recente comissionado pela aplicação de lifestyle, NewsLoop, sobre o uso da internet dos jovens Australianos. Ele avisa que a contínua exposição a demasiada informação pode levar a um surto de “obesidade mental”. «Demasiada informação é efetivamente a causa», afirma. «A obesidade mental é a consequência disso e a extensão do sofrimento psicológico que pode surgir como resultado.»

Enquanto a ameaça da Peste no passado pode ter sido stressante, é pouco em comparação com a vastidão de inteligência assustadora em tudo – desde doenças, programas de espionagem da CIA a desastres criados pelo Homem – disponível atualmente. Um simples número do New York Times contém mais informação que um camponês do século XIV aprendia durante a sua vida. Porém, online é tudo mais intenso. Até usuários casuais da internet se encontram inundados pela informação – grande parte dessa inútil – que pode ter impacto do seu bem-estar emocional de forma insidiosa.

Tem sido relatado que mais de 13 milhões de australianos passam 18 horas por dias ligados à torneira da informação – o que é quase 60% da população da nação. Entre computadores fixos, portáteis, smartphones, tablets, rádio, televisão, reprodutores de música e jogos, estamos a consumir media durante três quartos do nosso dia. Há tanta informação a circular e inúmeras formas de recebê-la, mesmo quando não a procuramos ativamente. É um cenário que é familiar a qualquer pessoa com uma ligação: começa com uma pequena navegação pela internet, algo desperta o seu interesse – um link, uma citação de um artigo, uma referência casual a algo na atualização de estado de alguém – e sem se aperceber, passaram-se horas e está debruçada sobre o computador, a consumir informação freneticamente sobre coisas que nunca soube e que precisa de saber mais.

Variações híbridas da gripe, distúrbio bipolar de tipo II, a historia completa de como os Fleetwood Mac gravaram Rumours, a última vez que a Casa Branca teve uma vaca como animal de estimação oficial... tudo vai para o vortex da internet. Quando me deixei levar, apercebi-me que, mais frequentemente do que não, me afasto do sentimento de informação em espiral não só marcada por conhecimentos novos, mas também corroída pela certeza familiar de um desastre eminente (exceto, talvez, no caso da vaca da Casa Branca, que se chamava Pauline Wayne, caso tenha curiosidade).

As nossas mentes não estão apenas inchadas pela sobrecarga de informação, estão também agitadas. Também não há como escapar, dado que, quando não estamos a consumir informação, estamos preocupados que possivelmente não estamos a consumi-la o suficiente. «Correndo o risco de utilizar outro termo cativante, também estamos a sofrer de “FOMO” (Fear Of Missing Out - Medo de Ficar de Fora) e quer esteja a olhar para a minha filha adolescente ou para os pacientes que atendo, há muita ansiedade em “E se não souber o que todos estão a fazer? Será que vou perder alguma coisa e o que é que isso significa?”», explica Sharp.

Por isso parece que ao tentar absorver toda a informação que nos está disponível, estamos a manifestar um estado de ansiedade. Pense na última vez que leu uma peça na primeira pessoa sobre o diagnóstico obscuro de alguém: subitamente aquela comichão irritante na sua cabeça ou no final das costas tornou-se um indicador inegável de desgraça eminente, não foi?

«Um bom exemplo disto são as mães de vésperas que se encontram a questionar sobre o bem-estar do seu feto e delas próprias, fixando-se nas possibilidades negativas e geralmente preocupando-se sobre o futuro devido à quantidade vasta de informação que lhes está disponível – particularmente online», afirma o psicólogo Nick Petrovic. Sharp acrescenta, «Nós temos um acesso incrível a tanta informação hoje em dia, mas isso não significa necessariamente que a temos de utilizar. Irá ouvir muitos profissionais médicos da atualidade a falar sobre o Doutor Google. Eu já tive pacientes que trouxeram impressões dos seus autodiagnósticos feitos online, que nem sempre estão corretos. E o que é preocupante é que ou a fonte da informação não é válida ou foi mal interpretada porque não têm os conhecimentos necessários. Pode-se desenvolver uma espécie de ciber-hipocondria.»

Será que “ansiedade” se tornou num coloquialismo, na mesma forma que alguém diz «Estou muito deprimida hoje» ou fala de “insónias” quando demora mais meia hora a adormecer? «Penso que as pessoas usam os termos stress e ansiedade indistintamente e geralmente referem-se a uma sensação de pressão ou stress por coisas nas suas vidas, em vez de exibir níveis clínicos de sintomas de ansiedade», propõe Manicavasagar. «Na minha opinião, as pessoas utilizam o termo um pouco livremente. Mas na minha experiência, quando as pessoas utilizam a frase “Sou ansiosa”, estão a falar genuinamente sobre ansiedade e é algo bastante sério.»

Quer todos os que marcam os seus tweets com “ansiedade” estejam a sofrer de um distúrbio de ansiedade clinicamente diagnosticado ou não, ou possivelmente a achar a vida moderna um pouco preocupante, é difícil afastar a sensação que uma geração inteira está sob uma quantidade imensa de stress. Talvez faça sentido, considerando a contribuição da Era da informação para os níveis de ansiedade, e que algumas das melhores formas de atacar os sentimentos de ansiedade são relativamente da velha guarda. «Uma das coisas que sugiro aos meus pacientes é tentar ter hobbies», diz Manicavasagar. «Pense em coisas para que tem jeito ou que sempre quis fazer e experimente. Fazer malha, croché, todas essas atividades que se costumavam fazer são na realidade muito meditativas e egocêntricas.»

Ela está certa. No início deste ano, comecei a fazer artesanato em couro e há algo no batimento contínuo dos martelos e carimbos no couro que tem não só acalmado a minha mente (ironicamente, considerando o ruído que cria), como também canalizou o restante da energia nervosa da ansiedade para algo mais construtivo.

De todas as soluções “clássicas” para combater a ansiedade, a que Manicavasagar sugere mais frequentemente é afastar-se. «Às vezes retirar-se da situação pode ajudar, e se a ansiedade desaparecer, é provavelmente um indicador de que há algo nesse estilo de vida que estava a provocar a ansiedade.»

Isto também se aplica à ansiedade provocada pela informação – quer lhe queira chamar sobrecarga de informação, obesidade mental, FOMO ou qualquer outra coisa. «Desligar-se é uma tática, mas o panorama geral é ganhar controlo», afirma Sharp. Afinal, tal como a sua avó deve ter dito uma ou duas vezes: o que não sabe, não a pode magoar. Por isso, talvez, escolher não ler aquele artigo sobre ataques de pânico ou intoxicação por chumbo pode não ser assim tão mau.

## **ANEXO 6**

Artigo "Acupuntura Psicológica"

Texto original publicado na *ELLE* Austrália de novembro de 2014

## ACUPUNCTURA PSICOLÓGICA

Após anos a lidar com ansiedade crónica, Abigail Libers testa uma nova técnica de autoajuda.

Estará o segredo para a serenidade na ponta dos seus dedos?

Estou numa cabina da casa-de-banho do trabalho a usar dois dedos para pressionar uma sequência de pontos invisíveis na minha cara, parte superior do peito e axilas enquanto calmamente repito para mim mesma: «Apesar de estar nervosa por arruinar esta reunião e envergonhar-me em frente dos meus novos chefes, eu aceito-me completamente.» Embora possa soar como se estivesse a realizar um voodoo ou, no mínimo, a candidatar-me para a colega mais assustadora do mundo, na verdade estou a praticar o que é chamado EFT (Emotional Freedom Techniques ou Técnicas de Libertação Pessoal) – também conhecida como acupunctura psicológica. É um método de autoajuda que aprendi há algumas semanas, e embora me sinta completamente ridícula (daí me estar a esconder na casa-de-banho), espero que acabe com a minha ansiedade crónica – ou pelo menos que me ajude a aguentar durante a próxima hora.

Durante anos sofri de ansiedade com níveis variando desde uma pequena sensação no meu peito até enormes palpitações no coração que me levaram às emergências. Qualquer coisa pode despontar a minha inquietação extrema, incluindo uma reunião importante no trabalho ou até mesmo uma data promissora. Eu medito e pratico yoga para me acalmar, mas recentemente a minha terapeuta sugeriu acupunctura psicológica, uma forma chinesa de acupressão. Ao pressionar em pontos de acupressão (ou seja, os meridianos de energia do corpo) enquanto se foca no que a está a stressar, os proponentes da prática afirmam que se pode aliviar dores emocionais ou físicas. «Os seus problemas não fazem “poof” imediatamente, mas feito corretamente, pode ajudar com cerca de 80% dos problemas», afirma Gary Craig, que criou EFT a meio dos anos 90 após estudar com o psicólogo Roger J. Callahan, o fundador de uma prática semelhante chamada Thought Field Therapy (ou TFT – Terapia do Campo do Pensamento, em português).

Embora a acupunctura psicológica já exista há cerca de duas décadas, só se tornou popular recentemente, com os gurus da saúde a comentar os seus benefícios. O empresário americano Nick Ortner expôs a prática à ribalta há uns anos, primeiro com o seu documentário *The Tapping Solution*, depois com um livro homónimo, que se tornou um bestseller da *New York Times* dentro de uma semana após a sua publicação. Seguindo a sua popularidade, seis cimeiras da *Tapping World* surgiram online, atraindo mais de um milhão de pessoas.

Para dominar a acupunctura psicológica é necessário identificar primeiro o que a está a deixar ansiosa (por exemplo, uma apresentação importante no trabalho ou conhecer os pais do seu namorado pela primeira vez) e “pressioná-lo”, focando-se nos tradicionais pontos de acupressão. Enquanto pressiona os oito diferentes pontos de energia (o topo da cabeça, sobrancelhas, ao lado do olho, por baixo do olho, por baixo

do nariz, ligeiramente acima do queixo, clavícula e axilas), repete a frase pré-definida (uma espécie de afirmação), que é geralmente uma versão do seguinte: «Apesar de estar com isto (o nome do problema ou sintoma), eu aceito-me completamente.» (ou «Estou bem», ou «Há uma parte de mim que ainda está bem.»)

«A primeira parte da afirmação é sobre enfrentar o problema, o que é crucial visto que grande parte de nós treinou a vida inteira para suprimir dores emocionais», explica Dawson Church, um investigador da Califórnia e editor do jornal *Energy Psychology*. «A segunda parte põe o problema numa perspetiva neutra ou positiva. Simplesmente ao aceitar o que está a acontecer (em vez de tentar resistir), retira a intensidade emocional da experiência negativa.»

