

**Conselho Regulador da
Entidade Reguladora para a Comunicação Social**



**Deliberação
17/CONT-I/2009**

ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

**Participações de Maria Gomes Duarte e de Roberto Oliveira contra
a revista Happy Woman**

Lisboa

1 de Julho de 2009

Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social

Deliberação 17/CONT-I/2009

Assunto: Participações de Maria Gomes Duarte e de Roberto Oliveira contra a revista *Happy Woman*

I. Identificação das partes

Maria Gomes Duarte e Roberto Oliveira, como Denunciantes, e a revista *Happy Woman*, como Denunciada.

II. As Participações

1. Deram entrada na ERC, a 15 de Junho de 2008 e a 9 de Março de 2009, duas participações contra a revista *Happy Woman*.
2. Maria Gomes Duarte considera que esta publicação “agride moralmente, pelas mensagens que pretende fazer chegar ao consumidor final, dado que tem em vista uma faixa etária extremamente jovem”.
3. A título de exemplo refere as edições de Maio e Junho de 2008, classificando as mensagens de capa como conteúdo “altamente chocante”, com a agravante de serem estes conteúdos publicitados em locais públicos como o metro de Lisboa.
4. A participante considera ser “absolutamente necessário travar essa publicidade e mesmo a revista”, manifestando preocupação com o desenvolvimento dos jovens e da sua personalidade.

5. Posteriormente, em 9 de Março de 2009, deu entrada nesta Entidade uma outra participação, desta vez de Roberto Oliveira, alertando para a edição desse mês.
6. Segundo o participante, a capa da revista do mês de Março continha a fotografia de uma mulher que “tem, com certeza, problemas de anorexia”.
7. Sustentava que a imagem retratada constituía “um mau exemplo [para as] mulheres, e principalmente [para as] miúdas”, dado tratar-se de “uma revista que se propõe a ditar moda”.

III. Defesa da Denunciada

8. Instada a pronunciar-se sobre estas participações, a Baleskpress – Editores, Lda., aqui representada pela Directora da *Happy Woman*, apresenta os seguintes argumentos.
9. Quanto à participação de Maria Gomes Duarte, considera que esta “não especifica nem fundamenta as acusações feitas contra a Happy, limitando-se a fazer acusações vagas, inexactas, inoportunas, destituídas de sentido e clara e manifestamente atentatórias do bom nome e prestígio” da publicação.
10. A Denunciada afirma não reconhecer em que termos a publicação “agride moralmente” ou em que medida poderão as mensagens de capa ser “altamente chocantes”. Questiona ainda os critérios utilizados pela Denunciante para concluir que a revista se destina a uma faixa etária extremamente jovem.
11. Esclarece também que “a sua linha editorial não ofende qualquer bem jurídico, ou sequer bem moral ou social, pelo que não pode aceitar, por não corresponder à verdade, as acusações, sem sentido, constantes da participação”.

12. Preconiza ainda que “o direito de livre expressão e de divulgação do pensamento não pode estar sujeito a qualquer forma de censura e que tal direito, traduzido na existência de uma imprensa livre, plural e responsável, constitui um pilar essencial do Estado”.
13. Já no que diz respeito à participação de Roberto Oliveira, a Denunciada “repudia, desde já, na sua totalidade, o teor da participação apresentada”.
14. Sustenta também que as considerações levantadas pelo Denunciado deverão ser emitidas “por quem tenha conhecimentos técnicos para tal, não se podendo, com toda a certeza, fundamentar em opiniões não fundamentadas sob pena de serem estes comentários quem deprecia a actividade editorial de uma publicação”.
15. Acresce que “através da publicação da presente fotografia, a Happy procura transmitir uma imagem da mulher moderna, procurando também contrariar uma tendência crescente da obesidade que, segundo a Organização Mundial de Saúde, é uma das doenças mais graves da sociedade ocidental”.
16. Por este conjunto de argumentos, solicita à ERC que proceda ao arquivamento de ambas as participações.

IV. Normas aplicáveis

17. O artigo 6º, alínea b), dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro (doravante, EstERC), determina que estão sujeitos à supervisão e intervenção do Conselho Regulador “as pessoas singulares ou colectivas que editem publicações periódicas, independentemente do suporte de distribuição que utilizem”.
18. O artigo 7º, alínea b), do mesmo diploma legal refere que constitui objectivo da regulação do sector da comunicação social assegurar a livre difusão de conteúdos

pelas entidades que prosseguem actividades de comunicação social, sendo que, de acordo com a alínea c) do mesmo artigo, é também objectivo “assegurar a protecção dos públicos mais sensíveis, tais como menores, relativamente a conteúdos e serviços susceptíveis de prejudicar o respectivo desenvolvimento, oferecidos ao público através das entidades que prosseguem actividades de comunicação social sujeitos à sua regulação”.

