



**Escola Superior de Educação Comunicação e Desporto**  
Instituto Politécnico da Guarda

---

# RELATÓRIO DE ESTÁGIO

ANA CATARINA DE OLIVEIRA BARATA SANTOS  
RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DA LICENCIATURA  
EM COMUNICAÇÃO MULTIMÉDIA

DEZEMBRO/2016

# Ficha de identificação



Ana Catarina de Oliveira Barata Santos

*Nome*

5007666

*Nº de aluna*

Instituto Politécnico da Guarda

*Instituição*

Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

*Unidade Orgânica*

Comunicação Multimédia

*Curso*

Maria de Fátima Bartolomeu da Cruz Gonçalves

*Orientadora*

MotorPress- Cosmopolitan/ Ana Telma Nunes e Sandra Mauricio

*Organizações*

R. Policarpo Anjos, n.º4, 1495-742, Dafundo

*Morada*

+351 214 154 500

*Telefone*

[www.linkedin.com/company/motorpress-lisboa](http://www.linkedin.com/company/motorpress-lisboa)

*Websites*

[www.cosmopolitan.pt](http://www.cosmopolitan.pt)

Ana Telma Nunes

*Supervisora*

Coordenadora de Arte

*Cargo*

Licenciatura em Design Gráfico, ar.co

*Nível de Formação*

1 de agosto de 2016

*Início de estágio*

17 de novembro de 2016

*Fim de estágio*

# Agradecimentos

Como agradecer com palavras a pessoas que nos ajudaram de formas inexplicáveis, que me fizeram ver, aprender e crescer com ações e atitudes e tantas palavras sábias? Sinceramente não sei, mas uma coisa que tenho a certeza que lhes ficareis grata todos os dias da minha vida. Toda esta experiência ajudou-me a crescer a níveis que sempre pensei serem impossíveis, ajudou-me a ver a vida de uma maneira completamente diferente, posso dizer com orgulho que me tornei numa pessoa madura e consciente de mim mesma e do mundo em que vivo não só a nível pessoal, mas profissional também.

Gostava de agradecer à cidade da Guarda pois nunca pensei que fosse encontrar tudo que encontrei, posso dizer que foram anos muito complicados para mim, mas também posso dizer que foram os melhores e que não mudaria um único dia dos três anos que estudei na Guarda.

Ao Instituto Politécnico da Guarda, por me ter recebido com tanto carinho, aos meus professores por me terem guiado numa das mais importantes jornadas da minha vida, onde cresci e adquiri as mais diversas ferramentas de trabalho para a minha carreira profissional e pessoal.

À professora Fátima Gonçalves por ter aceitado ser minha orientadora por todo o apoio nestes meses de stress, pela paciência que teve não só no estágio, mas também, nos anos de curso e obrigada por me ter facultado o acesso e ensinado, ferramentas de trabalho das quais o meu estágio andou a volta e que sem elas teria sido impossível a concretização das atividades propostas durante o decorrer do mesmo.

Aos meus amigos e colegas que sempre me apoiaram, aqueles que sempre me disseram para nunca desistir e que a meu lado me viram chegar onde cheguei ao fim de mais uma jornada.

À *Cosmopolitan*, em especial a Ana Telma Nunes minha supervisora por todo o apoio e aprendizagem que me deu durante estes três meses onde me ensinou incansavelmente tudo o que faz uma revista funcionar, a parte mais importante o seu design editorial as escolhas que são feitas para que em cada mês recebamos o trabalho de um mês que é imparável e cansativo mas muito compensatório, a diretora da revista Sandra Maurício por me ter recebido na sua pequena “família”, pequena mas super perfeita, onde todas se respeitam e se ajudam mutuamente e têm uma grande amizade entre elas e onde eu tive a

oportunidade de integrar para poder ter o meu primeiro contacto com o mundo do mercado do trabalho na área de design de comunicação e a elas (Raquel Simões, Inês Margarida Martins, Catarina Cruz, Rita Barreira, Sara Costa) agradeço por todo o apoio, carinho e amizade que me deram e são amigas que sei que ficam para a vida toda.

À oportunidade de ter podido ter a experiência de ERASMUS, aos amigos que conheci e agora vivem no meu coração como família que mesmo estando do outro lado da Europa são como irmãos para mim (*our little family*) foi uma experiência que me fez crescer e me ajudou a tomar decisões, que a uns anos atrás seriam impensáveis e por isso agradeço a oportunidade que o Instituto Politécnico me concedeu.

À minha madrinha de faculdade a Andreia Santos (Fii) por ter sido sempre como uma irmã para mim por todo o apoio que me deu, por ter sempre caminhado a meu lado durante todo este percurso académico.

Quero muito agradecer às pessoas mais importantes da minha vida, os meus avós que sempre me apoiaram a todos os níveis emocional, financeiro e sem os quais nunca poderia ter vindo para a faculdade e por isso eu dedico-lhes o meu curso, a eles que fizeram tudo por mim a minha vida toda e me deram a oportunidade de ter todas as experiências maravilhosas que tive até hoje.

Ao meu irmão Rodrigo pelo apoio que sempre me dá quando eu mais preciso ele é mais novo mas é ele quem me mantém na linha da vida e me ajuda sempre que eu preciso e aos meus pais por todo o apoio que me deram durante esta jornada e a vida toda.

E, por fim, ao meu namorado João Carlos Paulos por estar sempre do meu lado em todas as situações boas e más que a vida me tem trazido, a todas as felicidades e infelicidades que já passamos juntos e por todo o apoio que me deu para nunca desistir dos meus objetivos e por estar sempre ao meu lado mesmo nas decisões mais loucas que eu tomo.

O maior e mais sincero obrigada do mundo a todos!

# Resumo

No presente relatório de estágio, pretende-se dar a conhecer a experiência vivida e adquirida no estágio curricular ao longo da sua duração de três meses, como parte integrante da revista *Cosmopolitan*, pertencente à empresa *Motor Press* Lisboa, e nas quais foram executadas tarefas na área do design de comunicação.

O relatório de estágio encontra-se dividido em dois capítulos. No primeiro será feita uma abordagem inicial à *Cosmopolitan*, revista feminina, integrante no grupo *Motor Press* Lisboa e é apresentada uma resumida apresentação dos seus membros, passando pela supervisora da estagiária e coordenadora de arte da revista Ana Telma Nunes, pelas suas jornalistas Raquel Simões do *site online* e Inês Margarida Martins responsável pela secção de moda e produções fotográficas e a diretora e editora de beleza Sandra Maurício, que realizando tarefas em separados executam toda uma pós elaboração em conjunto para a produção final da revista. Num segundo capítulo apresenta-se uma introdução teórica aos temas abordados, descrevendo todas as atividades elaboradas, bem como todos os desafios apresentados ao longo do estágio.

Por fim ir-se-á apresentar uma reflexão final, sobre a incrível experiência vivida e adquirida ao longo de todo o estágio curricular, o primeiro contacto com o mercado de trabalho na área do design de comunicação, o facto de ter sido parte integrante de uma equipa como a *Cosmopolitan* e bem como todos os conhecimentos adquiridos em design editorial.

**Palavras-chave:** Comunicação, Estágio, Design de comunicação, Design editorial, *Cosmopolitan*.

# Índice geral

Ficha de identificação.....	i
Agradecimentos.....	ii
Resumo.....	iv
Índice de figuras.....	vii
Lista de siglas e acrónimos.....	viii
Introdução.....	1
<b>Capítulo I- <i>Cosmopolitan</i>.....</b>	<b>3</b>
1.1. Caracterização sumária da <i>Cosmopolitan</i> .....	4
1.2. Estatuto editorial.....	7
1.3. Missão, visão e valores.....	8
1.3.1. Missão.....	8
1.3.2. Visão.....	8
1.3.3. Valores.....	9
1.4. Estrutura organizacional da <i>Cosmopolitan</i> .....	10
1.5. Identidade visual.....	11
1.5.1. Marca.....	11
1.5.2. O nome.....	12
1.5.3. Comunicação.....	12
1.5.3.1. Comunicação interna.....	12
1.5.3.2. Comunicação externa.....	13
1.6. Público-alvo.....	13
1.7. Análise SWOT.....	17

<b>Capítulo II- Estágio</b> .....	<b>18</b>
2.1. Objetivos.....	19
2.2. Atividades.....	19
2.2.1.1. Recortes em Photoshop.....	20
2.2.1.2. Recriação de páginas.....	21
2.2.1.3. Promoção da revista.....	22
2.2.1.4. Criação take over.....	23
2.2.1.5. Dia de treino com a Carolina Patrocínio.....	24
2.2.1.6. Entrevista com Rúben Rua.....	25
Reflexão final.....	27
Bibliografia.....	30
Anexos	

# Índice de figuras

Figura 1: Sede da Motor Press Lisboa.....	4
Figura 2: Identidade visual da <i>Motor Press</i> Lisboa.....	5
Figura 3: Primeira publicação da <i>Cosmopolitan</i> pertencendo a <i>Motor Press</i> , em 2011...6	
Figura 4: Organograma <i>Cosmopolitan</i> Portugal.....	10
Figura 5: Marca - <i>Cosmopolitan</i> Portugal.....	11
Figuras 6: Redes sociais ( <i>Facebook</i> e <i>Instragram</i> ) e <i>site</i> da <i>Cosmopolitan</i> Portugal.....	14
Figura 7: Mural na redação com capas da <i>Cosmopolitan</i> para inspiração.....	15
Figura 8: Análise SWOT da <i>Cosmopolitan</i> .....	16
Figura 9: Primeira tarefa recorte de imagens de famosos.....	21
Figura 10: Recriação de páginas.....	22
Figura 11: Pequenos vídeos promocionais.....	23
Figura 12: Criação e promoção de <i>Take Over's</i> .....	24
Figura 13: Dia de treino com a Carolina Patrocínio.....	25
Figura 14: Entrevista a Rúben Rua.....	26



## **Lista de siglas e acrónimos**

<b>Ar. Co</b>	Centro de arte & comunicação visual
<b>ESECD</b>	Escola Superior de Educação Comunicação e Desporto
<b>MPL</b>	<i>Motor Press Lisboa</i>
<b>MPI</b>	<i>Motor Press International</i>
<b>SWOT</b>	<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threat</i>

# Introdução

Este relatório de estágio proporciona-se com o término da licenciatura em Comunicação Multimédia com início em 2012 na Escola Superior de Educação Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda.

Com o estágio curricular é dada uma oportunidade ao aluno/estagiário, de ter uma primeira interação e integração no mercado de trabalho. O aluno tem a oportunidade de ingressar numa entidade durante três meses e pôr em prática os conhecimentos não só teóricos mas também práticos que foram adquiridos ao longo de todo o trajeto académico e adquirir novos conhecimentos e competências.

Este documento é o resultado da experiência de estágio proporcionada à aluna, na revista feminina internacional, *Cosmopolitan*, situada em Lisboa.

Com esta experiência a aluna/estagiária, pôde desenvolver os seus conhecimentos na área do design de comunicação e no design editorial trabalhando com o *InDesign* e dando apoio na paginação de quatro edições da revista, teve também o privilégio de captar em vídeo e editar o mesmo num passatempo proporcionado pela *Cosmopolitan* a leitoras fãs da Carolina Patrocínio, participar no por detrás das câmaras de uma produção fotográfica de moda (*Neutrals & Metals*) que vai estar em anexo, pertencente à revista de dezembro de 2016 e ainda a captação de vídeo da entrevista realizada a Ruben Rua pelo lançamento do seu livro *Podes ser tudo* pela jornalista do *online* Raquel Simões. Todas estas atividades irão ser descritas ao longo do segundo capítulo deste relatório.

Foi com a finalidade de experienciar todas estas incríveis oportunidades e experiências que a aluna escolheu esta grande revista conhecida internacionalmente para ser o seu primeiro contacto com o mercado de trabalho, podendo assim aplicar e desenvolver no seu dia a dia os seus conhecimentos previamente adquiridos na licenciatura de Comunicação Multimédia e melhorar assim os mesmos e desenvolver novas competências e conhecimentos.