Repetir a frase em conjunto com a pressão física supostamente suprime o stress. Literalmente evoca o seu medo e pressiona-o até que desapareça. O objetivo é que, com o tempo, pensar em emoções ou experiências dolorosas deixe de evocar sentimentos de ansiedade. Church chama-lhe “contra condicionamento” e a sua eficácia é visível em mais de 3,000 veteranos de guerra com transtorno de stress pós traumático. Na sua pesquisa, quando os veteranos começaram a utilizar a acupuntura psicológica, as memórias de guerra que os costumavam atormentar deixaram de desencadear uma resposta stressante.

Ansiosa de me livrar, bem, da minha ansiedade, marquei uma consulta com a Julie Weiner, uma terapeuta certificada em EFT. Após numerosos atrasos nos transportes públicos, cheguei quase uma hora atrasada, com os meus níveis de stress ao rubro. Weiner levou-me até ao seu gabinete, uma pequena sala cheia de papeis e algumas peças de mobiliário dos anos 80. Afundei-me numa cadeira à sua frente, rezando que a viagem tivesse valido a pena.

Falei-lhe de uma dor que tinha no meu ombro direito que migrou para o meu pescoço. Ela pediu-me que descrevesse a sensação (apertada, crescente, dolorosa) e avaliou-a de um (suave) a 10, e eu considerei-a um oito. Weiner começou a pressionar o seu dedo na chamada “ponto de corte de Karaté” (a área carnuda no lado da mão, entre o dedo mindinho e o pulso) e pediu-me para me deixar levar, repetindo o que ela disse: «Apesar de ter esta dor no meu ombro, eu amo-me profundamente e aceito-me.» Repetimos a frase vezes sem conta enquanto passámos de pressionar a mão para pressionar o topo da cabeça, face, clavículas e axilas.

«Como está a sua dor agora?» perguntou-me. Estava um cinco ou seis, portanto ela sugeriu que repetíssemos, alterando ligeiramente o mantra para: «Apesar de ainda ter dores, eu amo-me profundamente e aceito-me.» Depois de mais duas rondas, fiquei chocada ao descobrir que a dor tinha desaparecido. Foi-se, como se nunca tivesse existido – zero. Senti-me estranhamente calma e em paz. Ao dizê-lo a Weiner, ela bateu as palmas das mãos alegremente. Abanei a cabeça em descrença. Como é possível esta dor constante desaparecer de repente? O lado analítico do meu cérebro começou a trabalhar e quanto mais questionava os resultados, mais notava a dor a ressurgir.

A terapeuta não ficou surpreendida por o meu alívio ser temporário. «A teoria por trás da EFT é que toda a dor física pode ser ligada a um trauma emocional», afirmou. «Para se livrar definitivamente da sua tensão, temos de ir mais fundo e chegar à raiz do que a causou.»

Ela pediu-me para me lembrar quando a dor tinha surgido – para pensar num incidente que a possa ter provocado. Lembrei-me imediatamente de um confronto que tinha tido há muitos anos atrás com um antigo chefe. «É isso que temos de pressionar», disse ela. Durante os 30 minutos seguintes, percorremos os detalhes do incidente, pressionando em cada preocupação. Ela ajudou-me a descrever exatamente como me senti na altura: assustada, vulnerável e impotente. Embora tenha sido doloroso reviver o drama, também foi catártico. Saí do gabinete dela a sentir-me significativamente mais calma e leve – tinha finalmente fechado aquele capítulo.

Quando descrevo a minha experiência a Church, ele explica: «O que nós chamamos de dor é geralmente uma mistura de dor física com dor emocional subjacente. Quando nos livramos da componente emocional, é possível lidar com o verdadeiro problema físico.» Talvez essa seja a razão porque cada vez mais médicos e enfermeiras estejam a aprender EFT. Começam a reconhecer que uma parte significativa dos problemas dos seus pacientes é psicossomático, defende Church, que se dispõe a ensinar a prática através de workshops. «Se todos os médicos utilizassem a acupuntura psicológica nos seus pacientes antes de os tratar com drogas ou cirurgia, os custos dos cuidados médicos iriam baixar cerca de 50 ou 80%», defende Craig. De facto, muitos apoiantes do EFT acreditam que a prática é eficaz no tratamento não só de ansiedade e dores crónicas, mas também de depressão e doenças.

Mas o método tem alguns céticos. «Grande parte da pesquisa foi feita por proponentes da acupuntura psicológica que têm em risco interesses pessoais e financeiros», afirma o Dr. Brandon Gaudiano, professor auxiliar de psiquiatria e comportamento humano na Universidade Brown nos EUA. Quando investigadores independentes fizeram os seus estudos sobre esta prática, concluíram que os benefícios eram relativamente poucos. Um estudo feito por investigadores canadianos mostrou que pressionar uma boneca era tão eficaz quanto quando os sujeitos sob estudo se pressionavam a eles mesmos – o efeito placebo em ação. «Qualquer benefício detetado da acupuntura psicológica é muito provavelmente o resultado de uma crença que o tratamento “funciona”, mesmo que não seja verdade.»

Desde que aprendi a fazê-lo à umas semanas, tenho praticado diariamente – normalmente quando fico stressada no trabalho ou quando não consigo adormecer à noite. Sinto que ajuda a acalmar-me na altura e deixa-me mais consciente de como as minhas emoções estão interligadas com o meu corpo (como a dor no meu ombro). De momento quando sinto aquela sensação familiar a crescer pelo meu pescoço, reconheço que estou stressada e que preciso de uma pausa. Será que os benefícios da acupuntura psicológica estão todos na minha cabeça? Talvez. Mas eu aceito o alívio mesmo que para isso tenha de me esconder na casa-de-banho.

## **ANEXO 7**

Artigo "Afastar a Ansiedade"

**Nota:** Este artigo é uma sugestão no âmbito da adaptação dos anexos 5 e 6 trazendo, simultaneamente, o tema para a realidade portuguesa.

## AFASTAR A ANSIEDADE

Vivemos numa era de ansiedade, mas será que estamos a fazer pior ao preocupar-nos demais com isso? Ou estará o segredo para a serenidade na ponta dos seus dedos?

«Porque é que nunca usas nenhum desses sapatos lindíssimos?» perguntou-me uma amiga minha, a apontar para as filas de sapatos altos brilhantes e sandálias de plataforma alinhados à minha entrada, como pequenos soldados. «Tem estado a chover muito...» respondo baixinho enquanto a empurro para fora de casa, com demasiada vergonha de lhe dizer a verdadeira razão: «Porque a minha ansiedade manifesta-se com a inevitabilidade de, caso use saltos altos, vou cair e morrer.»

Eu tinha 28 anos e a ansiedade tinha afundado as garras em mim. Sem ser a grande tragédia dos sapatos altos, todas as noites sonhava com uma variação do mesmo tema: o fim do mundo. Sempre, quer fosse por um tremor de terra, uma nave espacial gigante, um maremoto ou cometa, era claro que todos iam morrer – e eu era sempre a última testemunha do destino fatal da humanidade.

Desde o início da civilização, temos previsto e antecipado o fim do mundo. A 643AC os Romanos estavam aterrorizados que a cidade ruísse no 120º aniversário da sua fundação. Na Idade Média, os camponeses não conseguiam adormecer, esperando nervosamente a chegada da Peste Negra. Nos anos 60 foi a Crise dos Mísseis Cubanos e a ameaça de um ataque nuclear a nível global e em 1999 estávamos convictos que a entrada no novo milénio (Y2K) faria com que os aviões caíssem do céu.

Embora sempre tivéssemos vivido em preocupação, hoje em dia a ansiedade está a ter o seu momento. Há centenas de livros de autoajuda e incontáveis entradas de blogs centrados no tema, para não falar de tweets acabados com “#ansiedade”. Há tanto a circular sobre o assunto que seria tentador presumir que estamos num meio de uma epidemia de ansiedade. As estatísticas são ligeiramente menos hiperbólicas, mas ainda assim, preocupantes.

De acordo com um estudo feito pela Escola de Ciências Médicas de Lisboa em 2010, a ansiedade é a doença psiquiátrica que regista valores mais altos em Portugal, afectando 16,50% dos portugueses. Na América, os distúrbios de ansiedade são considerados a doença mental mais comum, afetando cerca de 40 milhões de adultos e na Austrália mais de 14% dos adultos são afetados.

A professora adjunta na Universidade de New South Wales e directora de serviços psicológicos no Instituto Black Dog, Vijaya Manicavasagar questiona se o aumento pode ser circunstancial. «Penso que há sem dúvida mais probabilidades que, hoje em dia, seja diagnosticado devidamente, porque os profissionais têm mais formação para diagnosticar casos de ansiedade», explica. De facto, o SSPSM (Sociedade Portuguesa de Psiquiatria e Saúde Mental) tem mostrado cada vez mais interesse na formação e esclarecimento de profissionais para estes temas, com o objetivo de criar profissionais de saúde mais aptos para assistir transtornos psicológicos.

A ansiedade é uma doença incapacitante: suores frios, hiperventilação, estômago revirado e fortes dores de cabeça. Assim que se instala, pode apresentar diferentes níveis variando entre uma pequena sensação no peito até enormes palpitações no coração que já me levaram às emergências. Desde fobias, ansiedade de separação (o que em tempos desconsiderámos apenas “saudades de casa” ou “ser demasiado apegado”), distúrbios de pânico, transtornos obsessivo-compulsivos e preocupações mais leves de um problema geral, as formas da ansiedade são muitas e variadas. Pode ser tentador ver este tipo de experiências como extremas, mas até as mais vulgares frustrações que fazem parte do largo espectro dos distúrbios de ansiedade podem tornar a vida insuportável.

A tentação de adormecer estes sintomas com medicação pode ser imensa, mas nem sempre é a melhor decisão. «As pessoas estão, em geral, a tornar-se menos tolerantes ao desconforto e à frustração, por isso se experienciam quaisquer sintomas há mais probabilidade que procurarem formas de as aliviar», explica Manicavasagar. «Uma das coisas que sugiro aos meus pacientes é tentar ter hobbies. Pense em coisas para que tem jeito ou que sempre quis fazer e experimente. Fazer malha, croché, todas essas atividades que se consideram ultrapassadas são na realidade muito meditativas e egocêntricas.»