- 19.** Por sua vez, o artigo 8º, alíneas a) e d), dos EstERC refere que constituem objectivos da regulação da ERC “assegurar o livre exercício do direito à informação e à liberdade de imprensa”, bem como “garantir o respeito pelos direitos, liberdades e garantias”.
- 20.** Finalmente, o artigo 24º, n.º 3, alínea a), do mesmo diploma, confere competência ao Conselho Regulador para “fazer respeitar os princípios e limites legais aos conteúdos difundidos pelas entidades que prosseguem actividades de comunicação social, designadamente em matéria de rigor informativo e de protecção dos direitos, liberdades e garantias pessoais”.
- 21.** O artigo 37º da Constituição da República Portuguesa (CRP) reconhece a liberdade de expressão e informação, sendo que as mesmas não podem ser impedidas ou limitadas por qualquer forma de censura.
- 22.** Já o artigo 38º, n.º 2, da CRP determina que a liberdade de imprensa implica “a liberdade de expressão e criação dos jornalistas e colaboradores, bem como a intervenção dos primeiros na orientação editorial dos respectivos órgãos de comunicação social”.

V. Análise e Fundamentação

23. O presente caso enquadra-se fundamentalmente sob o prisma da liberdade de expressão e da liberdade de imprensa.
24. Embora a liberdade de expressão seja um direito constitucionalmente consagrado, tal não significa que o mesmo seja absoluto, uma vez que tem de ser conjugado com outros valores também constitucionalmente protegidos, como a dignidade da pessoa humana e a garantia pelos direitos fundamentais.
25. As participações recebidas, sobre diferentes edições da *Happy Woman*, dizem respeito a fotografias e a temas inseridos na capa, entendendo os denunciantes que a revista constitui um mau exemplo para públicos mais jovens expostos à publicação.
26. Cumpre esclarecer que embora a participação de Maria Gomes Duarte se insurja também contra o facto de a revista ser publicitada em estações do Metro, tal situação não será aqui apreciada, visto que a exposição de anúncios publicitários da revista *Happy Woman* em locais públicos não é escrutinável pela ERC, por não se enquadrar nas suas atribuições e competências.
27. Feito este esclarecimento, torna-se agora necessário proceder à caracterização da revista em apreço e analisar, em concreto, as edições que motivaram as reclamações para esta Entidade.
28. A *Happy Woman* é uma revista feminina de periodicidade mensal, editada, desde Março de 2006, pela Baleskaperss-Publicações e Marketing, Lda. A publicação, como o próprio título indica, visa preferencialmente um público-alvo feminino adulto, facto corroborado pela editora proprietária por ocasião do lançamento: a *Happy Woman* é “uma revista completamente adaptada à mulher do século XXI, adaptada à realidade portuguesa e à mulher portuguesa”, é um “produto para a

mulher urbana, activa, com carreira e família” (cfr. *Meios & Publicidade*, 9 de Março de 2006).

29. De acordo com a sinopse do projecto editorial, incluída no processo de registo da publicação na ERC, a temática da revista centra-se “no bem-estar, no comportamento, na beleza, na moda, na saúde”.

Happy Woman de Maio e Junho de 2008

30. Sustenta a primeira participante que as mensagens constantes nas diferentes capas da revista são moralmente agressivas, dado o seu conteúdo “altamente chocante”.

31. Pelo carácter vago da participação, e uma vez que a denúncia apenas diz respeito ao conteúdo das capas, a presente análise incidirá exclusivamente nos títulos e outros conteúdos das primeiras páginas, que se descrevem brevemente.

32. Em termos visuais, a capa da ***Happy Woman de Maio de 2008*** contempla a fotografia a meio corpo de uma mulher, com as mãos na cintura, vestindo um casaco de penas, aberto, disposição que revela um dos seios coberto com uma auréola de metal. A primeira página apresenta 12 títulos, que rodeiam ou se sobrepõem à fotografia¹.