Assim o presente relatório é composto por dois capítulos. No primeiro será feita uma abordagem inicial a *Cosmopolitan*, revista feminina, integrante no grupo *Motor Press* Lisboa, apresentada uma resumida apresentação dos seus membros, passando pela supervisora da estagiária e coordenadora de arte da revista Ana Telma Nunes, pelas suas

jornalistas Raquel Simões jornalista do site *online* e Inês Margarida Martins responsável pela secção de moda e produções fotográficas e a diretora e editora de beleza Sandra Maurício que realizando tarefas em separados executam toda uma pós elaboração em conjunto para a produção final da revista. Num segundo capítulo apresenta-se uma introdução teórica aos temas abordados, descrevendo todas as atividades elaboradas, bem como todos os desafios apresentados ao longo do estágio. Atividades estas que foram realizadas conforme o plano de estágio, criadas e desenvolvidas pela supervisora da estagiária na revista.

Por fim ir-se-á apresentar uma reflexão final, sobre a incrível experiência vivida e adquirida ao longo de todo o estágio curricular, o primeiro contacto com o mercado de trabalho na área do design editorial, o facto de ter sido parte integrante de uma equipa como a *Cosmopolitan* e bem como todos os conhecimentos adquiridos em design de comunicação.

# Capítulo I

**COSMOPOLITAN**

## 1.1. Caracterização Sumária da *Cosmopolitan*

A *Motor Press* Lisboa é uma empresa situada na Dafundo / Cruz Quebrada, Lisboa. Esta empresa dedica-se à criação, desenvolvimento e produção das revistas do grupo nacional e internacional *Motor Press*, bem como à manutenção das redes sociais relativas às várias publicações da empresa e é onde se encontra a *Cosmopolitan* (Figura1).



Figura 1: Sede da Motor Press Lisboa

Fonte: Captação própria

A *Motor Press* Lisboa (MPL), marca representada na (Figura 2) tem como chefe de negócios a *Motor Press* Internacional (MPI), que já foi criada há mais de 50 anos e onde foi em *Stuttgart* (Alemanha) que surgiu o seu nascimento.

Lançou-se no mercado competitivo com uma publicação da revista ainda hoje existente *Autor Motor and Sport* e fazendo com este modelo uma estrutura mundialmente representativa, objetiva, rigorosa, extremamente profissional e completamente independente no mercado de revista automóveis.

Atualmente a *Motor Press* Internacional faz mais de 150 publicações anuais e conta com a presença em mais de 12 países passando a citar alguns: Alemanha, Espanha, Argentina, Brasil, China, Suíça, França, Eslováquia, Polónia e Portugal. Tendo começado a expandir-se no ano de 1975, conseguindo a sua primeira implementação na Suíça e prosseguindo para Espanha é por fim implementada em Portugal.



Figura 2: Identidade visual da *Motor Press* Lisboa

Fonte: [http://www.sportlife.com.pt/images/stories/SportLife/mp\\_lisboa\\_cinzentopn](http://www.sportlife.com.pt/images/stories/SportLife/mp_lisboa_cinzentopn)

A *Motor Press* Lisboa tem como diretor o Volker Breid e é subdirigida pelo seu vice diretor João Ferreira e subdivide-se em diversos setores, dos quais a revista *Cosmopolitan* Portugal faz parte.

Esta é orientada pela diretora Sandra Maurício e consecutivamente dividida em departamentos, são eles: direção, redação, arte, *online* e publicidade. Cada um destes departamentos é responsável por uma determinada função o que leva a revista a obter o seu merecido mérito.

A Cosmopolitan, é uma revista feminina publicada desde 1886 nos Estados Unidos da América. Em Portugal foi lançada a primeira revista em maio de 1992 e atualmente é publicada mensalmente pela G+J Portugal. Conta com 58 edições diferentes no mundo, está disponível em 34 línguas e vende-se em mais de 100 países (Figura 3).



Figura 3: Primeira publicação da *Cosmopolitan* pertencendo a *Motor Press*, em 2011

Fonte: *Cosmopolitan*

No seu lançamento em Portugal em 1992 destacou-se com 190 páginas de provocação, que marcou a irreverência e a afirmação de um universo feminino completamente novo, que falava de sexo, trabalho, moda e beleza, tudo numa só revista.

## 1.2. Estatuto editorial

A revista *Cosmopolitan*, segue um estatuto editorial próprio, o qual passamos a citar:

1. “A *Cosmopolitan* é uma revista mensal de informação geral editada pela G+J Portugal, Lda. Tem por objetivo a elaboração e divulgação de temas editoriais relacionados com a saúde, a alimentação, os relacionamentos, a carreira, viagens, moda, cuidados pessoais, entre muitos outros temas de atualidade que interessam à mulher moderna em geral. Dirige-se a um público generalista interessado no seu bem-estar e realização pessoal e profissional.
2. A *Cosmopolitan*, para além dos elementos da sua redação, recorre e fundamenta os diferentes assuntos dos seus artigos baseando-se na opinião de especialistas das mais diversas áreas de forma a fornecer informação geral isenta, independente, rigorosa e atualizada, utilizando uma linguagem clara e acessível a todos, sem se tornar exaustivamente técnica.
3. A *Cosmopolitan* tem como preocupação incentivar todas as interessadas a adquirirem e/ou manterem hábitos saudáveis de vida, informando e esclarecendo com suporte técnico, informativo e científico.
4. A *Cosmopolitan* dá relevo a todos os temas e produtos que, de acordo com o critério jornalístico definido pela sua Direção, possam interessar aos seus leitores”.



## 1.3. Missão, visão e valores

Uma empresa deve saber como conquistar clientes. Fazer uma boa prospecção de mercado e ser inovadora, para que assim possa alcançar o sucesso e obter uma boa colocação no mercado. Para isto é necessário ter em conta três valias: a missão, a visão e os valores.

A missão, visão e valores de uma organização ou empresa são os suportes que permitem definir uma direção a seguir, estabelecendo objetivos e orientações estratégicas (Daychoum, 2007). Estes suportes fundamentam a atuação da empresa, permitindo atingir o objetivo que pretende alcançar.

### 1.3.1. Missão

A missão de uma empresa é a explanação da sua existência, quais os seus objetivos e estratégias (Valadares, 2002). O autor defende ainda que deve ser explícita e objetiva, para que possa ser entendida por todos os colaboradores de modo a ser um compromisso para todos.

A missão da marca *Cosmopolitan* Portugal, posto isto, é oferecer aos seus clientes a melhor informação sobre beleza, moda, saúde, fitness, nutrição, relacionamentos, viagens, tecnologia e finanças.

### 1.3.2. Visão

Relativamente à visão, Mansilha (2008) refere que ter uma visão leva à vantagem competitiva. A visão pode mobilizar uma organização e equipa de trabalho a alcançar os seus objetivos a longo prazo, inspirando os colaboradores a fazer o seu melhor de modo a satisfazer os seus clientes. Ribeiro (2008) elucida que a visão de uma empresa permite-lhe sustentar uma orientação consciente do futuro, definindo onde a empresa quer chegar.

Na marca *Cosmopolitan* Portugal a visão incide sobre o fato da revista ser uma referência mundial na área das publicações femininas, pois atende às tendências atuais da sociedade.

### 1.3.3. Valores

Os valores são os elementos que irão beneficiar as atitudes e determinações “executando a missão, em direção à visão”, procurando alcançar os objectivos (Machado, 2009). A empresa *Cosmopolitan* Portugal segue os seguintes valores:

- ✓ **“confiança:** o sucesso desta empresa resulta da confiança criada, assim sendo trabalha bastante neste ponto fulcral de forma a criar uma ligação com o público-alvo;
- ✓ **criatividade:** sem dúvida um dos aspetos principais na revista *Cosmopolitan* Portugal, a criatividade está presente desde a criação da marca e desde então foi-se desenvolvendo, mantendo-se atual com o passar dos anos. Ainda hoje um dos pontos principais com o qual a revista trabalha é o efeito surpresa: “Quem será a personalidade presente na capa deste mês?”;
- ✓ **responsabilidade:** cada página da revista é criada a pensar no mercado que esta vai integrar e no sucesso que irá obter com o público que a adquirir, tem-se então a responsabilidade de preencher cada expectativa criada;
- ✓ **ética:** mantendo os valores da empresa presentes, o dever é sempre colocado em primeiro lugar, tendo em conta cada norma envolvente da sociedade;
- ✓ **profissionalismo:** última mas não menos importante, bem pelo contrário, é a regra fundamental para o sucesso de qualquer marca, levada com o máximo empenho e rigor para que seja possível obter o melhor resultado e superar as expectativas”.

Quando uma empresa já sabe como conquistar clientes. Fazendo uma boa prospeção de mercado e sendo inovadora, para que assim possa alcançar o sucesso e obter uma boa colocação no mercado. Já sabe ter em conta que isto é necessário e são as suas três principais valias: a missão, a visão e os valores.

## 1.4. Estrutura organizacional da *Cosmopolitan*

No segundo piso do edifício funciona a redação da *Cosmopolitan*, em Lisboa. Ao fim-de-semana as instalações da *Motor Press* por norma encontram-se fechadas, contudo podem ser utilizadas com a efetuação de uma pré-requisição.

Toda a redação é uma sala ampla com as várias secretárias das jornalistas, editoras, diretora, entre outras. Neste mesmo local funciona o departamento *online* da revista e o departamento de arte. A redação da *Cosmopolitan* nos últimos anos sofreu algumas alterações ficando cada vez mais pequena. É constituída por uma editora de beleza que é também a diretora da revista; uma editora de moda; duas jornalistas: do *online* e da revista e onde se pode ver no organograma representado a sua estrutura organizacional (Figura 4).

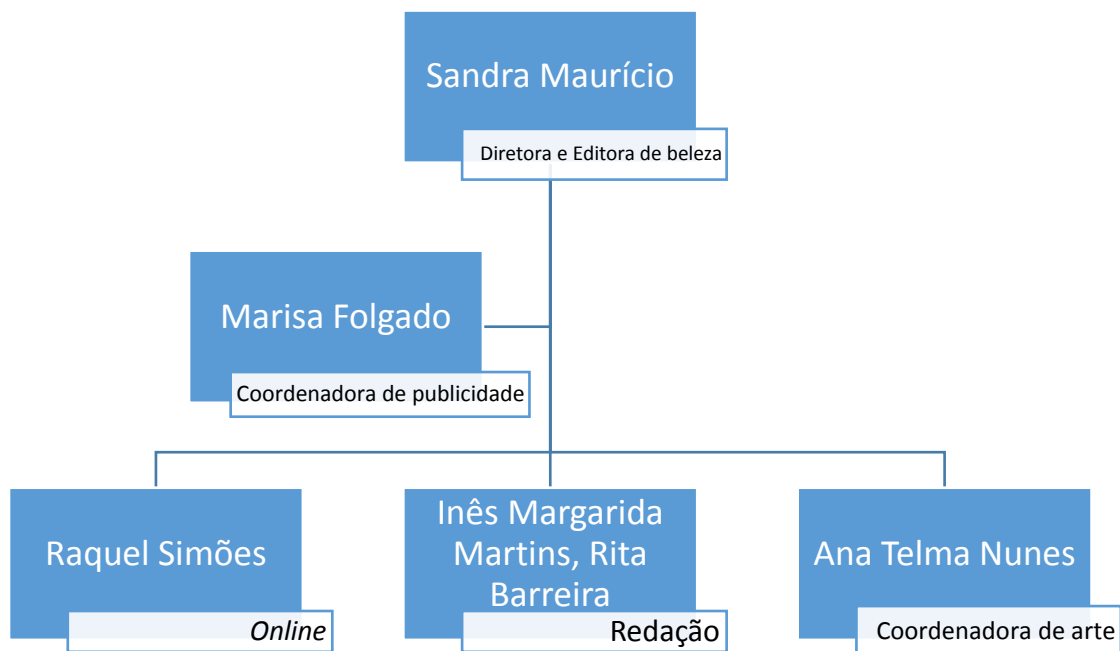


Figura 4: Organograma *Cosmopolitan* Portugal

Fonte: Elaboração própria

## 1.5. Identidade visual

A identidade visual da entidade é a forma de auto representação no mercado, conseguindo assim marcar-se no meio com a finalidade exata que procura ser conhecida.