Considerando que qualquer coisa pode despontar a minha inquietação extrema, incluindo uma reunião importante no trabalho ou até mesmo uma data promissora, costumo meditar e praticar yoga para me acalmar, mas recentemente a minha terapeuta sugeriu acupunctura psicológica, uma forma chinesa de acupressão e de autoajuda chamada EFT (Emotional Freedom Techniques ou Técnicas de Libertação Pessoal).

Embora me sinta completamente ridícula ao praticá-la, acabando por me esconder em casas-de-banho sempre que a utilizo para me acalmar, tenho esperança que acabe com a minha ansiedade crónica. Para dominar a acupunctura psicológica é necessário, em primeiro lugar, identificar o que a está a deixar ansiosa (por exemplo, uma apresentação importante no trabalho ou conhecer os pais do seu namorado pela primeira vez) e “pressioná-lo”, focando-se nos tradicionais pontos de acupressão. Enquanto pressiona os oito diferentes pontos de energia (o topo da cabeça, sobancelhas, ao lado do olho, por baixo do olho, por baixo do nariz, ligeiramente acima do queixo, clavícula e axilas), repete a frase pré-definida (uma espécie de afirmação), que é geralmente uma versão do seguinte: «Apesar de estar com isto (o nome do problema ou sintoma), eu aceito-me completamente.» (ou «Estou bem», ou «Há uma parte de mim que ainda está bem.»)

«A primeira parte da afirmação é sobre enfrentar o problema, o que é crucial visto que grande parte de nós treinou a vida inteira para suprimir dores emocionais», explica Dawson Church, um investigador da Califórnia e editor do jornal *Energy Psychology*. «A segunda parte põe o problema numa perspetiva neutra ou positiva. Simplesmente ao aceitar o que está a acontecer (em vez de tentar resistir), retira a intensidade emocional da experiência negativa.»

Repetir a frase em conjunto com a pressão física supostamente suprime o stress. Literalmente evoca o seu medo e pressiona-o até que desapareça. O objetivo é que, com o tempo, pensar em emoções ou experiências dolorosas deixe de evocar sentimentos de ansiedade. Church chama-lhe “contra condicionamento” e a sua eficácia é visível em mais de 3,000 veteranos de guerra com transtorno de stress pós traumático. Na sua pesquisa, quando os veteranos começaram a utilizar a acupuntura psicológica, as memórias de guerra que os costumavam atormentar deixaram de desencadear uma resposta stressante.

A técnica também se tem popularizado entre médicos e enfermeiras. Considerando que, segundo Manicavasagar, os níveis de stress têm aumentado, levando mais pacientes com inquietações às clínicas em busca de alívio, para Church é óbvio que os profissionais de saúde começam a reconhecer que uma parte significativa dos problemas dos seus pacientes é psicossomática. «O que nós chamamos de dor é geralmente uma mistura de dor física com dor emocional subjacente. Quando nos livramos da componente emocional, é possível lidar com o verdadeiro problema físico», afirma.

Segundo Gary Craig, que criou a EFT a meio dos anos 90 após estudar com o psicólogo Roger J. Callahan, o fundador de uma prática semelhante chamada Thought Field Therapy (ou TFT – Terapia do Campo do Pensamento, em português), os benefícios não se limitam à saúde dos pacientes, estendendo-se também a grandes impactos económicos, «Se todos os médicos utilizassem a acupuntura psicológica nos seus pacientes antes de os tratar com drogas ou cirurgia, os custos dos cuidados médicos iriam baixar cerca de 50 ou 80%»

Mas o método tem alguns céticos. Quando investigadores independentes fizeram os seus estudos sobre esta prática, concluíram que os benefícios eram relativamente poucos. Um estudo feito por investigadores canadianos mostrou que pressionar uma boneca era tão eficaz quanto quando os sujeitos sob estudo se pressionavam a eles mesmos – o efeito placebo em ação. «Qualquer benefício detetado da acupuntura psicológica é muito provavelmente o resultado de uma crença que o tratamento “funciona”, mesmo que não seja verdade», afirma o Dr. Brandon Gaudiano, professor auxiliar de psiquiatria e comportamento humano na Universidade Brown nos EUA. Será que os benefícios da acupuntura psicológica estão todos na minha cabeça? Talvez. Mas eu aceito o alívio mesmo que para isso tenha de me esconder na casa-de-banho a repetir o mantra.

Apesar da acupuntura psicológica ajudar a acalmar nos momentos de ansiedade, o que provoca estas sensações de inquietação? Porque é que agora, mais do que nunca, qualquer coisa pode despontar níveis de stress extremos?

Num estudo recente comissionado pelo ISPA (Instituto Superior de Psicologia Aplicada) sobre o consumo que os jovens portugueses fazem da internet, concluiu-se que 70% demonstra sinais de dependência da internet. A conclusão do Dr. Tim Sharp, consultor num estudo semelhante conduzido na Austrália, é que a continua exposição a

demasiada informação pode levar a um surto de “obesidade mental”. «Demasiada informação é efetivamente a causa», afirma. «A obesidade mental é a consequência disso e como resultado pode-se desenvolver uma a extensão do sofrimento psicológico.»

Enquanto a ameaça da Peste no passado pode ter sido stressante, é pouco em comparação com a vastidão da assustadora inteligência artificial presente em tudo – desde doenças, programas de espionagem da CIA a desastres criados pelo Homem – disponível atualmente. Um simples número do New York Times contém mais informação que um camponês do século XIV aprendia durante toda a sua vida. Porém, online é tudo mais intenso. Até usuários esporádicos da internet se encontram inundados pela informação – grande parte dessa inútil – que pode ter impacto do seu bem-estar emocional de forma insidiosa.

Tem sido relatado que os portugueses passam, em média, mais de 5 horas por dia ligados à torneira da informação. Entre computadores fixos, portáteis, smartphones, tablets, rádio, televisão, reprodutores de música e jogos, estamos a consumir media durante mais tempo do que nos apercebemos. Os dados da consultora Ideiateca revelam que 700 dos inquiridos afirmam aceder à internet seis ou sete vezes por dia, com visitas que rondam as duas horas. Há tanta informação a circular e inúmeras formas de recebê-la, mesmo quando não a procuramos ativamente. É um cenário que é familiar a qualquer pessoa com uma ligação: começa com uma pequena navegação pela internet, algo desperta o seu interesse – um link, uma citação de um artigo, uma referência casual a algo na atualização de estado de alguém – e sem se aperceber, passaram-se horas e está debruçada sobre o computador, a consumir informação freneticamente sobre coisas que nunca soube e que precisa de saber mais.

As nossas mentes não estão apenas inchadas pela sobrecarga de informação, estão também agitadas. E não há como escapar, dado que, quando não estamos a consumir informação, estamos preocupados por possivelmente não estarmos a consumi-la o suficiente. «Correndo o risco de utilizar outro termo cativante, também estamos a sofrer de “FOMO” (Fear Of Missing Out - Medo de Ficar de Fora) e quer esteja a olhar para a minha filha adolescente ou para os pacientes que atendo, há muita ansiedade em “E se não souber o que todos estão a fazer? Será que vou perder alguma coisa e o que é que isso significa?”», explica Sharp, acrescentando, «Nós temos um acesso incrível a tanta informação hoje em dia, mas isso não significa necessariamente que a temos de consumir. »

Será que “ansiedade” se tornou num coloquialismo, na mesma forma que alguém diz «Estou muito deprimida hoje» ou fala de “insónias” quando demora mais meia hora a adormecer? «Penso que as pessoas usam os termos stress e ansiedade indistintamente e geralmente referem-se a uma sensação de pressão ou stress por coisas nas suas vidas, em vez de exibir níveis clínicos de sintomas de ansiedade», propõe Manicavasagar. «Na minha opinião, as pessoas utilizam o termo um pouco livremente.

Mas na minha experiência, quando as pessoas utilizam a frase “Sou ansiosa”, estão a falar genuinamente sobre ansiedade e é algo bastante sério.»

Quer todos os que marcam os seus tweets com “#ansiedade” estejam a sofrer de um distúrbio de ansiedade clinicamente diagnosticado ou não, ou possivelmente a achar a vida moderna um pouco preocupante, é difícil afastar a sensação que uma geração inteira está sob uma quantidade imensa de stress. Talvez faça sentido, considerando a contribuição da era da informação para os níveis de ansiedade, e que algumas das melhores formas de atacar os sentimentos de ansiedade são adaptações de atividades da velha guarda, como a acupuntura psicológica.

De todas as soluções “clássicas” para combater a ansiedade, a que Manicavasagar sugere mais frequentemente é afastar-se. «Às vezes retirar-se da situação pode ajudar, e se a ansiedade desaparecer, é provavelmente um indicador de que há algo nesse estilo de vida que estava a provocar a ansiedade.» Talvez seja esse o truque do efeito calmante da EFT, a abstração do ambiente em redor.

Quer lhe queira chamar sobrecarga de informação, obesidade mental, FOMO ou qualquer outra coisa. «Desligar-se é uma tática, mas o panorama geral é ganhar controlo», afirma Sharp. Por isso, talvez, escolher não ler aquele artigo sobre ataques de pânico ou intoxicação por chumbo pode não ser assim tão mau.

## **ANEXO 8**

Artigo "Agora e Para Sempre"

Texto original publicado na *ELLE* US de julho de 2014

Versão portuguesa publicada na *ELLE* Portugal de fevereiro de 2015

**Nota:** Esta tradução inclui ainda um artigo original que me foi requisitado junto com o mesmo. A ideia seria integrar alguns dados do texto e acrescentar nova informação que pudesse ser introduzida no processo de adaptação.

## AGORA E PARA SEMPRE

Como é que ela consegue? Provando que aquela elegância inata e uma beleza credível – por dentro e por fora – nunca ficam fora de moda, Christy Turlington Burns tem sido o rosto de não só uma geração, mas de várias. Agora está de volta às origens com a fragrância que a tornou uma referência cultural.