33. Em termos visuais, a capa da ***Happy Woman de Junho de 2008*** contempla a fotografia de corpo inteiro de uma mulher, sentada, descalça, envergando uma blusa decotada e justa e uns calções curtos. Outros elementos, como o gancho que lhe prende o cabelo e a pose dos braços e do corpo, entre o erótico e o infantil,

¹ Transcrevem-se os títulos a que se faz referência: 1) “Voucher Happy Time. SPA’s, moda, hotéis e restaurantes com mega descontos”; 2) “Moda. Óculos de sol, sandálias, cores... A irreverência da estação”; 3) “Os melhores anticelulíticos (Efeitos por especialistas)”; 4) “Férias eróticas. Destinos a pensar em sexo”; 5) “Receitas. Anticelulite”; 6) “Guia. Crie a sua própria empresa”; 7) “Iridologia. O que os olhos dizem de si”; 8) “Desejo. Como organizar uma festa sexual”; 9) “Os principais restaurantes africanos”; 10) “Sem medo. 15 razões para o divórcio”; 11) “O seu número é... Conheça a sua personalidade”; 12) “Testemunho. Venci os ataques de pânico”

correspondem ao estereótipo da “mulher-menina”. A primeira página apresenta 10 títulos, que rodeiam ou se sobrepõem à fotografia².

- 34.** Os títulos de primeira página referidos *supra* reconduzem à organização interna da revista, estruturada em secções ou rubricas fixas, como Auto-Estima, Alimentação, Júnior, Check-Out ou A Dois.
- 35.** Na análise aqui empreendida dá-se particular atenção aos conteúdos de natureza sexual, normalmente susceptíveis de gerar maior controvérsia pública e onde eventualmente residirá o impulso que fez a participante considerar que conteúdos da revista “agredem moralmente” e são “altamente chocantes”. Na edição de Maio de 2008, dois títulos de primeira página versam a sexualidade: “Férias eróticas. Destinos a pensar em sexo”; “Desejo. Como organizar uma festa sexual”: Na edição do mês seguinte, são também dois os títulos consagrados a esta temática: “Robots eróticos. A nova forma de prazer”; “Sem tabus. Roteiro de sexo na Europa”.
- 36.** Convém notar que um elemento fundamental na construção da identidade das publicações femininas, e aspecto diferenciador dos vários títulos que constituem este segmento especializado, consiste na concepção ideológica de sexualidade que preconizam. Este paradigma é comunicado tanto visualmente como através da selecção e tratamento de conteúdos editoriais sobre estas matérias.
- 37.** É central nas publicações femininas contemporâneas a assumpção da mulher como sujeito sexual e a reflexão sobre como esta identidade se repercute nas vivências da sexualidade. Os discursos das revistas dão a conhecer uma identidade sexual de importância crucial para atingir a felicidade, sugerindo que para se ter uma vida

² Transcrevem-se os títulos a que se faz referência: 1) “Voucher Happy Time. SPAs com 50% de desconto e hotéis de charme a partir de €55”; 2) “Robots eróticos. A nova forma de prazer”; 3) “Plano 30 dias. Perca 7 quilos e fique com o corpo firme”; 4) “Restaurantes lounge. A última tendência”; 5) “Astrologia kármica. Quando o passado não tem segredos”; 6) “O coaching. Mudou a minha vida”; 7) “Especial moda. Sandálias, carteiras, chapéus, óculos de sol, vestidos, colares, pulseiras e muito mais...”; 8) “Sem tabus. Roteiro de sexo na Europa”; 9) “O seu corpo. Como escolher o bikini”; 10) “O que a sua letra diz de si”.

preenchida e feliz se deve compreender a própria sexualidade, ter uma vida sexual activa e satisfatória, procurar ajuda para problemas sexuais (cfr. David Gauntlett, *Media, Gender and Identity*, Routledge, p. 133). Tabus e preconceitos são abordados sobre virgindade, menopausa, o acto sexual em si ou opções sexuais como a masturbação e a bissexualidade.

38. No capítulo das concepções da sexualidade presentes na *Happy Woman*, tanto as fotografias como os títulos de capa indicam uma idealização da mulher como sexualmente emancipada. Os títulos sobre questões sexuais, especificamente, denotam irreverência – como seja “Roteiro de sexo na Europa”, “Férias eróticas” ou “Como organizar uma festa sexual” – e até carácter lúdico –, mais visível no título “Robots eróticos”.

39. Reconhece-se a plena liberdade e autonomia editorial da publicação para sustentar um modelo de sexualidade, não competindo à ERC a sua validação ou crítica.

Happy Woman de Março de 2009

40. Em termos visuais, a capa da **edição de Março de 2009** contempla a fotografia a corpo inteiro de uma mulher numa praia que surge despida da cintura para cima. Os ombros estão curvados, as mãos cobrem e pressionam os seios. O olhar revela desorientação. A primeira página apresenta 13 títulos, que rodeiam ou se sobrepõem à fotografia³.