### 1.5.1. Marca

Para a *American Marketing Association* a marca é um “nome, termo, sinal, símbolo ou design ou a combinação deles, com o objetivo de identificar produtos e serviços de um vendedor ou de um grupo de vendedores, e diferenciá-los dos concorrentes” (AMA, 2014:s/p).

A *Cosmopolitan* Portugal é já uma das marcas mais reconhecidas mundialmente (Figura5), sendo o que se considera uma marca focada/reconhecida sabendo o que é, o que procura transmitir e consegue.

The image shows the word "COSMOPOLITAN" in a bold, pink, sans-serif font. The letters are thick and closely spaced, with a slight shadow effect. The word is centered horizontally and occupies most of the width of the image area.

Figura 5: Marca - *Cosmopolitan* Portugal

Fonte: *Cosmopolitan pt*

## 1.5.2. O Nome

O nome da revista foi criado com o foco central de feminino, o que é ser-se mulher, como indica o seu slogan, “*Uma revista para mulheres atrevidas, apaixonadas e femininas, que gostam do lado FUN da vida!*”, sendo que *Cosmopolitan* traduzido para Português significa **Cosmopolita**, pessoa que viaja por muitos países, adaptando-se a muitas culturas e maneiras de estar, um indivíduo que se considera cidadão do mundo.

## 1.5.3. Comunicação

O processo da comunicação é indispensável na sobrevivência humana, e como tal, é fundamental na composição de uma empresa. Esta desenvolve-se através do emissor, originando uma mensagem, enviada e por fim recebida por um recetor surgindo daí o *feedback*. Marchiori (2006:19) refere que um “ponto básico e sem questionamento na condução da comunicação é o de que ela precisa ser entendida, estimulada, observada, acompanhada e avaliada por profissionais que saibam conduzir os processos”. A comunicação cria a evolução e a evolução gera a aprendizagem.

### 1.5.3.1. Comunicação interna

A *Cosmopolitan* Portugal, bem como toda a empresa que a envolve tem como regra de ouro uma comunicação interna como sendo uma comunicação aberta e informal, para que se torne eficaz todo o seu propósito.

Este tipo de comunicação é feito cara a cara, e quando esta não é de todo possível, recorre-se ao *e-mail* e até mesmo ao uso de mensagens de texto por telemóvel particular.

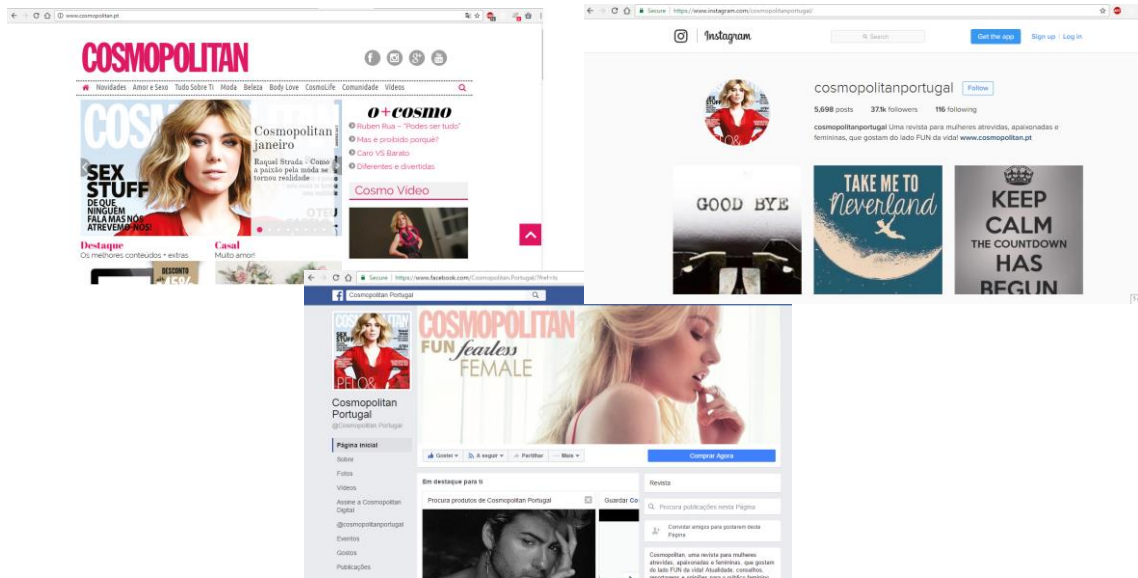
Dado que todos os membros são amigos e bastante cúmplices, sendo esse um fator benéfico para a boa interação da equipa, isso não é de todo um problema, bem pelo contrário, apenas uma desculpa adicional para se falarem mais vezes ao dia.

Todavia, na *Cosmopolitan* não há uma reunião específica antes de cada edição, como normalmente acontece em algumas revistas. O trabalho na redação é decidido e distribuído pela diretora. A jornalista do *online*, Raquel Simões tem de atualizar todos os dias as várias redes sociais e tratar dos passatempos que decorrem *online*. Apenas escreve para a revista na secção *Cosmolife fun* e no caso de ir a uma *press trip*. A editora de moda, Inês Margarida Martins possui como trabalho realizar todas as sessões fotográficas e produções de moda. Trata de tudo, no caso de a capa da revista contar uma personalidade portuguesa. A editora de beleza, Sandra Maurício faz todos os artigos e páginas de beleza.

A jornalista, Rita Barreira é responsável pela realização da entrevista principal e por várias secções da revista acabando por fazer um pouco de tudo. Se surgisse mais algum trabalho era transmitido cara a cara ou através do *e-mail*.

### 1.5.3.2. Comunicação externa

A comunicação externa numa empresa é essencial, precisa de ser desenvolvida e transportada para os média com o intuito de atingir assim um público-alvo mais extenso. A *Cosmopolitan* Portugal, não é exceção, utiliza sobretudo as redes sociais para o fazer, tal como nos é demonstrado pela Figura 6, isto com o intuito de conquistar o seu público.



Figuras 6: Redes sociais (*Facebook e Instagram*) e site da *Cosmopolitan Portugal*

Fonte: <https://www.facebook.com/Cosmopolitan.Portugal/?fref=ts> ; <http://www.cosmopolitan.pt/> ; <https://www.instagram.com/cosmopolitanportugal/>

Realçando seguramente e fortemente no *website* oficial, no *facebook* e no *instagram* da marca (*Cosmopolitan Portugal*). É reconhecida mundialmente por todos e tem dado que falar com as suas edições e publicações em constante evolução e agora infelizmente com o término da publicação da revista em Portugal.

## 1.6. Público-alvo

Esta revista tem como objetivo atingir um nicho de mercado, mas que ao longo do seu crescimento pode aumentar ou diminuir, consoante a mudança de mentalidades e por vezes também dependendo da situação em que o país se encontra. É necessário avaliar todos estes contextos.

A *Cosmopolitan* Portugal também o fez ao longo do seu crescimento. A revista é consumida por mulheres da faixa etária dos 18 anos aos 45 anos. Muitas começaram a ler a revista aos 18 anos de idade e em muitos dos casos, hoje, aos 45 anos ainda a acompanham, podemos ter uma pequena noção na Figura 7 do estilo de capa utilizado e o tipo de público que se pretende captar atenção.



Figura 7: Mural na redação com capas da *Cosmopolitan* para inspiração

Fonte: Captação própria

Muitas edições saem com suplementos de moda, agenda, previsão anual de astrologia ou brindes, o que acaba por ser um método que cativa o interesse do público. Esta estratégia é bastante apelativa para o mercado atual.

A ideia de poder adquirir uma revista juntamente com um objeto de baixo custo é uma forma de *marketing* bem estruturada e concisa. O *site* da *Cosmopolitan* também veio colaborar para o crescimento do nome desta em Portugal. Dar a conhecer notícias diariamente sobre os temas de moda e cultura veio preencher novamente outra percentagem no mercado.

Atualiza as notícias a toda a hora do dia, dando a conhecer em primeira mão eventos como a Moda Lisboa, Portugal *Fashion*, entre muitos outros. Colocam vídeos, *making-of* dos editoriais realizados pela produção de moda na esperança de chegar mais perto do público, criando uma ligação ainda maior. É nele que também é divulgada a revista



todos os meses e onde as mais curiosas poderão usufruir de uma informação mais completa.

## 1.7. Análise SWOT

Todas as empresas devem definir a sua própria estratégia de marketing. Esta envolve diferentes passos de análise, tais como: a análise do meio envolvente, do mercado, dos clientes, da concorrência e da própria empresa (Lindon *et al.*, 2011). Ou seja, consiste em elaborar uma síntese das análises interna e externa. De um lado, apresentam-se os principais aspetos que a diferenciam os seus concorrentes no mercado, identificando os pontos fortes e os pontos fracos da empresa. Do outro lado, identificam-se as perspectivas de evolução do mercado, as principais ameaças e as principais oportunidades. Esta análise, denomina-se de análise SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*) e apresenta-se, normalmente, sob a forma de uma tabela. Na Figura 10 apresenta-se a análise SWOT da *Cosmopolitan*.



Figura 8: Análise SWOT da *Cosmopolitan*

Fonte: Elaboração própria

A *Cosmopolitan* Portugal tem diversos pontos fortes com os quais a empresa beneficia. A integração de estagiários nos diversos sectores da empresa é um deles. A boa relação entre os elementos da equipa de trabalho. O facto de a equipa ser constituída por profissionais, com uma vasta experiência e maturidade, cria uma grande capacidade organizacional, onde todos os colaboradores da empresa dão o seu melhor nas tarefas a realizadas, transmitindo motivação ao grupo.

O reconhecimento internacional, que com os seus prémios e diversos reconhecimentos dentro da área, projetam e credibilizam a empresa, criando uma vasta carteira de clientes, já fidelizados. Ser a revista que está presente em todas as bancas do país facilita a sua aquisição.

A inovação constante da marca, que a leva a responder a todas as exigências impostas pela sociedade atual, concedendo-lhe uma boa reputação devido aos seus excelentes resultados.

Quanto aos pontos fracos destacam-se aspetos a ter em conta. Como a falta de reuniões coletivas para a melhor gestão da revista e organização. Isto por ser uma revista feminina, com um objetivo concreto e muito definido de focar o feminina, acaba assim por restringir a procura da revista por ambos os géneros.

Existem limitações para trabalhos criativos, sendo que a maior parte do conteúdo é fornecido à *Cosmopolitan* Portugal pelas *Cosmopolitan's* do mundo, esses artigos são apenas traduzidos sem dar qualquer possibilidade ao trabalho criativo, embora às vezes se fuja um pouco a regra.

Com o surgimento de empresas do mesmo ramo, a revista *Cosmopolitan* Portugal encontrar-se ameaçada por outras revistas dentro do mesmo género. Por outro lado, surgem oportunidades, dadas, por exemplo, pelas novas tecnologias, que permitem divulgar os mais diversos conteúdos multimédia e permitem captar a atenção e fidelizar à marca de novos clientes.

A ineficácia dos concorrentes que tendem em aparecer no mercado. Sem dúvida que a abertura de novas vagas para estágios é uma das maiores oportunidades.

# Capítulo II

# Estágio

**COSMOPOLITAN**

## 2.1. Objetivos

Os principais objetivos eram perceber como é todo o processo da realização de uma edição de revista.

É importante entender que uma revista tem de estar sempre à frente do pensamento do leitor e, que o seu principal objetivo é informar da melhor forma sobre diversos assuntos culturais, neste caso sobretudo de moda, sendo esta uma revista feminina. Assim, para que a revista consiga superar a expectativa do leitor tem de existir um processo intensivo de pesquisa.

Os objetivos, antes de mais nada são demonstrar o conhecimento adquirido, mas também um desenvolvimento de aprendizagem profissional que viria a ser evidenciado ao longo dos três meses de estágio.