Fotografada por Carter Smith

Estilo por Joe Zee

Para a maioria, Christy Turlington Burns é tão próxima como um familiar, mesmo só tendo existido numa dimensão – leia-se o Monte Olimpo dos cartazes e páginas de revistas onde as supermodelos vivem. Por isso, vê-la ao vivo, como se fosse possível, a passear num estúdio fotográfico em Manhattan, com um saudável batido na mão, é excitante perceber que também é graciosa, elegante e de riso fácil – a sua beleza aos 45 anos não diminui de forma alguma. Aqueles olhos verdes e maçãs do rosto geométricas ainda surpreendem a vários níveis. Numa parceria incomparável, com um appeal duradouro, ela volta este mês como rosto da Calvin Klein Eternity, 26 anos depois da primeira vez em que apareceu nos anúncios a preto e branco de 1988 da fragrância. O casting com uma sensação de déjà vu é uma escolha interessante – e bem engraçada – de uma marca marcada pela modernidade, especialmente numa indústria conhecida por descartar mulheres depois de uma certa idade. «Sempre respeitaram muito a minha evolução como ser humano», conta Turlington Burns. Afirmando que já viveu «várias vidas» desde a sua estreia com a Eternity – tirou dois cursos, teve dois filhos, escreveu um livro sobre yoga, dirigiu um par de documentários (*No Woman, No cry* em 2010 e *Every Mile, Every Mother* em 2014) e fundou a Every Mother Counts, uma organização sem fins lucrativos dedicada à saúde maternal. «Sempre adorei os retratos que o Alfred Stieglitz fez da Georgia O’Keeffe ao longo de vários anos, realmente mostram que não há uma imagem de uma mulher, porque estamos sempre a mudar», afirma. «Esta campanha está a fazer o mesmo comigo». Claro, há algo de inacreditável quando uma mulher com *este* aspeto expressa a sua admiração pela famosa envelhecida/enrugada O’Keeffe, mas no que diz respeito a rugas, Turlington Burns diz que venham elas. «São todos tão a favor do anti envelhecimento, mas eu não quero parecer mais nova do que sou», afirma. «O nosso rosto é o mapa da nossa vida; quanto mais isso é visível, melhor.» - *April Long*.

## Artigo

Christy Turlington Burns, um ícone da moda mundial, volta a representar a fragrância Eternity, da Calvin Klein, 26 anos após a sua estreia com o clássico perfume. O regresso à marca ficou marcado pela figura fantástica que a modelo revelou na coleção de roupa interior de Outono do ano passado, mostrando que, mesmo afastada da carreira de modelo, Turlington não perdeu a sua elegância e sua beleza.

Considerada umas das mulheres mais influentes de 2014 pela revista Time, Christy Turlington conta com a presença do marido, Ed Burns, de 46 anos, durante a campanha do clássico perfume, tal como para a nova aposta da marca, Eternity Night. Em entrevista aos Los Angeles Times, Christy admite: «Não era capaz de fazer isto com mais ninguém. Geralmente temos de fingir ter intimidade com a outra pessoa e quando desligam a câmara ficamos do género. “Então e os Mets?” É desconfortável.»

Após abdicar da sua carreira como modelo a full-time aos 24 anos, Turlington admite que hoje em dia só aceita trabalhos que podem beneficiar a sua organização, Every Mother Counts. A causa que defende, lutar contra alta taxa de mortalidade durante o parto, é bastante pessoal. No parto da sua filha, Grace, Christy sofreu uma hemorragia pós-parto que, apesar de ser uma complicação fácil de tratar em países desenvolvidos, podia ter-lhe tirado a vida, não fosse a localização geográfica. «Fiquei chocadíssima com o que podia acontecer. Fiz pesquisa e encontrei estatísticas preocupantes: na altura, meio milhão de mulheres morriam por ano devido a complicações relacionadas com o parto, e a que sofri é a principal causa de morte», explica em entrevista ao USA Today.

Desde então, tem feito a sua missão angariar fundos para ajudar mulheres por todo o mundo. Através de documentários, as suas parcerias e maratonas, que são especialmente importantes por representarem a ideia de distância geográfica, a modelo dá a conhecer a sua instituição ao mesmo tempo que mantém uma figura invejável. Para se preparar, costuma fazer meias-maratonas e corre pelo menos três vezes por semana, aumentando gradualmente a extensão da prova. Em dias em que não corre, pratica Yoga que, para Christy Burns, é um estilo de vida, o que a mantém em contacto consigo mesma. Embora não vá participar na Maratona de Nova Iorque este ano, a organização será representada por outros corredores e Christy promete estar lá para apoiá-los.

Além da campanha para a famosa fragrância da marca, a Calvin Klein lançou ainda o The Eternity Project, uma iniciativa que serve de suporte a várias organizações de caridade com o objetivo de ajudar indivíduos e comunidades. Em parceria com a Every Mother Counts, a Calvin Klein doou os lucros de uma semana de vendas da Edição Limitada dos 25 anos de Eternity.

Para a maioria – pelo menos para os adolescentes ou jovens adultos em finais dos anos 80 –, Christy Turlington Burns é quase tão próxima como um familiar, mesmo só tendo existido numa dimensão (o Monte Olimpo dos cartazes e páginas de revistas onde as supermodelos vivem). Por isso, vê-la ao vivo, num estúdio de fotografia em Manhattan, com um saudável sumo verde na mão, faz com que se torne entusiasmante descobrir que ela também é elegante, graciosa e de riso fácil e, acima de tudo, a sua beleza, aos 45 anos, continua a mesma de antes.

Aqueles olhos verdes que às vezes parecem azuis ou cinzentos. As maçãs do rosto simétricas, que ainda surpreendem a vários níveis. Enfim, é impossível sumarizar concretamente a sua beleza, que desafia qualquer tipo de descrição. Quem o tenta, não só não lhe vai fazer justiça, como vai soar a um Keats amador. A prova disso é o facto de o Metropolitan Museum of Art a ter nomeado "O rosto do século XX". E quando esta reconhecida instituição precisou de um símbolo definitivo da simetria humana, escolheu as suas feições para usar nos manequins em fibra de vidro que vestem o Costume Institute do Met. «Quando olhamos para ela», disse um dia Karl Lagerfeld, «pensamos que não é possível existir um rosto tão perfeito como o dela.»

## O ROSTO DO SÉCULO XX

Numa parceria única, o rosto do século passado regressa com o mesmo appeal. Christy Turlington Burns, ativista, realizadora e supermodelo, é, de novo, o rosto de Eternity de Calvin Klein. 25 anos passaram desde a primeira vez que a vimos nos anúncios a preto e branco de Eternity, fotografada por Bruce Weber. Na altura Eternity tornou-se um bestseller e Christy uma star. «Quando olho para todas as imagens da minha carreira, essas são as mais clássicas. São as que me fazem pensar: "Ok, afinal os anos 80 não eram só chumaços".»

De facto, os finais dos anos 80 – e a maioria dos 90 – foram, sobretudo, sobre supermodelos. Turlington (na altura ainda não tinha Burns no nome), Evangelista, Campbell, Crawford e Shiffer foram os nomes responsáveis por mudar o jogo da moda, ganhando cachês surreais e ilustrando as principais revistas de moda. Christy, conhecida por ser a mais simpática e acessível das modelos, apareceu em mais de 500 capas de revistas.

Mas as prioridades de Turlington Burns nos anos 90 alteraram-se. Estudou religião comparada e filosofia na NYU e comprometeu-se seriamente com o Yoga e a filantropia. ▶

AGORA E  
PARA  
Sempre

*Christy Turlington Burns é a prova de que a elegância inata e a beleza credível (por dentro e por fora) nunca estão fora de moda.*

*A imagem não de uma geração, mas de várias.*

*Fotografias de CARTER SMITH*

*Realização de JOE ZEE*

## RELAÇÕES ETERNAS

«O tempo passa tão depressa», diz Christy. «O meu marido e eu estamos juntos há mais de 14 anos.» E é a sua cara-metade, o realizador e ator Ed Burns, que a acompanha na nova campanha de Eternity. Fotografados por Inez & Vinoodh, juntos em imagens onde o amor na sua imensidão se eterniza, o casal é agora a imagem não só de Eternity, como de Eternity Night e Eternity Night para homem, numa campanha que é, nas palavras da modelo, «a minha preferida de sempre!» Em entrevista ao Los Angeles Times, Christy admite: «Não era capaz de fazer isto com mais ninguém. Geralmente temos de fingir ter intimidade com a outra pessoa e quando desligam a câmara ficamos do género: "Então e os Mets?" É desconfortável.» O casting com uma sensação de déjà vu é uma estratégia interessante – e muito cool – de uma marca que sempre se pautou pela modernidade, especialmente numa indústria conhecida por descartar mulheres depois de uma certa idade. «Sempre respeitaram muito a minha evolução como ser humano», conta Turlington Burns, acrescentando que já «viveu várias vidas». Desde a sua estreia com Eternity – tirou dois cursos superiores, teve dois filhos (Grace, de 10 anos, e Finn, de 8), escreveu um livro sobre Yoga, realizou um par de documentários (No Woman, No Cry, em 2010, e Every Mile, Every Mother, em 2014) e fundou a Every Mother Counts, uma ONG dedicada à saúde materna. O regresso à marca ficou marcado pela figura fantástica que a modelo revelou na coleção de roupa interior, no outono em 2013, mostrando que, mesmo afastada da carreira de modelo, não perdeu a sua boa figura.

«Sempre adorei os retratos que Alfred Stieglitz fez de Georgia O'Keeffe ao longo dos anos, e que confirmam a ideia de não haver uma só imagem da mulher, porque estamos sempre a evoluir», afirma. «Esta campanha está a fazer o mesmo comigo.» Há algo de inacreditável quando uma mulher com este aspeto expressa a sua admiração pela envelhecida O'Keeffe. Mas, no que diz respeito a rugas, a modelo não as recusa! «Toda a gente é tão a favor do antienvelhecimento, mas eu não quero parecer mais nova do que sou», diz. «O rosto é o mapa da nossa vida; quanto mais houver, melhor.» ■ A.L./J.B.



## [ SWEET DREAMS ]

Para comemorar os 25 anos de vida do perfume Eternity, Calvin Klein lança uma nova campanha, aumentando a família Eternity:

Eternity Night, um floral cremoso com pimenta-rosa, sândalo e frangipani. Christy Turlington Burns descreve o aroma como «sedutor, mais moody e sensual» que o aroma original, como se tivesse um encontro noturno. «É mais para usar à noite», afirma ela.



## [ MÃE E MULHER ]

Após abdicar da sua carreira como modelo a full-time aos 24 anos, Turlington admite que hoje em dia só aceita trabalhos que possam beneficiar a sua organização, Every Mother Counts (<http://everymothercounts.org>). A causa que defende, lutar contra elevada taxa de mortalidade durante o parto, é muito pessoal. Ao dar à luz à sua filha, Grace, Christy sofreu uma hemorragia pós-parto que, apesar de ser uma complicação fácil de tratar em países desenvolvidos, podia ter-lhe custado a vida, não fosse a localização geográfica. «Fiquei chocadíssima com o que podia acontecer. Fiz pesquisa e encontrei estatísticas preocupantes: na altura, meio milhão de mulheres morriam por ano devido a complicações relacionadas com o parto, e a que sofri é a principal causa de morte», explica em entrevista ao USA Today.