³ Transcrevem-se os títulos a que se faz referência: 1) Happy Birthday. Massagens a €20 e hotéis de luxo e charme a partir de €45; 2) A Happy faz 3 anos; 3) Cuecas vibratórias. A última novidade das sex-shops; 4) Acupuntura. Fiquei com o peito mais firme em 3 sessões; 5) Moda. Especial tendências Primavera/Verão; 6) Teste. Que idade tem a sua pele?; 7) Os melhores restaurantes tailandeses; 8) Espíritos. Fomos falar com eles; 9) Inovação. Fórmula calcula risco de divórcio; 10) Acompanhantes masculinos. Quando elas compram orgasmos; 11) Ano 2012. Será que o mundo vai acabar?; 12) Mudança. Sem pensamentos negativos em 21 dias; 13) Roteiro swing em Portugal. Os melhores locais, os testemunhos, a quebra do tabu.

41. A mulher que surge na capa desta edição é de facto magra, além de que a roupa, a posição do corpo e a forma como é fotografada constituem aspectos que realçam ainda mais a sua magreza.
42. Porém, não se deduz pela figura e pose da mulher que esta seja anoréctica ou que sofra de alguma doença, nem os títulos que compõem a capa fazem qualquer alusão a um problema de saúde.
43. A fotografia da capa desta edição abre-se aliás a um largo espectro interpretativo. Se o participante revela preocupação com “maus exemplo” relacionados com a anorexia, a Denunciada sublinha que a imagem pode contribuir para combater a obesidade. Tais visões recaem em última instância na esfera da subjectividade e da formação pessoal das opiniões.
44. Realce-se ademais que os paradigmas de beleza feminina influenciam e condicionam comportamentos na medida em que suscitam o desejo de uma aproximação à imagem idealizada. Por isso evocam preocupações quando apontados como causa de distúrbios alimentares graves, que afectam particularmente as jovens. Porém, nas sociedades contemporâneas, as revistas femininas constituem **apenas um** entre uma multiplicidade de veículos de difusão de símbolos que comunicam ideais de beleza física, não sendo este um exclusivo daquele segmento especializado de imprensa.

Considerações finais

45. A participante Maria Gomes Duarte assume que a publicação se dirige a uma faixa etária “extremamente jovem”, manifestando preocupação com eventuais efeitos negativos que o conteúdo da revista poderá ter no desenvolvimento dos jovens e da sua personalidade. O participante Roberto Oliveira revolta-se com a capa de uma

edição concreta por alegadamente representar um mau exemplo para as mulheres e principalmente para as “miúdas”.

46. A verdade é que os estudos académicos não têm sido conclusivos no capítulo da influência directa destas publicações no quotidiano e estilos de vida dos seus leitores. Essa influência será mais provavelmente indirecta e apenas sobre os indivíduos que as aceitam e legitimam como referências culturais.
47. Por outro lado, da análise da revista, verifica-se que a publicação não tem como público-alvo uma faixa etária extremamente jovem, mas sim um público feminino adulto.
48. E ainda que a revista se dirigisse a públicos mais jovens, do ponto de vista da recepção seria difícil precisar que tipo de influência estas publicações geram no quotidiano e estilos de vida dos seus leitores.
49. Acresce que a assumpção de eventuais efeitos negativos na formação da personalidade de jovens estaria dependente de um juízo negativo sobre conteúdos publicados por estas revistas. A análise efectuada das capas das edições de Maio e Junho de 2008, e também de Março de 2009, os únicos conteúdos concretizados nas participações, não permite a formulação desses juízos de reprovação.
50. Assim, atento o facto de se tratar de uma revista para um público-alvo manifestamente adulto e considerando que os conteúdos nela divulgados se inserem no âmbito da liberdade de informação, não se afigura existir conflito entre a publicação e os limites à liberdade de imprensa, tal como anunciados no art.º 3º da Lei n.º 2/99, de 13 de Janeiro.

VI. Deliberação

Tendo apreciado duas participações contra a revista *Happy Woman* referentes às edições de Maio e Junho de 2008 e de Março de 2009, que apontam a existência de conteúdos alegadamente “chocantes” e que promovem a anorexia, o Conselho Regulador da ERC delibera, ao abrigo dos artigos 8º, alínea j), e 24º, n.º 3, alínea a), dos Estatutos da ERC, aprovados pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro:

1. Não dar seguimento às participações em causa, porquanto os conteúdos difundidos na revista que foram objecto de análise não ultrapassaram os limites previstos da liberdade de imprensa.
2. Arquivar, consequentemente, o presente processo.

Lisboa, 1 de Julho de 2009

O Conselho Regulador

José Alberto de Azeredo Lopes
Elísio Cabral de Oliveira
Luís Gonçalves da Silva
Maria Estrela Serrano
Rui Assis Ferreira