Os principais objetivos:

- ✓ apoiar no design e paginação de cada edição;
- ✓ evoluir em termos de construção de técnica em diversos desafios lançados;
- ✓ desenvolver autonomia na resolução de alguns assuntos que pudessem surgir em torno de todo o trabalho atribuído da revista.

## 2.2. Atividades

Foram desenvolvidas várias tarefas ao longo de todo o estágio. A estagiária estava responsável por ajudar a supervisora Ana Telma Nunes em toda a paginação da revista e auxilia-la em todo o tipo de material que fosse necessário tratar em *Photoshop*, também auxiliou várias colegas que precisassem de ajudas momentâneas.

A estagiária teve o privilégio de poder colaborar com a colega Raquel Simões responsável pelo *site online* da *Cosmopolitan* Portugal, num passatempo organizado para as leitoras não só da *Cosmopolitan* com sendo também fãs da Carolina Patrocínio, onde mais a frente será retratada toda a atividade feita.

Auxiliou na organização das várias miniaturas das diversas edições (em anexo), para que todos na redação tivessem uma visão geral da revista antes de ir para a gráfica.

A estagiária ajudou na impressão das miniaturas, recortar e organizar consoante o plano. Durante todas as edições que a estagiária participou, havia várias páginas que a estagiária era responsável pelas mesmas, como por exemplo a astrologia de setembro, outubro, novembro e dezembro (em anexo).

Durante o decorrer do estágio surgiu a oportunidade da estagiária acompanhar uma produção de moda e na qual a sua função foi ajudar a organizar a roupa e os acessórios para a sessão fotográfica.

Nos últimos dias de estágio surgiu uma nova oportunidade de filmar a entrevista a Rúben Rua, modelo e apresentador da TVI, sobre o seu primeiro lançamento de livro *Podes ser Tudo*, mas como a finalização do estágio houve necessidade de haver um apoio na edição do vídeo de uma outra estagiária que estava na revista no momento.

Durante o decorrer do meu estágio a minha principal tarefa foi recortar imagens em Photoshop para depois poder passar a paginação da revista, os conteúdos eram elaborados pelas jornalistas da revista e a minha função era auxiliar a minha supervisora Ana Telma Nunes em toda a paginação da qual ela era responsável e a única existente dentro da revista, começou por me pedir pequenas coisas para saber qual o meu nível de conhecimento e poder assim avançar na evolução das minhas tarefas.

### 2.2.1. Recortes em *Photoshop*

Assim a minha primeira tarefa foi recortar cabeças de famosos como podemos ver na imagem (Figura 9) representada, todos os recortes que me foram pedidos e foram muitos foi sempre utilizado o *software Photoshop* para o recorte dos mesmos.

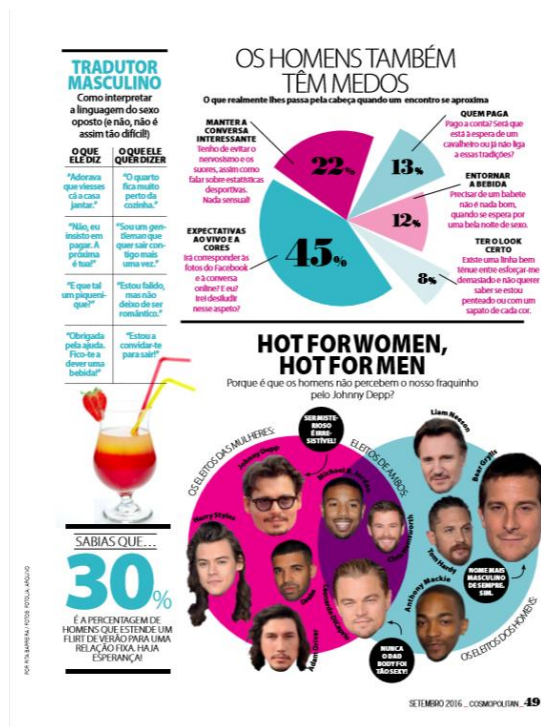


Figura 9: Primeira tarefa recorte de imagens de famosos

Fonte: *Cosmopolitan*

### 2.2.2. Recriação de páginas

Com esta imagem podemos ver várias das tarefas que executei e em anexo iram estar as restantes paginações desenvolvidas por mim sempre com a supervisão da Ana Telma e estas sempre desenvolvidas em *InDesign*.

Foi-me pedido várias vezes a construção exata de páginas de várias *cosmopolitan's* do mundo (Figura 10).

bodylove nutrição

# EVITA OS ADOÇANTES ARTIFICIAIS



Substituíste o açúcar por adoçantes, porque achas que são mais saudáveis? Então toma nota: estes produtos artificiais podem prejudicar a tua saúde e bem-estar  
 POR CATARINA CRUZ

## 4 OPÇÕES NATURAIS

**A natureza oferece alternativas doces, saudáveis e muito saborosas**

**MEL**  
 Para além de ter um sabor delicioso, contém antioxidantes, vitaminas e minerais. Usa-o no chá e no café.

**TÂMARAS**  
 Uma verdadeira preciosidade repleta de fibra, ferro e antioxidantes. Ideal para smoothies.

**AÇÚCAR DE COCO**  
 Rico em ferro, magnésio e zinco. Experimenta usá-lo em sobremesas.

**AÇÚCAR MASCAVADO**  
 Contém menos aditivos químicos do que o açúcar branco e conserva maiores propriedades nutricionais. Junta-o a bebidas e bolos. ■

**DESFRUTAR DE SOBREMESAS E BEBIDAS COM ADOÇANTES QUE NÃO POSSUAM CALORIAS E SÃO, APARENTEMENTE, MAIS SAUDÁVEIS DO QUE O HABITUAL AÇÚCAR BRANCO PARECE ATRAENTE, MAS SERÁ ESTA A VERDADE? PESQUISAS CIENTÍFICAS DEMONSTRARAM QUE DETERMINADOS ADOÇANTES ARTIFICIAIS SÃO INIMIGOS DA SAÚDE. PARTILHAMOS O NOME DOS MAIS PERIGOSOS:**

**FENILALANINA**  
 É muito utilizada em bebidas, principalmente nos refrigerantes. As dores de cabeça têm sido frequentes durante os últimos dias? A fenilalanina poderá causar enxaquecas, problemas visuais e letargia. Fica atenta!

**METANOL**  
 Decompõe-se no corpo, transformando-se em agente cancerígeno. Está provado que uma intoxicação por metanol poderá provocar a morte.

**ÁCIDO ASPÁRTICO**  
 Investigadores dos E.U.A., Reino Unido e Países Baixos concluíram que não existem provas de que seja seguro. Por outro lado, contribui para o desenvolvimento de doenças cancerígenas.

**STEVIA**  
 Altera o sistema nervoso e é prejudicial para os diabéticos. Para além disso, existe a possibilidade de ocorrer anafilaxia, uma reação alérgica grave e silêta.

**SUCRALOSE**  
 A Food and Drug Administration avançou que quem está habituado a consumir o açúcar comum e depois o substitui por sucralose experimenta inchaço na zona abdominal, diarreia e dor de cabeça.

**ASPARTAME**  
 Segundo a Fundação Ramazzini de Bolonha, em Itália, o consumo frequente desta substância aumenta o risco de doenças cancerígenas.

102 COSMOPOLITAN... SETEMBRO 2016

PHOTO: POTTOLA

Figura 10: Recriação de páginas

Fonte: *Cosmopolitan*

### 2.2.3. Promoção de Revista

Para promoção da revista criei vários vídeos para se por nas redes sociais e no *site* da *Cosmopolitan*, Figura 11.



Figura 11: Pequenos vídeos promocionais

Fonte: Elaboração própria

#### 2.2.4. Criação de *Take Over*

Tive como tarefa a criação de uma estampa para a promoção do *instagram* quando existem *take over's* de famosas do *instagram* da *Cosmopolitan* (Figura 12), a estampa criada e a edição das imagens com a estampa, esta estampa ficou em formato de *Photoshop*, para poder sofrer alteração de cores quando necessário.





Figura 12: Criação e promoção de *Take Over's*

Fonte: Elaboração própria

### 2.2.5. Dia de treino com a Carolina Patrocínio

Durante o decorrer do estágio surgiu a oportunidade de ir fazer a captação de imagens em vídeo e fotográfica do treino com a Carolina Patrocínio, apresentadora da SIC, foi um passatempo feito no *online* da revista pela jornalista Raquel Simões em parceria com a Carolina Patrocínio, para as leitoras e fãs da Cosmopolitan e da Carolina, em que o prémio era uma tarde de treino intenso (Figura 13).

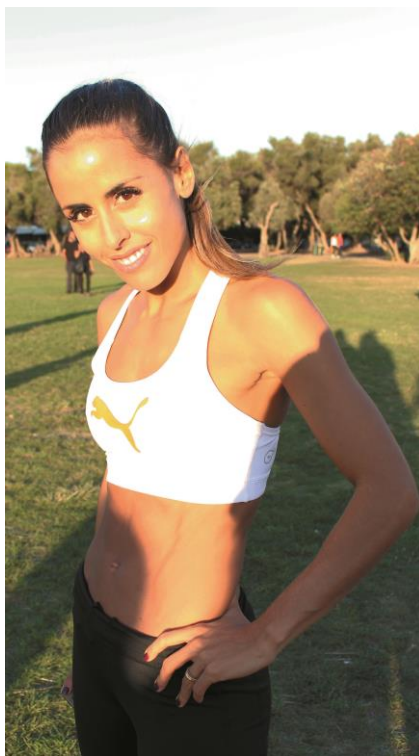


Figura 13: Dia de treino com a Carolina Patrocínio

Fonte: Captação própria

### 2.2.6. Entrevista com Rúben Rua

A minha última tarefa no estágio foi a captação de imagens e de vídeo da entrevista que Rúben Rua, apresentador e modelo da TVI concedeu dar a jornalista do *online* Raquel Simões sobre o lançamento do seu primeiro livro *Podes Ser Tudo*, a entrevista decorreu na sede da Elite Models Lisboa situada em plena baixa chiado, onde eu e a jornalista Raquel nos deslocamos para a realização da mesma, na figura 14 pode-se ver o Rúben durante a entrevista com a nossa querida Raquel.



Figura 14: Entrevista a Rúben Rua

Fonte: Captação própria;

<http://www.cosmopolitan.pt/novidades/celebridades/video/ruben-rua-podes-ser-tudo>

Todas as atividades propostas ao longo do estágio foram desenvolvidas ao longo dos três meses de forma repetida e estarão todas em anexo no final do relatório de forma muito breve. Estas atividades ajudaram-me a desenvolver e a evoluir os meus conhecimentos e a adquirir competências assim como evoluir pessoalmente e como pessoa e ajudaram-me a saber estar e ser no mundo de trabalho. Foi durante pouco tempo mas foi muito compensador e construtivo.

## Reflexão Final

Este estágio curricular é a última mas a mais importante etapa de todo o percurso académico. Com a finalização da licenciatura em Comunicação Multimédia inserida na Escola Superior de Educação Comunicação e Desporto, do Instituto Politécnico da Guarda e com a finalização da mesma é dada a oportunidade ao aluno de estabelecer o seu primeiro contacto com o mercado de trabalho.

Desenvolvendo e adquirindo outras oportunidades interligadas a este primeiro contacto, ao mercado de trabalho, bem como o da prática e aperfeiçoamento dos conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura e a possibilidade de adquirir e desenvolver novos conhecimentos e competências.

A formação em Comunicação Multimédia foi fundamental para conquistar a minha polivalência, pois consegui obter e desenvolver as mais diversas capacidades práticas.

Todas as disciplinas lecionadas ao longo do curso foram essenciais para o meu desempenho técnico e interpessoal. Comecei, com uma pergunta inicialmente, de qual seria a minha área de eleição e isso para mim era óbvio, revistas de moda e de forma a encontrar um local de trabalho que se enquadrasse a minha pesquisa. Foi-me dada então a possibilidade de integrar na equipa da *Cosmopolitan*, revista esta que sigo o seu trabalho ao longo dos anos e da qual tenho grande admiração e respeito e por isso foi uma honra integrar esta equipa incrível.