Desde então, tem feito sua missão angariar fundos para ajudar mulheres por todo o mundo. Através de documentários, as suas parcerias e maratonas, que são especialmente importantes por representarem a ideia de distância geográfica, a modelo dá a conhecer a sua instituição, ao mesmo tempo que mantém uma figura invejável. Para se preparar, costuma fazer meias-maratonas e corre pelo menos três vezes por semana. Nos dias em que não corre, pratica Yoga que, para Christy Burns, é um estilo de vida, e que a mantém em contacto consigo mesma. Apesar de não ter participado na Maratona de Nova Iorque este ano, a organização foi representada por outros corredores e Christy esteve lá para os apoiar. Além da campanha para a famosa fragrância da marca, a Calvin Klein lançou ainda o The Eternity Project, uma iniciativa que serve de suporte a várias organizações de caridade com o objetivo de ajudar indivíduos e comunidades. Em parceria com a Every Mother Counts, a Calvin Klein doou os lucros de uma semana de vendas da Edição Limitada dos 25 anos de Eternity.

**ARTIGOS PARA A REVISTA**

## **ANEXO 9**

Artigo "Gisele, a femme fatale da Chanel"

Publicado na *ELLE* Portugal de janeiro de 2015 com o título "Os 5 papéis de Gisele"

## GISELE, A FENNE FATALE DA CHANEL

A beleza natural e feminilidade moderna de Gisele Bündchen incorporam a mulher Chanel N.º 5 no novo filme da marca para a fragrância icónica.

### **Ela**

Quem mais poderia representar uma mulher ativa, natural, confiante, que balança a família, uma carreira glamorosa e que escolhe o amor cima de tudo, se não Gisele Bündchen? A representar o que a Chanel considera A Mulher Chanel N.º 5, a modelo só precisou de ser ela mesma para dar vida a todas essas qualidades.

Após a sua estreia para a marca em 2013, com a campanha Les Beiges, para a linha de maquilhagem da Chanel, a modelo brasileira de 34 anos foi a escolhida para representar a fragrância icónica no novo filme para o perfume de Coco Chanel, o N.º5. Uma década depois do primeiro filme em que Nicole Kidman deu vida a uma mulher romântica que procura fugir às responsabilidades mas que, no final, escolhe voltar à realidade, a mulher Chanel da nova era é mais determinada e segue o seu coração. «Estamos num momento em que a mulher Chanel deve ser alguém que consiga estar consigo mesma numa praia ou ter um momento para si, que possa estar com o seu filho, que possa ter uma carreira aspiracional onde faz algo que a faz sentir realizada. Mas ao mesmo tempo, ela pode ter romance. E no final, a nossa mulher Chanel escolhe o amor», conta o realizador de ambos os filmes Chanel, Baz Lhurman.

A modelo mais bem paga do mundo, segundo a *Forbes*, que já foi capa de mais de 600 revistas por todo o mundo – só sendo superada pela Princesa Diana -, é o exemplo perfeito que a mulher atual pode fazer tudo. Presente no *Guinness World Records* por ter usado a peça de lingerie mais cara do mundo, o Red Hot Fantasy Bra da Victoria's Secret em 2000, com uma relação tirada de um conto de fadas com o jogador Tom Brady, com quem tem dois filhos, e uma carreira em ascensão, Gisele consegue ainda ter tempo para caridade. Além de ser embaixadora da Goodwill e, desde Janeiro deste ano, parte do conselho de diretores da Rainforest Alliance, a modelo mantém um estilo de vida ecológico, plantando e colhendo os próprios frutos e vegetais e ainda pratica Meditação Transcendental duas vezes por dia. Se tudo isto não representa a mulher do século XXI, sempre ocupada e em busca de realização, então a top model é sem dúvida uma super mulher.

### **A música**

Ao som da voz quente de Lo-Fang , que reinterpreta o clássico *You're The One That I Want*, do filme *Grease*, Gisele mostra os paradoxos que constituem a mulher Chanel: prática e sensual. Para Baz Lhurman, tal como Gisele, Lo-Fang também representa perfeitamente o estilo da Chanel. O artista fez com a música o mesmo que o diretor criativo da Chanel, Karl Lagerfeld, faz com a moda, parte de algo que conhecemos e dá-lhe uma nova abordagem. Reinterpretou algo clássico e deu-lhe uma nova leitura. Mais do que banda sonora do filme, o tema serve de narração dos pensamentos das

personagens de Gisele e Michiel Huisman (Daario Naharis em A Guerra dos Tronos), o seu coprotagonista.

Mas não é apenas a voz de Lo-Fang que dá atmosfera ao anúncio mais importante da marca. O palco em que o cantor atua e toca violino – um talento que reflete os seus estudos em música clássica -, remete para as óperas europeias, uma boate fictícia, em que os tons de boudeaux dão um toque de barroco em contraste com a pureza das linhas das casas da Costa Leste dos Estados Unidos.

A redenção romântica do tema do filme de 1978 consta em *Blue Film*, o seu álbum de estreia como Lo-Fang (o artista terá lançado um álbum em 2011, sob o seu nome de nascimento, chamado *Hot Wheels*).

### **N.º 5 Jóias**

Cinco, o número que, já desde Pitágoras, é considerado símbolo da união, harmonia e do equilíbrio. Não surpreende que, num anúncio pensado ao pormenor, o número cinco surja como mais do que a exaltação da fragrância, fazendo também referência aos cinco sentidos que não ficam indiferentes ao seu aroma e ao balanço da vida da mulher Chanel. E, num filme que celebra o papel multifacetado dessa mulher, o que seria melhor que joias para ressaltar esse simbolismo?

Substituindo o clássico duplo CC que forma o ícone da marca, Gisele surge com brincos compridos que exibem, elegantemente, o número cinco. Já o colar, que cai nas costas da modelo, sobre um vestido de costas abertas da coleção Dubai da marca, remete para as últimas imagens do primeiro filme com Nicole Kidman.

O algarismo mais especial da marca, sendo o número favorito de Coco Chanel, assinala também o dia do lançamento da fragrância, apresentada dia 5 de Maio, o quinto mês do ano.

### **O Marido**

O ator holandês Michiel Huisman, conhecido pelos seus papéis nas séries A Guerra dos Tronos e Orphan Black, está a tornar-se um dos mais requisitados em Hollywood. Aparecendo ao lado de grandes mulheres como Reese Witherspoon em *Wild* e, em breve, com Blake Lively em *Adeline*, a Chanel concedeu-lhe o privilégio de representar o marido da personagem da antiga Anjo da Victoria' Secret.

Segundo o diretor Baz Lhurman, é preciso um actor extraordinário para expressar todos os sentimentos requeridos para o filme. A complexidade da personagem requer que o ator mostre emoções complexas através da expressão corporal, visto que não há qualquer diálogo. Bastou um olhar de Michiel na luxuosa varanda em Figi para que a química entre o ator e Gisele nos fizesse acreditar que ele era o *the one that we want*.

## **O Perfume**

Nos loucos anos 20, em que as mulheres de respeito usavam a pura essência de uma flor e os aromas mais provocadores, com toques de almíscar e jasmim, eram associados a prostitutas e cortesãs, Coco Chanel achou que ela altura de quebrar o estigma dos odores. Criando um aroma que refletisse a mulher da sua era, a fragrância com toques de baunilha e almíscar — e o primeiro a incorporar o aldeído, uma nota que ajuda a potenciar os ingredientes naturais — passou a representar uma mulher com classe e elegante, mas que não tem medo de ser sexy.

Mantendo o número da sua amostra dada pelo perfumista francês Ernest Beaux, o N.º5, a fragrância quase centenária nunca ficou fora de moda.

## **O realizador**

O diretor australiano Baz Lhurman, conhecido pela Red Curtain Trilogy, onde integram os filmes *Stickly Ballroom – Vem Dançar!*, *Romeu + Julieta* e *Moulin Rouge!* e que dirigiu, mais recentemente, *O Grande Gatsby*, foi o grande escolhido, já em 2003, para criar o anúncio multimilionário mais glamoroso da televisão. Agora, em 2014, o diretor atualiza a figura da mulher Chanel mantendo pequenos detalhes que remetem para o filme original, como a ponte de Queensboro e a presença do estilo barroco.

Gisele admite ser uma grande fã do diretor e, além do privilégio em trabalhar com a marca, poder colaborar com Luhrmann foi uma experiência única. «Somos ambos tão enérgicos, por isso foi ótimo trabalhar com alguém que realmente se preocupa e que se comete completamente no que faz e que é, sem dúvida, uma energia fantástica para estar por perto. Filmámos durante oito dias e nunca fazemos este tipo de trabalhos na nossa indústria, mas para ele, filmes, é algo normal, mas foi muito, muito divertido. Todo o ambiente no estúdio era muito animado.»

# OS 5 PAPÉIS DE GISELE

*Mãe, modelo, desportista, atriz e mulher de negócios. Sem ordem. Podia ser uma de nós. Mas não, a perfeição chama-se Gisele Bündchen, a mulher Chanel N.º 5.*

## 1. GISELE, A MULHER N.º 5 DE CHANEL

Quem mais para representar uma mulher ativa, natural, confiante, que equilibra a família com a carreira, se não Gisele Bündchen? A modelo mais bem paga do mundo, segundo a Forbes, representa o que a Chanel considera A Mulher Chanel N.º 5. E só precisou de ser ela mesma para dar vida a todas estas facetas.

Após a sua estreia na Maison em 2013, com a campanha Les Beiges de Chanel, a top brasileira de 34 anos foi escolhida para representar a fragrância icónica N.º 5. Uma década depois do primeiro filme com Nicole Kidman, a mulher Chanel desta nova era é mais determinada e segue o seu coração. «Estamos num momento em que a mulher Chanel deve ser alguém que consiga estar sozinha numa praia ou ter um momento só para si, que está com os seus

filhos, que tem uma carreira aspiracional onde faz algo que a realiza. Mas, ao mesmo tempo, ela tem uma relação e inclui igualmente romance. E, no final, a nossa mulher Chanel escolhe o amor», explica o realizador Baz Luhrmann.