Ao longo do estágio foram-me atribuídas várias funções bem como ensinados, transmitidos e facultados diversos conhecimentos dentro da área do design editorial. O ritmo de trabalho foi aumentando assim como a sua exigência semana após semana, bem como o nível de conhecimentos e o seu aperfeiçoamento.

O estágio na revista *Cosmopolitan* foi uma oportunidade muito gratificante, apesar disso no início tive algumas dificuldades. De forma a superar algumas das dificuldades que senti o bom relacionamento com a equipa na qual estive inserida facilitou significativamente os meus receios.

Acredito e posso afirmar que o auxílio e a confiança das pessoas que nos dão suporte durante a execução das tarefas faz com que estas sejam realizadas de maneira satisfatória tanto para nós, como para os outros.

Mas com todos os obstáculos que enfrentei durante o estágio, todo o conhecimento que adquiri valeu cada dúvida e medo que senti e das quais ultrapassei com as maravilhosas e incríveis profissionais com quem lidei todos os dias durante três meses.

A realização do estágio curricular contribuiu em muito para o meu crescimento pessoal e profissional. Enquanto designer, o desenvolvimento do estágio curricular na *Cosmopolitan* Portugal foi, sem dúvida, uma mais-valia. Este revelou-se fundamental para ter uma noção real do mundo do design de editorial e na concorrência existente no mercado de revistas de moda e femininas que está extremamente saturado e do qual resultou o fecho da *Cosmopolitan* em Janeiro de 2017. Destes meses de estágio, há um aspeto merecedor de grande destaque e alguma reflexão, hoje em dia, quase tudo é feito através de tecnologias, com a particularidade do telefone que se destaca pela possibilitação ao uso do *e-mail* e o acesso às redes sociais fora da redação.

Os conhecimentos adquiridos enquanto estudante da ESECD, foram, sem dúvida, fundamentais para o meu desempenho como estagiária, nomeadamente no desenvolvimento do design da revista bem como a sua paginação, lecionadas em unidades curriculares como Introdução ao audiovisual e multimédia, Introdução ao estudo a imagem, Introdução do design, Semiótica, Captação e edição de áudio e vídeo, Comunicação e edição eletrónica, Design gráfico, Expressão e comunicação visual, Multimédia e sistemas de autor, Publicidade e propaganda e Análise e produção multimédia e não foram só estas mas todas as outras que decorreram durante todo o meu percurso académico e posso destacar estas como as principais para o meu desenvolvimento no decorrer do estágio e para superar todas as atividades que me foram propostas, quero ainda falar da minha experiência em ERASMUS na Lituânia, mais precisamente na capital Vilnius, onde frequentei a escola *Vilnius College of Technologies and Design*, e onde tive a melhor experiência da minha vida e onde desenvolvi e adquiri novos conhecimentos e competências.

O período de estágio não foi suficiente para atingir um alto nível de produção, de rendimento, mas chegou, creio, para alcançar um patamar já razoável. Parece que o estágio acaba quando os estagiários estão no seu melhor momento.

Todos os profissionais incluídos na equipa de trabalho foram essenciais para o meu sucesso, concedendo-me uma experiência enriquecedora, com momentos que decerto guardarei, e que me ensinaram e motivaram a cada dia. Uma “pequena” mas maravilhosa família com a qual mantenho contacto com todas e à qual devo a incrível experiência que vivi, pois fez-me crescer como pessoa e como profissional.

Após a conclusão deste estágio e dando assim como finalizada esta licenciatura, termino com um espírito mais desenvolvido, criativo e lutador e dou assim terminado mais uma etapa da minha vida. Acabo com a certeza de que tudo o que aprendi e desenvolvi ao longo destes anos terá a maior importância e levarei comigo ao longo da minha vida pessoa e acima de tudo profissional.

## Bibliografia

AMA (2014). *Dictionary*. Consultado em 16/Dez, 2015, em <https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx?dLetter=B&dLetter=B>.

Daychoum, M. (2007). *40 Ferramentas e Técnicas de Gerenciamento*. Rio de Janeiro: Brasport.

Lindon, D.; Lendrevie, J.; Lévy, J.; Dionísio, P. e Rodrigues, J. (2011). *Mercator XXI. Teoria e Prática do Marketing*. (14ª edição). Alfragide: Publicações Dom Quixote.

Machado, D. (2009). *Filosofia Institucional: Missão, Visão, Valores do Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Mansilha, S. (2008). *Comunicação Corporativa – Textos Básicos*. Paraná: Clube de Autores.

Marchiori, M. (2006). *Comunicação Interna: a organização como um sistema de significados compartilhados*. In: Marchiori, Marlene (org.). *Faces da cultura e da comunicação organizacional*. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora.

Marchiori, M. (2009). *Comunicação interna: um olhar mais amplo no contexto das organizações*. Londrina: PR

Ribeiro, R. (2008). *Estratégia Empresarial e de Recursos Humanos*. Curitiba: IESDE Brasil S.A.

Valadares, M.C.B. (2002). *Planejamento Estratégico Empresarial*. Rio de Janeiro: QualityMark.

# Anexos



Motorpress Lisboa - Edição e Distribuição, S.A., Rua Policarpo Anjos Nº4, 1495-742 Cruz Quebrada - Dafundo, Portugal

Dafundo, novembro de 2016

**Assunto:** Carta de Recomendação

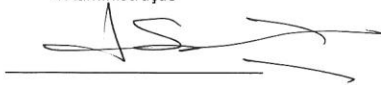
Exmos. Senhores,

A Ana Catarina Barata Santos provou o seu valor enquanto estagiária do Curso de Comunicação Multimédia do Instituto Politécnico da Guarda, expressa na nota que lhe atribuímos: 20 valores. No contexto de um estágio, esta nota é o reflexo da real adaptação da aluna ao mercado de trabalho, neste caso na área da Edição onde atuamos.

A Ana Catarina mostrou grande maturidade e demonstrou as competências técnicas necessárias para o exercício da função de designer, sabendo ainda adaptar-se com inteligência ao novo meio, e com elevada educação soube sempre estar à altura da equipa de designers que integrou. Será certamente uma mais-valia para qualquer empresa.

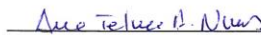
Melhores cumprimentos,

A Administração



João Ferreira

A Tutora



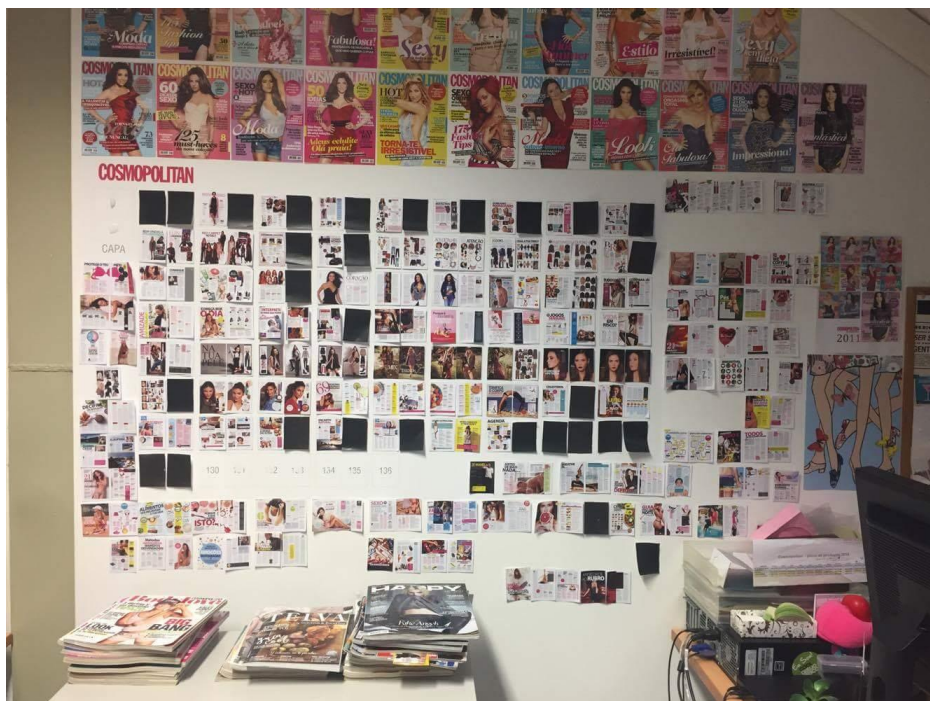
Ana Telma Nunes

Motorpress Lisboa - Edição e Distribuição, S.A.  
Rua Policarpo Anjos Nº4, 1495-742 Cruz Quebrada - Dafundo, Portugal  
Tel: +351 214154500 / Fax: +351 214154501  
Contribuinte Nº 502561408 / Capital Social 250.000 Euros  
Matriculada na Conservatória do Registo Comercial de Cascais com o Nº 8613

**Anexo 1: Carta de recomendação**



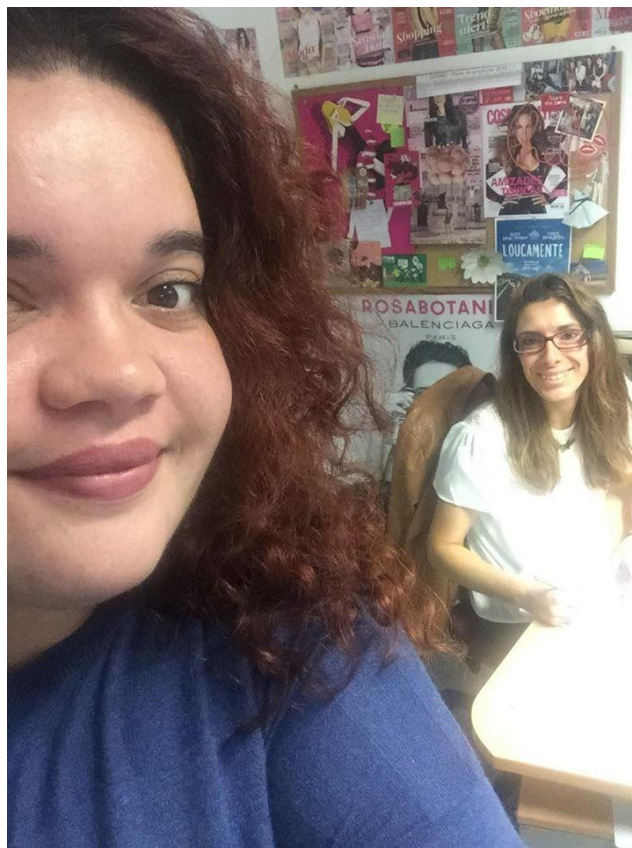
Anexo 2: Redação



Anexo 3: Redação



Anexo 4: Redação



Anexo 5: Eu e a minha supervisora Ana Telma Nunes



Anexo 6: Sessão Catarina Furtado



Anexo 7: Sessão Andreia Rodrigues



Consegue o look de capa de Kaley Cuoco



FOTOS: OFFICINE

# COSMOPOLITAN

*Fun - Fearless - Female*

G+J Portugal, Edições Publicidade e Distribuição, Lda.

CONSELHO DE GERÊNCIA  
MARTA ARIÑO  
ROLF HEINZ  
CARLOS FRANCO LOPEZ  
JOÃO FERREIRA

Directora SANDRA MAURÍCIO [smauricio@gjportugal.pt](mailto:smauricio@gjportugal.pt)  
**Fazer uma lista de afazeres e organizar-me para que nada me escape.**

REDACÇÃO E COLABORAÇÃO  
Catarina Cruz [ccruz@gjportugal.pt](mailto:ccruz@gjportugal.pt)  
Isla Margarida Martins [martins@cosmopolitan.pt](mailto:martins@cosmopolitan.pt)  
**Um extremo ou outro...  
Através a noite, à casa, à secretária na redacção...  
Raquel Simões [rsimoes@gjportugal.pt](mailto:rsimoes@gjportugal.pt)  
Rita Barreira [rbarreira@gjportugal.pt](mailto:rbarreira@gjportugal.pt)  
Um dia dedicado apenas a mim mesma, para me reorganizar, preparar e facturar.**

ARTE  
Coordenadora Ana Telma Nunes [atanunes@bostepress.pt](mailto:atanunes@bostepress.pt)  
**Depois das férias, sinto-me muito desatualizada porque não tenho nada de novo a mostrar e nem sei o que fazer. Tem alguma ideia?**

ONLINE  
Raquel Simões [rsimoes@gjportugal.pt](mailto:rsimoes@gjportugal.pt)  
**Organização. Para não ficar desatualizada e não deixar nada por fazer e não deixar nada por fazer e não deixar nada por fazer e não deixar nada por fazer.**

COLABORARAM NESTE NÚMERO  
Ana Catarina Barros, Ana Martins, Edilson Soares, Filipe Chambal, Hélder Flor, João Borges, Leonor Porteira, Luís Tetréia, Margarita Martin, Martin Basto Ferreira, Nuno Lourenço, Pedro Nascimento, Rita Andrade, Rita Pálio, Rita Caldeira, Sara Afonso, Viriana Tavares  
FOTOGRAFIA: Gonçalo Claro, João Carlos Oliveira, Paula Bollinger, Pedro Lopes, Rui Botas

DEPARTAMENTO DE PUBLICIDADE  
Coordenadora de Publicidade Mariana Folgado [mfolgado@gjportugal.pt](mailto:mfolgado@gjportugal.pt)  
**Quais as ideias de quem trabalha a nível criativo?**

Rua Polígono Anjos, nº 4  
1495-742 CRUZ, QUEBRADA/DAPUNDO  
Telefone: 211 30 90 67 - Fax: 21 415 45 01  
Director de Produção Nuno Botas  
Director de Marketing Alexandre Rodrigues  
Director de IT Pedro Alves  
Chefe de Distribuição Nuno Santos  
Assistentes e Edição atracade: Sara Tomás  
Telefone: (+351) 21 415 45 50 - Fax: (+351) 21 415 45 01 - E-mail: [assistentes@bostepress.pt](mailto:assistentes@bostepress.pt)

EDIÇÃO, REDACÇÃO E ADMINISTRAÇÃO  
G+J Portugal - Edições, Publicidade e Distribuição Lda,  
Rua Polígono Anjos, nº 4, 1495-742 CRUZ, QUEBRADA/DAPUNDO, com o capital social de 133.318,02 euros, registada no Registo Comercial de Lisboa, nº 11754, cont. nº 506-480-909.  
Publicação registada na Fundação Reguladora para a Comunicação Social sob o nº 118304  
Depósito Legal nº 55 110/92 - ISSN nº 0824 - 0518  
Propriedade do título e licença de publicação de:  
The Hearst Corporation, 300 West 57th Street, New York, 10019-3791  
Impressão: Litográfica SA - Casal de Sta. Leopoldina, Quebra de Baixo  
Distribuição: Urbanos Press, Rua 1ª de Maio, Centro Empresarial do Grémio 2525-572 Valongo

apct ASSOCIACAO PORTUGUESA DE PUBLICIDADE

HEARST MAGAZINES INTERNATIONAL  
President/CEO, Senior Vice President/COO and General Manager: Susan Harne  
Senior Vice President/International Publishing Director: Jeannette Chang Senior Vice President/Editorial Director: Kim St. Clair  
Creative Director: Fabrice Fournier  
Editor: Katherine Ingersoll  
International Editor: Jacqueline Gallego  
Editor in Chief: Cosmopolitan (2005-2007): Helen Gurley Brown  
Editor: Alicia de Sol  
Cathy Lund  
Editor: Alessandra Anjo  
Deputy Editor: América Latina, Editor: Argentina: María José Gella  
Editor: Australia: Claire Askew  
Editor: Brazil: Cristiana Naves  
Editor: Bulgaria: Editor: Concettina Anna Yonagunabeterra  
Editor: Chile: Ignacia Urrutia  
Editor: China: Yvonne Liu  
Editor: Costa Rica: Byron José Kim  
Editor: Croatia: Aleksandra Čubić  
Editor: Cuba: Yelena María Campa  
Editor: España: Ana Urrutia  
Editor: E.U.A.: Joanna Calvo  
Editor: E.U.A./Latvia: Ana Victoria Tacho  
Editor: Filipinas: Myrina Shaw  
Editor: Finlândia: Sanna Mannermaa  
Editor: França: Marie-Laure Fournier  
Editor: Grécia: Editor: Holanda: Anne Marie de Vries  
Lentuch  
Editor: Hong Kong: Rosyiah Law Kam Yung  
Editor: Hungria: Johanna Szabó  
Editor: Índia: Nandini Bhalla  
Editor: Indonésia: Filippa Thangarajah  
Editor: Itália: Francesca Delega  
Editor: Letónia: Editor: Letónia: Verónica Kallandrenou  
Editor, Madrid: Editor, México Occidente: Rosalie Dullien  
Editor, Mongólia: Editor, Polónia: Hanna Wójcik  
Editor, Reino Unido: Sarah Starr  
Editor, República Checa: Sabina Karasova  
Editor, Romênia: Diana Colcer  
Editor, Rússia: Polina Sokolova  
Editor, Sérvia: Naja Vukobrat  
Editor, Sri Lanka: Yvonna Aheppandane  
Editor, Tailandia: Chulani Kofan  
Editor, Ucrânia: Oksana Baryshka

Anexo 8: Look de capa setembro

# DE OLHO NAS TRENDSETTERS

Sempre atentas ao que de melhor se passa no mundo da moda, estas fashionistas deslumbram-nos com o seu bom gosto e irreverência. Já as conheces?

POR RITA BARREIRA



## CHIARA FERRAGNI

**6,3 milhões**

**de seguidores**

Com diversas colaborações, capas de revistas e uma linha exclusiva de sapatos, Chiara é uma das personalidades mais influentes do mundo da moda. A maior prova é o seu blogue TheBlondeSalad.com.

@ChiaraFerragni



## JULIE SARINANA

**3,8 milhões**

**de seguidores**

No seu blogue e Instagram podemos encontrar momentos, inspirações e memórias do que mais ama, desde moda, viagens até ao lifestyle. A sinceridade de Julie cativa!

@sincerelyjules



## NEGIN MIRSALEHI

**3,2 milhões**

**de seguidores**

Doce, descontraída e de origem holandesa, Negin começou a atrair atenções através do Instagram. Agora tem um blogue e é convidada indispensável em todas as semanas e desfiles de moda.

@negin\_mirsalehi



## KRISTINA BAZAN

**2,4 milhões**

**de seguidores**

Bom gosto, alta-costura, beleza inebriante, tudo palavras que definem o je ne sais quois de Kristina e que a têm colocado nos primeiros lugares dos desfiles dos maiores estilistas mundiais e nas capas de várias revistas de moda.

@kristinabazan



## DANIELLE BERNSTEIN

**1,5 milhões de seguidores**

"Vestimo-nos de manhã deveria ser a parte mais fácil e divertida do dia." Palavras da nova-iorquina Danielle, que não sai de casa sem um look super trendy e inovador.

@weworewhat



## AIDA DOMENECH

**1 milhão**

**de seguidores**

Já com um prémio de "Best Style Fashion Blog", a espanhola Aida deslumbram-nos com uma personalidade divertida e exuberante que se reflete nos outfits e na originalidade dos posts.

@dulceida

CLICA "SEGUIR" se és uma fashion addicta, não podes deixar de acompanhar cada passo destas cinco estrelas.

# DARIA Y MARIA

➔ **Duas irmãs, vindas da Rússia, decidiram criar uma marca única, em Portugal, repleta de originalidade e muito estilo.** Casacos com pinturas feitas à mão, decorados com penas ou franjas ou coroas cobertas de picos e múltiplos cristais são as duas linhas de produtos elaborados especialmente por Daria e Maria Vasilievs. Descubre-as! <http://dariaymaria.com/en/> [https://www.instagram.com/daria\\_y\\_maria/](https://www.instagram.com/daria_y_maria/)



Daria Y Maria  
Crowns,  
200€

## BEAUTY CORNER

As melhores novidades para um regresso em beleza



1. A brisa da marésia em aromas profundos. L'Eau D'Issey Pure, Issey Miyake, 50€ (30 ml)
2. Para uns lábios suaves e muito divertidos. Baby Lips Pop Art, Maybelline, 2,99€
3. Retirar a maquilhagem em qualquer altura. Take the Day Off, Eye Makeup Remover Stick, Clinique, 21€
4. Olhar cativante em tons nude. Nude Library, Bobbi Brown, 195€

## Chás do ZODÍACO

A Goodies, loja de produtos gourmet no Chiado, acaba de receber uma gama exclusiva de chás, alusivos aos 12 signos do zodíaco, adornados com cristais Swarovski. Chá verde Sencha para Peixes ou chá preto Sri Lanka para Sagitário, todos eles com um aroma específico e único. Uma deliciosa e requintada peça para oferecer ou apreciar.



PVP: 17,25€

Recordada com cristais Swarovski são uma presença original.

## HAIR & MAKEUP TRENDS

Combina a maquilhagem com o corte de cabelo



RODAN SHAW  
CHANEL HAIRCUT & SMOKEY EYES



CHRISTIE  
FRANJA LONGA & BATOM ESCURO



CARLITA  
LONG BOB & OLHOSTWIGGY



RAUSH LAGARDI  
LONGO AND WAVY & BLUSH ROSA



# SEGUE OS LOOKS

Inspira-te no estilo de duas mulheres reconhecidas pelo bom gosto e atualiza a imagem

VICTORIA BECKHAM

ZOE SALDANA



1. Colete, Stradivarius, 29,95€ 2. Macacão, H&M, 49,99€ 3. Perfume The One, Dolce & Gabbana, 73,28€ (50 ml) 4. Carteira, Mango, 14,99€



1. Camisa, Topshop, 46€ 2. Brincos, Casa Batalha, 20€ 3. Sapatos, Zara, 25,95€ 4. Jeans, Monki, 35€

**SONDAGEM COSMO**  
O pior de voltar de férias é...  
As leitoras responderam:

1. Voltar ao trabalho 32%

2. Regressar à rotina 30%

3. Desfazer as malas 16%

4. Esperar mais um ano pelo próximo verão 14%

5. A aproximação da estação fria 7%

FONTE: WWW.COSMOPOLITAN.PT

**Na mesa de cabeceira...** Porque um livro sabe sempre bem em qualquer altura. Partilhamos algumas das mais recentes novidades

<p><b>O Livro das Receitas Vegan</b> Sem ingredientes de origem animal, nutritivos e muito saudáveis, são as 101 combinações propostas neste delicioso livro. Magda Roma, A Esfera dos Livros, 15,30€</p>	<p><b>Alegria!</b> Um guia prático sobre como arrumar e organizar a casa de modo a vivermos rodeados apenas daquilo que nos faz realmente felizes. Marie Kondo, Pergaminho, 15,50€</p>	<p><b>As Rochas</b> Envolto numa aura de mistério e intriga, este romance explora e viaja pelas vicissitudes da alma humana. Peter Nichols, Marcador, 18,50€</p>
<p><b>Na Vida com Garra</b> Um livro inspirador sobre a vida, a luta e a garra da judoca Telma Monteiro. Para que todos nos tornemos vencedores. Telma Monteiro, Manuscrito, 15,50€</p>	<p><b>Solteira até Sábado</b> Karen vive um casamento infeliz e encenado, até ao dia em que uma paixão fulminante muda o rumo da sua vida. Catherine Bybee, Bertrand Editora, 15,50€</p>	<p><b>Das Margens Nascem Flores</b> Relatos, desabafos e histórias de vida de reclusas. Uma experiência enriquecedora e inspiradora. Beatriz Matoso, Marcador, 15€</p>

POF: RITA BARRERA/FOTOS: OFICINA ANJOLIVO

# COSMOBLOGGERS

São trendy, ditam tendências e estão a par das novidades... Não resistimos em perguntar-lhes:

“**QUAIS OS TEUS PRATOS VEGETARIANOS FAVORITOS?**”



Ana Castanho  
**[Céu da Boca]**  
<http://www.anacastanho.com/>



## PASTÉIS DE FEIJÃO

**INGREDIENTES:** (8 unidades): 240 g de feijão branco cozido;

100 g de açúcar; 1/2 c. de chá de canela; raspa de uma laranja; 10 g de amido de milho; 25 g de água; 60 g de massa filo; açúcar em pó; margarina vegetal.