Gisele Bündchen é o exemplo perfeito de que a mulher atual pode fazer tudo. Com uma relação tirada de um conto de fadas com o jogador Tom Brady, com quem tem dois filhos, e uma carreira em constante ascensão, Gisele consegue ainda ter tempo para os outros. É embaixadora da Goodwill, faz parte do conselho de diretores da Rainforest Alliance e mantém um estilo de vida ecológico. Se tudo isto não representa a mulher do século XXI, sempre ocupada e em busca de realização, então a top model é sem dúvida uma supermulher. ►



O lado mais girly de Gisele Bündchen.

## 2. GISELE, AS JOIAS E O N.º 5

Cinco, o número que já desde Pitágoras é considerado símbolo da união, da harmonia e do equilíbrio. Não surpreende que, num anúncio pensado ao pormenor, o número cinco surja como mais do que a exaltação da fragrância, fazendo também referência aos cinco sentidos que não ficam indiferentes ao seu aroma e ao equilíbrio da vida da mulher Chanel. E, num filme que celebra o papel multifacetado dessa mulher, o que seria melhor que joias para realçar esse simbolismo? Substituindo o clássico duplo CC que forma o ícone da marca, Gisele Bündchen surge com brincos compridos que exibem o número cinco. Já o colar, que cai nas costas da modelo, sobre um vestido de costas abertas da coleção Dubai da maison Chanel, remete para as últimas imagens do primeiro filme de Baz Luhrmann, com Nicole Kidman como protagonista. O algarismo mais especial da marca, e o número favorito de Gabrielle Chanel, assinala também o dia do lançamento da fragrância, apresentada no dia 5 de maio, o quinto mês do ano.



Michiel Huisman, no papel de marido de Gisele.



Brincos e colar de brilhantes com o N.º5 em destaque.

## 3. GISELE E O AMOR

O ator holandês Michiel Huisman, conhecido pelos seus papéis nas séries A Guerra dos Tronos e Orphan Black, está a tornar-se um dos mais requisitados em Hollywood. Aparecendo ao lado de grandes atrizes, como Reese Witherspoon em Wild e com Blake Lively em The Age of Adaline, Luhrmann escolheu-o para representar o marido da personagem de Gisele. Segundo o realizador: «É preciso um ator extraordinário para expressar todos os sentimentos exigidos para o filme».

A complexidade da personagem requer que o ator mostre emoções complexas através da expressão corporal, visto que não há qualquer diálogo. Bastou um olhar de Michiel na luxuosa varanda nas ilhas Fiji, para que a química entre ele e Gisele nos fizesse acreditar que ele é "the one that we want".

ELLE

@elle  
Veja os  
vídeos dos  
bastidores  
Chanel em  
elle.pt.

## [ Nº5 FOREVER ]

Um dos segredos do Nº 5 é a sua excepcional seleção de matérias-primas. Jacques Polge, o Criador dos Perfumes Chanel, define-o como uma sinfonia perfume de Rosas de Maio, com a mistura do ylang ylang e Jasmim de Grasse, alimentado por aldeídos. «Perfume de mulher com cheiro a mulher», como gostava de definir Mademoiselle Chanel.



A mixtape *Every Night* e o novo álbum *Blue Film*, de Lo-Fang.



LO-FANG EVERY NIGHT

### 4. GISELE E A MÚSICA

A voz quente de Lo-Fang (nome artístico do produtor, compositor e intérprete norte-americano, Matthew Hemerlein) dá emoção ao clássico *You're The One That I Want* (do filme *Grease* com John Travolta e Olivia Newton-John). Para Baz Luhrmann, tal como Gisele, Lo-Fang também representa o estilo Chanel. O artista fez com a música o mesmo que o diretor criativo da Chanel, Karl Lagerfeld, faz com a moda: parte de algo que conhecemos e dá-lhe uma nova abordagem. Reinterpretou algo clássico e deu-lhe uma nova leitura. Mais do que banda sonora do filme, o tema serve de narração aos pensamentos das personagens de Gisele e Michiel Huisman (Daario Naharis, em *A Guerra dos Tronos*), o seu coprotagonista. Mas não é apenas a voz de Lo-Fang que dá atmosfera ao anúncio mais importante da maison. O cantor participa no vídeo onde atua e toca violino – um talento que reflete os seus estudos em música clássica. A interpretação romântica do tema de *Grease* (1978) aparece em *Blue Film*, o seu álbum de estreia como Lo-Fang – *Hot Wheels*, o seu primeiro álbum, lançado em 2011, apareceu ainda com o seu nome verdadeiro.

### 5. GISELE E O REALIZADOR

O realizador australiano Baz Luhrmann, conhecido pela *Red Curtain Trilogy*, que integra os filmes *Stickly Ballroom* (Vem Dançar!), *Romeu e Julieta* e *Moulin Rouge*, e que mais recentemente realizou *O Grande Gatsby*, foi o grande escolhido, já em 2003, para criar o anúncio multimilionário mais glamoroso da TV: «É como um trailer de um filme que nunca foi feito.» Agora, em 2014, o Luhrmann atualiza a figura da mulher Chanel. Gisele admite ser uma grande fã do realizador e, além do privilégio em trabalhar com a Chanel, poder colaborar com Luhrmann foi uma experiência única. «Somos ambos muito enérgicos, por isso foi ótimo trabalhar com alguém que realmente se preocupa e se compromete completamente com o que faz, uma energia fantástica para ter por perto. Filmámos durante oito dias e nunca fazemos este tipo de trabalhos na nossa indústria, mas, para ele, os filmes, são algo de normal, foi muito, muito divertido. Todo o ambiente no estúdio era muito animado.» ■ Joana Brito



**ANEXO 10**

Secção *Filmes*

Publicado na *ELLE* Portugal de dezembro de 2014



# OS PECADORES

*A ganância marca o drama histórico, mas é o elenco de luxo que o torna incontornável.* Por MARTA RODRIGUES

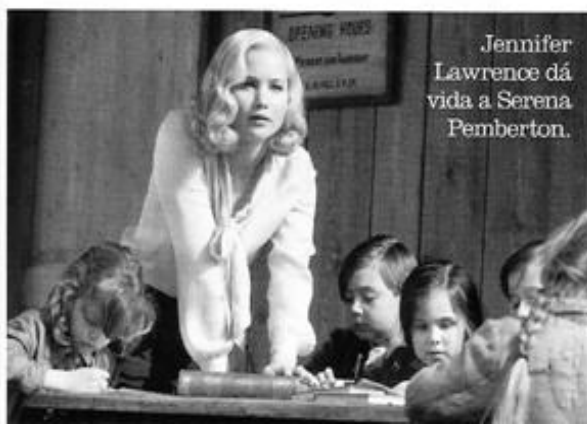
Jennifer Lawrence e Bradley Cooper juntam-se, pela terceira vez, para fazer história. Ser par romântico em Um Guia Para Um Final Feliz valeu-lhes um Óscar para melhor atriz e uma nomeação da Academia para melhor ator. Em Golpada Americana, são nomeados para o Óscar como melhores atriz e ator secundários. Agora, em Serena, o casal volta a fazer fábula no grande ecrã.

Baseado no romance homónimo de Ron Rash, o filme decorre durante a Grande Depressão, quando o casal, Serena (Lawrence) e George Pemberton (Cooper), se mudam de Boston para a montanhosa Carolina do Norte, com

o objetivo de criar um império madeireiro. Quando Serena descobre que não pode ser mãe e que o seu marido tem um filho fora do casamento, a paixão do casal é posta em risco, tal como todos os seus negócios.

A história sobre corrupção e ganância, realizada por Susanne Bier, vencedora de um Óscar pelo filme Num Mundo Melhor, não podia contar com um elenco mais arrebataador. «Quando li o guião, telefonei ao Nick Wechsler (produtor do filme) e disse: "Isto seria fantástico com o Bradley Cooper e a Jennifer Lawrence"», conta a realizadora num vídeo. Bradley também não esconde a felicidade em voltar a representar com a atriz: «Ganhei o jackpot quando tive oportunidade de trabalhar com a Jennifer.» Forte, apaixonada e longe dos padrões femininos da época, JLaw interpreta Serena, mais um papel de destaque na sua carreira. Por coincidência, o terceiro filme da saga Hunger Games estreia em simultâneo. Não há dúvida de que, além de Bradley, Jennifer conquistou Hollywood. ■

(cinema)



Jennifer Lawrence dá vida a Serena Pemberton.

[ EM CARTAZ ]

## NOS CINEMAS

1. **Love, Rosie.** A comédia britânica baseada no romance *Where Rainbows End*, de Cecilia Ahern, conta com Lily Collins (*Instrumentos Mortais*) e Sam Claflin (*The Hunger Games*) para dar vida a Rosie e Alex. Com uma amizade desde os cinco anos, Rosie e Alex são quase irmãos, mas quando trocam um beijo na festa do 18º aniversário de Rosie, as coisas complicam-se. No que toca a fazer as escolhas acertadas, estes dois são os seus próprios piores inimigos.
2. **Get On Up.** Um filme biográfico que conta, através de flashbacks, a história do cantor James Brown (Chadwick Boseman), na sua ascensão de pobreza extrema a um dos músicos mais influentes da História. O filme marca ainda a estreia de Mick Jagger como produtor cinematográfico.



1

2

## **ANEXO 11**

Secção *Livros*

Publicada na *ELLE* Portugal de dezembro de 2014



**A CONVERSA DE BOLZANO**  
Sándor Márai

O maior sedutor da história, Giacomo Casanova, encontra-se com o seu velho rival,

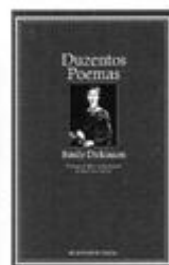
o duque de Parma, que lhe faz uma proposta perversa e irresistível. O autor húngaro ficciona o episódio histórico com uma ligação entre o desejo e a morte criando um romance sensual e repleto de suspense. (ed. D. Quixote)



**OS LUMINARES**  
Eleanor Catton

O segundo romance da autora canadiana, vencedora do Man Booker Prize 2013, conta o

destino de doze personagens e um mistério por resolver na cidade de Hokitika, em 1866. Abordando temas originais, como o tráfico de ópio, o romance histórico é singular devido à combinação de História, referências astrológicas e simbolismo. (ed. Bertrand Editora)



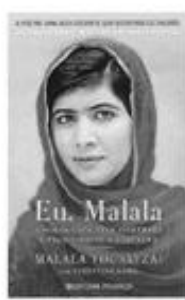
**DUZENTOS POEMAS**  
Emily Dickinson

Não tendo publicado mais de dez poemas em vida, a 15 de maio de 1886, após a sua

morte, a sua irmã, Susan Dickinson, encontrou fechados numa caixa quase mil poemas.

Conhecida pela sua vida reclusa, os poemas e algumas cartas são a única fonte para conhecer a vida e inspiração da poeta. (ed. Relógio d'Água)

(livros)



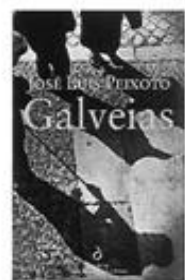
**EU, MALALA**  
Malala Yousafzai

A jovem autora de 17 anos, uma das vencedoras do Nobel da Paz

2014, lança, em coautoria com Christina Lamb, a sua biografia. Após ter sido baleada durante a sua campanha em defesa do direito à educação das raparigas, Malala mostra o valor que as palavras têm. (ed. Presença)

**LIVROS COM ALMA**

*Desfrute de uma boa história com um chá quente à luz da lareira.*



**GALVEIAS**  
José Luís Peixoto

Um dos mais destacados autores europeus, traz-nos um romance sobre a ruralidade portuguesa. Uma

pequena vila, Galveias, com um grande mistério, apresenta o elenco de personagens que traça, sem vergonhas, a realidade que atravessa o país e que marca a sua identidade. Considerado um grande ficcionista e prosador da língua portuguesa, o autor fala de identidade e orfandade em paralelo com o mundo rural português. (ed. Quetzal)



**PEQUENAS DEUSAS**  
Isabel Braz

Um relato de viagem ao Nepal, em que Bel se insere, em 2011, no mundo das Kumaris nepalesas

de Kathmandu. Uma tradição em que a efemeridade da história destas meninas, enquanto deusas, não se compara à vida de cada uma como ser humano. (ed. Chiado Editora)



**O CÉU DA BOCA**  
Pedro Paixão

O professor, autor e fotógrafo português apresenta uma vasta coleção de pequenas histórias com uma variedade de temas.

Com títulos como: A Luz de Nova Iorque, Amor e Dinheiro e Jogo Inocente, esta obra integra contos do autor publicadas anteriormente na Playboy e na Maxim. (ed. Prime Books)

**ANEXO 12**

Secção *Artes*

Publicado na *ELLE* Portugal de dezembro de 2014



Olga Roriz, na Culturgest.

# EXPRESSO EM ATOS

*Viva novas sensações e deixe-se levar pelo universo de reflexões que a arte tem para oferecer.*

## DANÇA

**Os Olhos de Gulay Cabbar.** Na antecipação da comemoração dos 40 anos de carreira da coreógrafa e bailarina portuguesa Olga Roriz e dos 20 anos de atividade da Companhia Olga Roriz, este solo, que teve estreia no Festival Citemor em 2000, regressa agora à sala de espetáculos da Culturgest de 12 a 14 de dezembro. [www.culturgest.pt](http://www.culturgest.pt)

## EXPOSIÇÕES

**Russian Avant-Garde Theatre.** Marcadas pelas revoluções Russas e a Primeira Guerra Mundial, The Theatre and Performance Galleries apresenta mais de 150 designs de produções que representam um ponto extraordinário na cultura Russa. Até 25 de janeiro no Victoria and Albert Museum, em Londres. [www.vam.ac.uk](http://www.vam.ac.uk)

(artes)

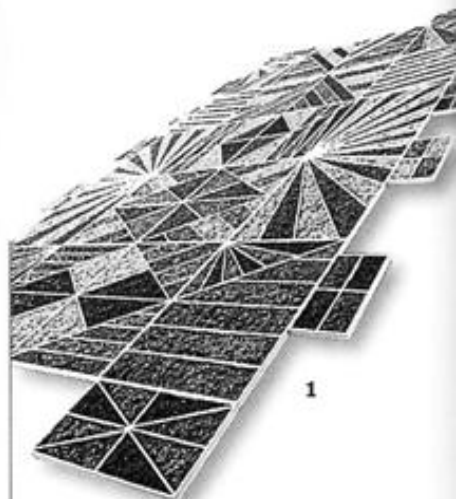
**Sete milhões de Outros.** Esta exposição, a decorrer no Museu da Eletricidade, em Lisboa, já percorreu os quatro cantos do mundo. Com testemunhos obtidos de mais de 6.000 pessoas, de 84 países, incluindo Portugal, podemos conhecer um retrato real e atual da humanidade. Até 8 de fevereiro. [www.7billionothers.org](http://www.7billionothers.org)

## TEATRO

**Romeu e Julieta.** No ano do aniversário dos 450 anos de Shakespeare, a famosa peça torna-se Uma História de Gatos. Nesta versão do Teatro Infantil de Lisboa, os Capuleto são Coletes e os Montecchios, Montesés. E não se preocupe com o final trágico, afinal os gatos têm 7 vidas. No Teatro Armando Cortez. [www.til-tl.com](http://www.til-tl.com)



Romeu e Julieta como gatos na TH



1

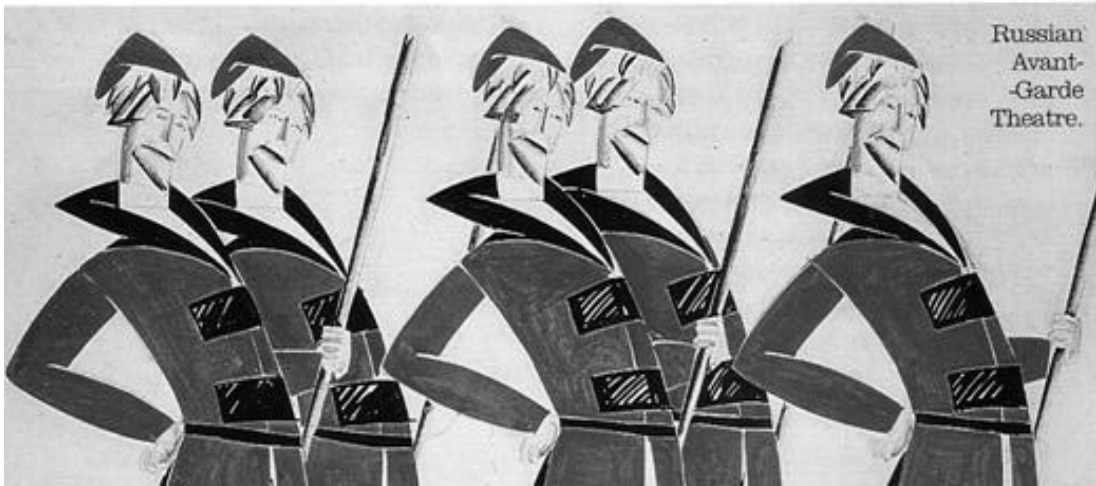
[ PARA VER ]

## MAIS QUE UMA VEZ...

**1. Exposição Individual de Catarina Branco.** A artista açoriana apresenta, na Galeria Belo-Galsterer, em Lisboa, uma exposição com influência nas explosões de cor dos tapetes feitos de flores e ornamentos de papel. Uma recordação dos andares das procissões nas tradicionais festas religiosas da sua terra natal, a aldeia de Fenais da Luz. A partir de 20 de novembro. [www.belogalsterer.com](http://www.belogalsterer.com)

**2. Território.** Baseada na obra de Alberto Carneiro e no seu conceito de "arte ecológica", a bailarina e coreógrafa Joana Providência enfatiza a ideia de "relação viva com a Natureza" através da dança, mostrando como uma nuvem ou uma árvore fazem parte do mesmo plano em que nos movemos. Dias 5 e 6 de dezembro na Culturgest. [www.culturgest.pt](http://www.culturgest.pt)

2



Russian Avant-Garde Theatre.

**ANEXO 13**

Secção *Música*

Publicado na *ELLE* Portugal de fevereiro de 2015

# MELANCOLIA

Um regresso às origens que traz as melhores memórias dos anos 90. Por MARTA RODRIGUES



A reedição de Viagens (Universal) de Abrunhosa conta com extras únicos.



Pedro Abrunhosa leva-nos a viajar no tempo com a nova edição do seu álbum de estreia, *Viagens*. No ano em que se comemoram os 20 anos do lançamento do disco que vendeu mais de 140.000 exemplares, chegando a tripla platina, o artista português relança-o, recuperando os temas "Tudo o que te dou", "Socorro", "Não posso mais" e acrescentando diversos conteúdos exclusivos.

Apesar de Abrunhosa afirmar que se recusa a comemorar, o álbum fá-lo por si ao incluir o polémico tema "Talvez Foder" e três remisturas do EP F, sem contar com o documentário "Viagens: 20 anos" que inclui testemunhos de pessoas que acompanharam o disco de perto na época. E para

(música)

uma verdadeira viagem até aos anos 90, o disco recupera ainda imagens de arquivo, muitas delas de carácter pessoal (dando

esperança aos que ainda têm curiosidade sobre os olhos do cantor).

Como tudo no seu trabalho, o título não é coincidência. Antes de lançar aquele que é considerado o melhor álbum dos anos noventa, segundo a revista *Blitz*, Pedro Abrunhosa realmente viajou muito, não só geograficamente mas também pelo mundo da música: explorou estilos, estudou composição e história da música e aprendeu junto de grandes artistas como Billy Hart, Wallace Rooney e Steve Brown. Apesar das claras influências de jazz e funk presentes no disco, o artista não gosta de falar de inspirações, preferindo a palavra trabalho. «O que nos compete é observar a realidade e passá-la para uma linguagem que nos é mais comum, a minha é a música. É uma questão de trabalho», diz em entrevista à TVL. Um nome incontornável da música portuguesa, que nos leva em *Viagens* há 20 anos. ■

## OUTROS SONS

### ALBUNS

1. **Stealing Cars** (Popstock). A cantora britânica Nadine Shah apresenta o seu mais recente single. Com novo álbum a ser lançado durante este ano, o tema retrata a ansiedade, mantendo uma das temáticas recorrentes no seu trabalho. 2. **Até ao fim** (UAU). O novo disco da fadista Katia Guerreiro, produzido pelo músico e seu amigo íntimo Tiago Bettencourt,

reúne 12 novos temas cantados com a emoção que a caracteriza. Neste projeto, o seu fado é acompanhado por 20 nomes da música portuguesa, como Pedro Castro, Pedro Jóia e André Ramos.