**PREPARAÇÃO:** Esmaga o feijão num almofariz, adiciona o açúcar e leva ao lume a ferver. Adiciona a canela e a raspa da laranja. Dissolve o amido de milho na água e junta ao preparado. Deixa ferver mexendo sempre. Retira do lume para arrefecer. Divide a massa filo em 8 retângulos. Coloca duas colheres de recheio sobre a massa e enrola. Pincela as pontas com margarina derretida e dobra-as para cima. Leva ao forno a 200° até que a massa fique dourada e polvilha com açúcar em pó. Bom apetite!



Márcia Gonçalves  
**[Compassionate Cuisine]**  
<http://compassionatecuisineblog.com/>



## PANQUECAS DE AVEIA E BANANA

**INGREDIENTES:** (serve 1): 3 c. de sopa de flocos de aveia finos; 1 c. de sopa de sementes

de linhaça moídas; 1/2 c. de chá de fermento químico; 1/2 c. de chá de canela em pó; 80 ml de água; 1/2 banana pequena.

**PREPARAÇÃO:** Num taça, mistura flocos de aveia, sementes de linhaça, fermento químico, canela e água. Deixa os flocos e a farinha de linhaça absorverem a água. Volta a mexer e verifica se a consistência se assemelha a papas. Junta a banana cortada em pedaços e esmaga-a. Aquece uma frigideira antiaderente e adiciona metade da massa. Deixa cozer até a face inferior ficar dourada e a superior com bolhinhas de ar. Vira a panqueca e deixa cozinhar mais dois minutos.



Vera Ferraz  
**[Hoje para jantar]**  
<http://hojeparajantar.blogspot.pt/>

## WAFFLES DE MATCHA

**INGREDIENTES:** 300 g de farinha sem glúten; 2 c. sopa de matcha; 2 c. sopa de fermento em pó; 1/2 c. chá de bicarbonato de sódio; 2 ovos biológicos; 1/4 de chávena de chá de mel; 1 c. chá essência de baunilha; 2 c. sopa de óleo de coco amolecido; 400 ml de leite de amêndoa sem açúcar. Topping: framboesas, natas de coco, mel.

**PREPARAÇÃO:** No liquidificador, mistura tudo até a massa ficar homogénea. Coloca no frigorífico durante meia hora. Aquece a máquina das waffles na temperatura médio-alta.

Unta-a com óleo de coco e deita colheradas de massa. Deixa cozer. Serve com natas de coco, framboesas e mel. (Para as natas de coco, coloca uma lata de leite de coco no frigorífico e retira a parte branca que fica no topo. Bate até ter uma textura de chantilly.)



Lillian Barros  
**[Santa Melancia]**  
<http://santamelancia.blogspot.pt/>

## SALADA DETOX DE TOFU COM COUVE ROXA E MIRTILOS

Adoro saladas frescas, coloridas e ricas no verão, e aproveito para misturar o que de melhor há nesta época do ano: vegetais variadíssimos, fruta fresca e uma fonte alternativa de proteína de origem vegetal. Por vezes, junto quinoa,

sementes de cânhamo e frutos secos, como cajus, amêndoas ou nozes.

**INGREDIENTES:** 150 g de alface lisa; 1/4 de couve roxa laminada; duas mãos cheias de mirtilos; duas mãos cheias de coentros frescos; 50 g de tofu firme;

2 c. de sopa de sementes de linhaça castanhas.

**PREPARAÇÃO:** Basta misturar todos os ingredientes num recipiente. Para temperar, preparo um vinagrete de lima e limão. Fica delicioso, cheio de vitaminas, sabor e antioxidantes.



## P&R

Porque por vezes as dúvidas te impedem de arriscar, nós damos-te todas as respostas



Pimunk, 10€

Friendly Fire, 175€

Chio Mihara, 280€

Nido, 89,95€

### Shoe addict alert!

**P:** Sou completamente viciada em sapatos e quero estar sempre a par das últimas tendências. Quais são as mais fortes para o outono?

**R:** O sapato é, de facto, uma das maiores perdições femininas – estamos solidárias! – e este outono/inverno existem algumas tendências fortes de cortar o folego, como a utilização de pelo e veludo e os metálicos. Os saltos querem-se chunky e confortáveis.

### Peças de transição

**P:** Na mudança de estação fico sempre confusa no que diz respeito ao guarda-roupa. Que peças devo ter para que se torne mais fácil escolher o look do dia?

**R:** Aposta em peças básicas e de transição, que se podem adaptar consoante as variações de temperatura. Uma excelente forma de o fazer é construindo o outfit por camadas, que podes acrescentar ou tirar à medida das necessidades. Camisas, malhas finas de algodão ou cardigãs são as melhores opções.



Colete, Jozens, 14,90€

Camisa, Mango, 19,99€

Malha, BDBA, 99€

Cardigã, Fracomina, 109,20€

### SOS: primeiro encontro

**P:** Qual o melhor look para um encontro romântico – sexy mas sem ser demasiado óbvio ou forçado? Help!

**R:** Para o deixares rendido no primeiro encontro não jogues logo as cartas todas – os homens gostam de algum mistério. Decotes demasiado pronunciados, saia curta, brilhos e vermelho, são algumas das apostas recorrentes, mas cuidado – nunca ao mesmo tempo! O ideal é conseguires um equilíbrio. Opta por um vestido sem decote e curto ou vice-versa. Faz escolhas e deixa sempre espaço para a imaginação. Mas o principal: vai confortável!



Vestido, Zara, 29,95€

Vestido, Topshop, 80€

Vestido, Intropia, preço sob consulta

A chave é o equilíbrio – mostra apenas pouco ou decote, não os dois.

Por: ILS UNASDA MARTIN E FOTOS: DFC&S



Leggings, Calzedonia, 19,95€

Leggings, Calzedonia, 39,95€

Leggings, Calzedonia, 29,95€

### #CLZFITNESS

O espírito fit continua a ser um objetivo, mesmo na estação fria, e a Calzedonia reforça a sua aposta nesta área com uma nova coleção de vestuário desportivo. Em tons flúor e fundo preto, a nova linha aposta em materiais técnicos que oferecem conforto, liberdade de movimentos e suavidade. Leggings push-up, shaper e térmicas são apenas algumas das principais apostas da marca.



Esso, 295€



Chloa, 308€



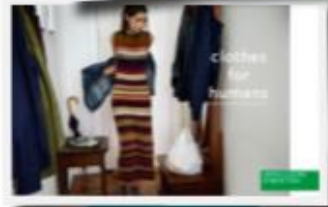
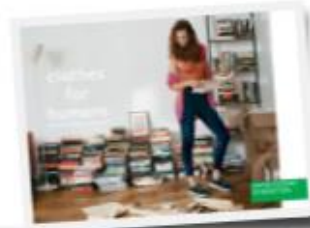
Pump it, 50€



Chilli Beers, 69€

## Round & Round

Os óculos da estação querem-se espelhados, de massa ou armação metálica, com um toque de anos 80 e... redondos! Não é um modelo consensual ou para todos os formatos de rosto, mas a verdade é que chegaram em força e têm-se multiplicado um pouco por todo o lado. Estas são algumas das nossas escolhas.



## CLOTHES FOR HUMANS

Conhecida pela sua proximidade e diversidade, a Benetton dá mais um passo em frente e apresenta-nos a nova filosofia "clothes for humans". A quebra de tabus, como as diferenças de género ou etnia, é mais uma vez reforçada nesta nova campanha que pretende focar-se nas emoções humanas genuínas e quotidianas.

## GALOCHAS FEVER

Está na hora de fazer uma seleção de sapatos para a próxima estação e reforçar os modelos anti-chuva... A pensar nisso, a Havaianas lançou a nova coleção de galochas para o outono/inverno, com modelos mate e metalizados, com cano alto e baixo... Só tens de escolher os teus!



Galochas, Havaianas, 50€

Galochas, Havaianas, 60€

Galochas, Havaianas, 45€

Galochas, Havaianas, 55€



Irene's Closet Blog

The Eight Avenue Blog

PHOTOS: MANSARD DA MARTINI / PHOTOS OFFICIAL



Brincos, Etno, 305€



Brincos, Benetton, 9,95€



Brincos, Mango, 12,99€



Brincos, Purificación García, 28€

# OS ACESSÓRIOS (+ IN) DA ESTAÇÃO

São arrojadados e chamam todas as atenções - este outono, os acessórios extravagantes saem das passarelas, sem medos! POR INÉS MARGARIDA MARTINS



MARCIANO



Brincos, Bershka, 7,99€

**BRINCOS XXL**  
De proporções generosas ou totalmente desproporcionais, são assim os brincos desta estação.



Earcuff, Arno de Lamoignon, 166€



Brincos, C&A, 6,90€

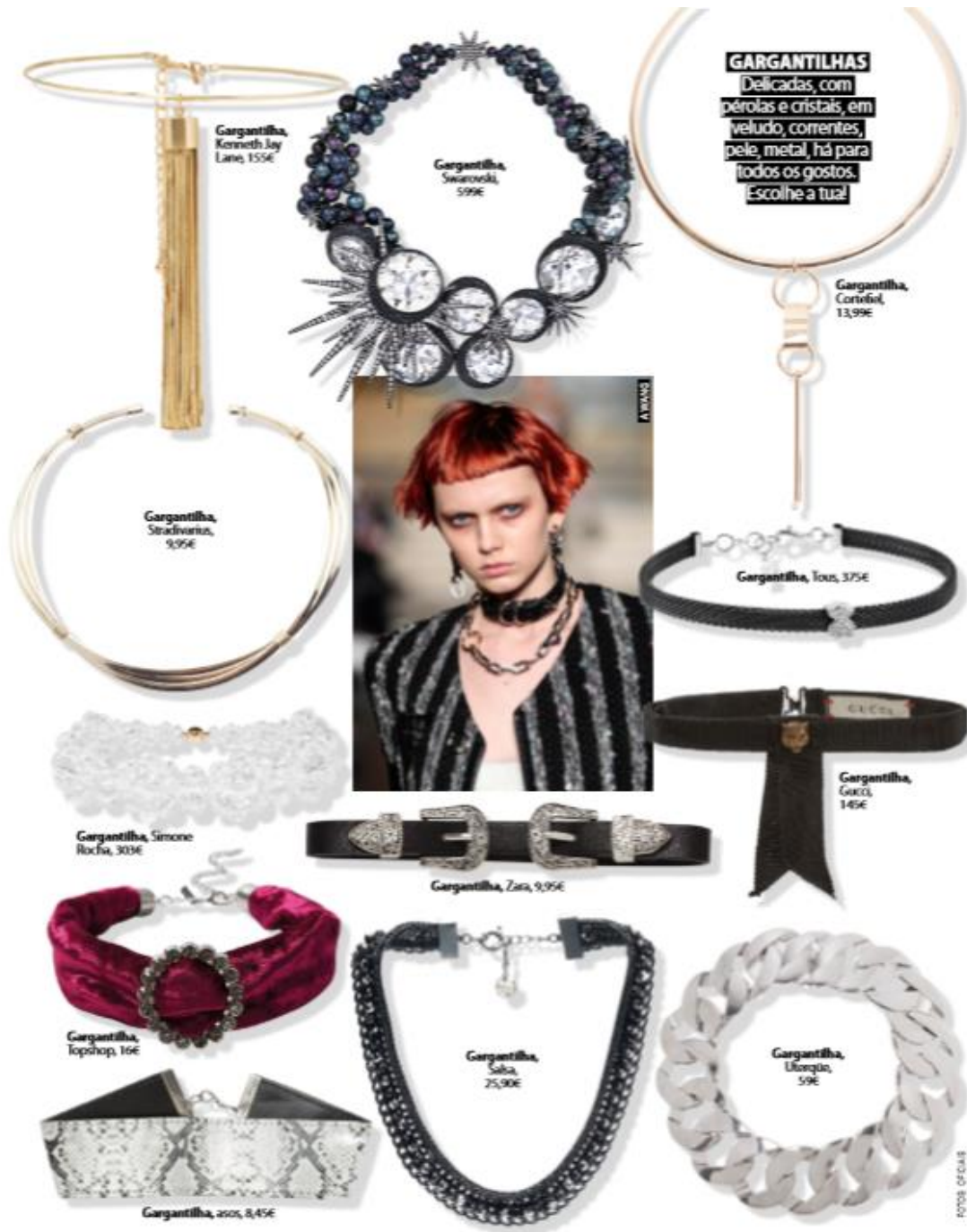


Brincos, H&M, 9,99€



Earcuff, Valentino, 300€

Brincos, Purfios, 7,99€



# CLOSET DE UMA

Cria coordenados work friendly Irrepreensíveis para ultrapassares a semana de trabalho com um

## 2ª FEIRA

Cores vibrantes e padrões para ajudar a enfrentar o dia mais difícil da semana. Let's go!