### LOJA

**Carpet & Snares record shop.** Um projeto criado por João Maria, Jorge Caiado e Zé Salvador, DJs portugueses de renome internacio-

nal, onde os sonhos dos amantes da música se tornam realidade. Nesta loja, além de cd e vinis, os clientes encontram um espaço onde podem partilhar música, ideias e sonhos.



## **ANEXO 14**

Abertura da secção *Agenda*

Publicado na *ELLE* Portugal de fevereiro de 2015

# ELLE agenda

EXPOSIÇÕES • FILMES • DANÇA • MÚSICA • TEATRO



## RITMO URBANO

*Talentos surpreendentes num registo inovador.*

Desde que se estrearam em Portugal, em 2012, os Tap Factory têm percorrido a Europa e a América do Sul, deixando o público fascinado com o seu talento. Agora, entre 15 e 18 de janeiro, regressam a Portugal para quatro performances, que se esperam mais uma vez impressionantes, em Lisboa, no Porto e na Figueira da Foz. Desafiando a comum noção de dança, os Tap Factory oferecem um espetáculo completo que inclui sapateado, dança urbana, acrobacia, comédia e precursão, tudo acompanhado de deslumbrantes explosões de água e cor. Uma experiência totalmente inovadora onde a música e dança se relacionam de forma única e durante a qual os dançarinos formam os seus próprios ritmos, criando uma ilusão de espontaneidade que apenas os melhores artistas conseguem transmitir. [www.uau.pt](http://www.uau.pt) ■

(dança)

## **ARTIGOS PARA O ONLINE**

## ANEXO 15

Artigo "Preciosidades Orientais no Museu do Oriente"

Publicado a 7 de novembro de 2014

---

ELLE | SUMÁRIO | MODA | BELEZA | STARS | LIFESTYLE | AGENDA

---

OTNIV | AGENDA

# Preciosidades Orientais No Museu Do Oriente

O Museu do Oriente apresenta um conjunto de jóias que permitem uma viagem pelo Oriente e pela História.

PUBLICIDADE | PARA ANUNCIAR CLIQUE AQUI

---

IMPRIMIR | E-MAIL | PARTILHAR | GUARDAR PARA LER + TARDE

VOLTAR AO TOPO | MINHA PASTA

---

«Os diamantes são os melhores amigos das mulheres.» disse um dia Marilyn Monroe, imortalizando para sempre esta frase na cultura mundial. Agora, jóias e cultura unem-se de novo na exposição **Jóias da Carreira da Índia**, no Museu do Oriente. A mostra, que reúne um conjunto de 200 peças históricas, datadas entre os séculos XVI a XX, reflete, na opulência de cada uma das peças, o verdadeiro conceito de luxo. Reunidas de forma a recriar o contexto e as dinâmicas dos tempos em que foram criadas, os colares, pulseiras, brincos e adornos para o cabelo exibem gemas preciosas; detalhes exuberantes, cuidadosamente trabalhados; e cores vibrantes que lembram o exotismo do Oriente. Entre estas peças de luxo, será também exibido ao público, pela primeira vez, um cofre com as armas de Álvaro de Castro, filho do governador João de Castro (1500-1548). Comissionada por Hugo Miguel Crespo, do Centro de História da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, a exposição temporária estará no Museu do Oriente a partir de 13 de Novembro, até a 26 de Abril de 2015.

---

IMPRIMIR | E-MAIL | PARTILHAR | GUARDAR PARA LER + TARDE

VOLTAR AO TOPO | MINHA PASTA

---

Ler online em <<http://www.elle.pt/agenda/preciosidades-orientais-no-museu-do-orient>>

## ANEXO 16

Artigo "Chanel N.º5 Para Todos os Momentos"

Publicado a 5 de novembro de 2014

15MAR | ELLE FACEBOOK | ELLE TWITTER | ELLE REVISTA | ELLE ASSINATURAS | ELLE CONTACTOS

VOLTAR AO TOPO | MINHA PASTA

05NOV | BELEZA

# Chanel N.º5 Para Todos os Momentos

A Chanel relança a icónica fragrância, agora numa linha para o corpo.

Fotos: © CHANEL.

PUBLICIDADE | PARA ANUNCIAR CLIQUE AQUI

IMPRIMIR | E-MAIL | PARTILHAR | GUARDAR PARA LER | TARDE

VOLTAR AO TOPO | MINHA PASTA



# S

Se há algo que Gisele Bündchen provou é que a mulher Chanel N.º 5 pode fazer qualquer coisa, e que a fragrância intemporal da marca está sempre pronta a acompanhá-la. Com os traços característicos do icónico N.º 5, a Chanel prepara-se para lançar uma linha de produtos para o corpo, pensada especialmente para a época natalícia. Após a linha de produtos de banho lançada o ano passado, a Chanel volta a reinventar a essência do perfume com um novo sabonete, um creme para o corpo e um pó solto perfumado. Um trio de produtos perfeito para brilhar nas festas de final de ano.



Ó Creme para o corpo.

Ler online em <<http://www.elle.pt/beleza/chanel-n-5-para-todos-os-momentos>>

## ANEXO 17

Artigo "City Collection: Uma Marca, Seis Cidades"

Publicado a 22 de outubro de 2014

ELLE | SUMÁRIO | MODA | BELEZA | STARS | LIFESTYLE | AGENDA

22 OUT | MODA

# City Collection: Uma Marca, Seis Cidades

Com a sua nova coleção, a Nike celebra o estilo e a identidade de seis grandes capitais do mundo.

Foto: © Nike

PUBLICIDADE | PARA ANUNCIAR, CLIQUE AQUI

---

IMPRIMIR | COMAR | PARTILHAR | GUARDAR PARA LER + TARDE

VOLTAR AO TOPO | MÍDIA PASTA



o modelo de Milão.



o modelo de Milão.



# O

O estilo e a moda estão presentes por todo o mundo, mas há seis cidades que se têm destacado pelo estilo único dos seus habitantes. Para celebrá-las, a Nike lança a City Collection, com seis novas variações do modelo Air Force 1, inspiradas nas cores de Londres, Milão, Nova Iorque, Paris, Tóquio e Xangai.

Partindo de antigos mapas e locais históricos de cada cidade, os tons são ricos e saturados, invocando os atributos de cada cidade num layout único. O verde britânico de corrida dá cor ao modelo de Londres; Tóquio conta com o vermelho inspirado na bandeira japonesa; exibindo o branco clássico, surge o modelo de Nova Iorque; para Milão, foi escolhido o tom amarelo característico dos quadros renascentistas; um azul vibrante *trés française* dá cor ao modelo de Paris; e inspiradas nas longas histórias das dinastias chinesas, o Xangai da Nike pinta-se com um vermelho antigo.

Dedicada ao público feminino, a City Collection estará disponível a partir de 23 de Outubro em conjunto com os chinelos Nike Benassi, que seguem a mesma visão.

Ler online em <<http://www.elle.pt/moda/city-collection-uma-marca-seis-cidades>>

## ANEXO 18

Artigo "H&M: 10 Anos de Colaborações com Designers em Livro"

Publicado a 27 de outubro de 2014



Capa do livro de H&M.



Isabel Marant. © Karin Sadil.

# C

Comemorando 10 anos de colaborações com designers, a H&M prepara-se para lançar um livro com imagens inéditas e testemunhos de cada um dos criadores. Desde Karl Lagerfeld, em 2004, passando por Donatella Versace, Roberto Cavalli, Alber Elberon Fein, Isabel Marant, Jimmy Choo, Matthew Williamson, Victor & Rolf e, claro, Alexander Wang este livro é não só um documento único que reflete dez anos de criatividade, mas também um registo da forma como a gigante sueca revolucionou o mundo da moda, democratizando-o. Como realça Margareta van den Bosh, « Nos últimos dez anos, colaborámos com os designers atuais mais importantes. Com cada colaboração, os amantes da moda de todo o mundo tiveram a oportunidade de vestir algumas das peças mais incríveis, comprovando que o design é mais do que uma questão de preço». O livro, tal como a colecção em parceria com Alexander Wang, irá estar disponível na H&M do Chiado, a partir de 6 de Novembro.

Ler online em <<http://www.elle.pt/moda/h-m-10-anos-de-colaboracoes-com-designers-em-livro>>

## ANEXO 19

Artigo "Stars juntam-se na Inauguração da Fundação Louis Vuitton"

Publicado a 22 de outubro de 2014

15 MAR | ELLE FACEBOOK | ELLE TWITTER | ELLE REVISTA | ELLE ASSINATURAS | ELLE CONTACTOS

VULNERAO TIPO | MÍDIA PASTA

ELLE | SUMÁRIO | MODA | BELEZA | STARS | LIFESTYLE | AGENDA

22 OUT | STARS

# Stars Juntam-se na Inauguração da Fundação Louis Vuitton

Atrizes e designers juntaram-se, em Paris, para celebrar o lançamento da Fundação Louis Vuitton.

Fotos: © 2014 Rindoff/Chairman

PUBLICIDADE | PARA ANUNCIAR CLIQUE AQUI

IMPRESSÃO | 6 MAR | PARTILHAR | GUARDAR PARA LER + TARDE

VULNERAO TIPO | MÍDIA PASTA



A fachada da Fundação Louis Vuitton.



Delfina Delettrez, Karl Lagerfeld e Silvia Fendi Venturini.



A Fundação Louis Vuitton, comissionada por Bernard Arnault, Presidente do grupo LVMH e agora da Fundação Louis Vuitton e desenhada por Frank Gehry, foi finalmente inaugurada, em Paris, e contou com um conjunto de convidados tão ilustres quanto a Maison francesa.

A Fundação, que estará aberta ao público a partir de 27 de Outubro, tem como objetivo a celebração das artes em todas as suas formas. Assim, terá patente exposições de coleções exclusivas, pertencentes à Fundação ou à coleção Arnault; exposições temporárias; e eventos musicais.

Entre os convidados presentes no evento de inauguração oficial, estiveram os designers Karl Lagerfeld, Riccardo Tisci, Nicolas Ghesquière e Raf Simons; o Presidente da República Francesa, François Hollande; as modelos Natalia Vodianova, Liya Kebede e Aymeline Valad; as actrices Marion Cotillard e Michelle Williams; e ainda Sofia Coppola.

A Fundação Louis Vuitton torna-se assim numa nova desculpa para visitar Paris.

Veja na galeria, ao lado, algumas das melhores fotos da noite.

Ler online em <<http://www.elle.pt/stars/stars-juntam-se-na-inauguracao-da-fundacao-louis-vuitton>>