## 3ª FEIRA

Uma saia lápis num tom nude alia sofisticação, discrição e simplicidade. Conjuga com kitten heels.



## 4ª FEIRA

Um vestido estilo camisa e um trench coat são dois básicos num guarda-roupa profissional.





Consegue o look de capa de **Andrea Rodrigues**

Fotografia: Gonçalo Claro  
 Editor de moda: Inês Margarida Martins  
 Cabeleça: Olga Ferreira-Hilário  
 Maquiagem: Joana Moreira

Bicos, Swarovski, 79€  
 Vestido, Gucci, 199€  
 Sandálias, Sanyda, 19,99€  
 Anel, Cartier, 1.320€ no Tótem Jóias  
 Lip Gloss, Bellissime, 12,99€  
 Lápis para sobrancelhas Catálise Intense, O Boticário, 7,99€  
 Míscara de pestanas Eccentrico, Giorgio Armani, 31,50€  
 Base 10HR Wear Perfection Foundation, Sephora, 15,99€  
 Paleta de sombras The Blushed Mauve, Maybelline NY, 12,99€  
 Blush Dual Intensity job4ition, NARS, 36,95€

O melhor do outono é...

# COSMOPOLITAN

Fun - Fearless - Female

G+J Portugal, Edições, Publicidade e Distribuição, Lda.

CONSELHO DE GERÊNCIA  
 MARTA ARINO  
 ROLF HEINZ  
 CARLOS FRANCO LOPEZ  
 JOÃO FERREIRA

Directora SANDRA MAURÍCIO [smauricio@jportugal.pt](mailto:smauricio@jportugal.pt)  
 Sente o toque de uma nova estação como um reconteco interior, com novas sensações e cheiros que, em contraste com o frio da rua, "aquecem" as botas.

### REDAÇÃO E COLABORAÇÃO

Carolina Cruz [ccruz@jportugal.pt](mailto:ccruz@jportugal.pt)  
 Inês Margarida Martins [imargarida.martins@jportugal.pt](mailto:imargarida.martins@jportugal.pt)  
 A model Sara divide que os vestidos para frestas são ao início da estação fria, porque podemos sofrer com eles...  
 Raquel Soares [rsoares@jportugal.pt](mailto:rsoares@jportugal.pt)  
 Rita Barreira [rbarreira@jportugal.pt](mailto:rbarreira@jportugal.pt)

Chegar a casa depois de um longo dia de trabalho e decrete-se no conforto de uma manta quente, um bafejo de pipoca e um bom filme.

Atenção para quem pretende fazer compras online: a maioria dos sites de e-commerce não aceita cartões de crédito e nem bilhete electrónico!

Sem dúvida, sobre a moda para o outono, a ideia é apostar em peças que sejam confortáveis, práticas e que possam ser usadas em qualquer situação.

O sucesso logo das roupas quentes depende sobretudo da escolha dos materiais, os tecidos mais utilizados são os lã e o algodão, assim como os tecidos naturais e sintéticos.

### ARTE

Coordenadora Ana Telma Nunes [atanunes@jportugal.pt](mailto:atanunes@jportugal.pt)

### ONLINE

Raquel Soares [rsoares@jportugal.pt](mailto:rsoares@jportugal.pt)

### COLABORARAM NESTE NÚMERO

Ana Catarina Barros, Ana Martins, Edilson Soares, Filipe Chambel, Hélder Flor, João Soares, Luísa Pereira, Luis Tosteira, Mariagrazia Marini, Martin Basto Ferreira, Nuno Lourenço, Pedro Nascimento, Rita Andrade, Rita Pádua, Rita Caldeira, Sara Costa, Sérgio Pereira, Vitória Tavares

FOTOGRAFIA: Gonçalo Claro, João Carlos Oliveira, Paula Bollinger, Pedro Lopes, Rui Basto

A grande beleza dos acessórios está na sua funcionalidade!



Observa os detalhes do look: o cabelo, as botas, o acessório.

### DEPARTAMENTO DE PUBLICIDADE

Coordenadora de Publicidade: Maria Falcão [mfalcao@jportugal.pt](mailto:mfalcao@jportugal.pt)

Rua Polcápio Anjos, nº 4  
 1495-742 CRUZ QUEBRADA/DAFUNDO  
 Telefone: 211 30 90 67 - Fax: 21 415 45 01

Directora de Produção Nuno Soares  
 Director de Multimédia Alexandre Rodrigues  
 Director de IT Pedro Alves  
 Chief de Distribuição Nuno Santos

Assinaturas e Edições estrangeiras: Sara Tomás  
 Telefone: (+351) 21 415 45 50 - Fax: (+351) 21 415 45 01 - E-mail: [assinaturas@jportugal.pt](mailto:assinaturas@jportugal.pt)

### EDIÇÃO, REDACÇÃO E ADMINISTRAÇÃO:

G+J Portugal - Edições, Publicidade e Distribuição, Lda.  
 Rua Polcápio Anjos, nº 4, 1495-742 CRUZ QUEBRADA/DAFUNDO, com o capital social de 133.318,02 euros, registada no Registo Comercial de Lisboa, nº 11754, cont. nº 506 480 909.  
 Publicação registada na Entidade Reguladora para a Comunicação Social sob o nº 118304  
 Depósito Legal nº 35 110/92 - ISSN nº 0874 - 0518

Propriedade do título e licença de publicação de:  
 The Hearst Corporation, 300 West 57th Street, New York, 10019-3791

Impressão: Litográfica SA - Casal de Sta. Leopoldina, Quezela de Baixo  
 Distribuição: Utecons Press, Rua 1ª de Maio, Centro Empresarial da Granja  
 2525-572 Vialonga



### HEARST MAGAZINES INTERNATIONAL

President/CEO, Senior Vice President/COO and General Manager: Simon Horne  
 Senior Vice President/International Publishing Director: Jeanette Chung  
 Senior Vice President/Editorial Director: Kim St. Clair  
 Board Chairman/Executive Director: Kenneth Iversen  
 International Editors: Editor: Jacquelyn Galley  
 Editor in Chief Cosmopolitan (1965-1997): Helen Gurley Brown  
 Editor: Alicia de Sol  
 Editor: Alexandra Kaja DeLoraine  
 Editor: América Latina: Editor: Argentina: María José Goffio  
 Editor: Austrália: Chastie Askew  
 Editor: Brasil: Cristina Naves  
 Editor: Bulgária: Editor: Camarões: Ana Trusmaguisterra  
 Editor: Chile: Ignacio Uribe  
 Editor: China: Yuesha Liu  
 Editor: Coreia: Hyun Jun Kim  
 Editor: Croácia: Aleksandra Odlic  
 Editor: Eslovénia: Manka Campa  
 Editor: Espanha: Ana Ureña  
 Editor: EUA: Michele Pasmantirak  
 Editor: EUIA/Latvia: Ana Victoria Tacht  
 Editor: Filipinas: Maria Mitalana  
 Editor: Finlândia: Sanna Mannerstrom  
 Editor: França: Marie-Laurence Edouard  
 Editor: Grécia: Editor: Húngria: Anne Marie de Vries  
 Editor: Índia: Leetich Editor, Hong Kong: Ruyyuh Lee  
 Editor: Índia: Kuan Yung  
 Editor: Itália: Johanna Soligo  
 Editor: Japo: Namihei Bluhm  
 Editor: Indonésia: Filipus Periswara  
 Editor: Editor: Jilka  
 Editor: França: Delgado Editor, Letónia: Editor, Lituânia: Violeta Kulkovskiene  
 Editor, Malásia: Editor, Médio Oriente: Rosalie Dallow  
 Editor, Mongólia: Editor, Nígeria: Hanna Wabika  
 Editor, Rússia: Ussak  
 Editor, Paraguai: Susana Editor, República Checa: Sabina Krasova  
 Editor, Roménia: Diana Colan  
 Editor, Rússia: Palina Sokharova  
 Editor, Sérvia: Neja Veljkovic  
 Editor, Sri Lanka: Trivina Akpansidra  
 Editor, Suécia: Chalom Katan  
 Editor, Ucrânia: Oksandra Baryska

Anexo 18: Look de capa outubro



cosmogirl

# És uma Cosmogirl? MOSTRA-NOS!

Envia-nos as tuas sugestões, confissões, desabafo, fotos e prova-nos que és uma cosmogirl!

## Na próxima edição...

Ganha uma escova de limpeza Skinvigorate, da Mary Kay. Contacta-nos através de:

**cosmopolitan@gjportugal.pt**

A *Cosmopolitan* e a *Mary Kay* desafiam-te a cuidar da pele de uma forma diferente. A escova de limpeza Skinvigorate remove vestígios de maquilhagem, sujidade e impurezas, enquanto massaja suavemente a pele e a limpa em profundidade. Ajuda ainda a eliminar os danos causados no passado, conseguindo uma pele uniforme, e a suavizar a aparência das linhas finas e rugas. Possui duas velocidades de rotação e é à prova de água. Uma oferta *Mary Kay*, no valor de 60€.



## CONTEÚDO APROVADO

A *Cosmopolitan* ensinou-me a ser mais autoconfiante. Também já me deu dicas para melhorar relações e, acima de tudo, a relação comigo mesma. Há sempre um tema que se ajusta na perfeição ao que preciso num determinado momento. Adoro os quizzes, os desafios que lançam, os DIY originais e a coluna Hot (w)heels. Obrigada a toda a equipa! Cláudia Pinto

## AUTOESTIMA AO RUBRO

Antes de mais, agradeço as dicas que partilham em todas as edições, porque fazem-me sentir especial e feminina. Para além disso, desde que comecei a ler a vossa revista, a minha autoestima aumentou! Muito obrigada! Ana Dias

## SEMPRE ATUALIZADA

Todos os meses procuro a *Cosmo* nas bancas. E, sem dúvida, o meu GPS. Permite-me estar a par das novas tendências, cuidar do bem-estar interior e exterior e é um ótimo guia quando preciso de fazer compras. Obrigada *Cosmopolitan*, continuem assim! Isabel Silva

## Cosmogirl do mês

### ADEUS COMODISMO

Depois de dias intensos e stressantes, o prazer de folhear a *Cosmopolitan* contribui para descobrir artigos que fornecem as "armas" de que preciso para criar um "eu" melhor. Por vezes, refugiamo-nos no comodismo, em vez de lutarmos para nos sentirmos realizadas. As vossas sugestões são refrescantes e provocam-me sempre um enorme sorriso, próprio de quem sonha acordada. É esse mesmo sorriso que tenho neste momento, enquanto vos escrevo. Obrigada a equipa desta bellissima revista!

Cláudia Henriques

**Nota:** A *Cosmopolitan* reserva-se o direito de editar, consoante critérios ortográficos ou editoriais, os textos enviados pelas leitoras.

## És uma mulher com estilo?

Então revela-te! Envia as tuas fotos para [cosmopolitan@gjportugal.pt](mailto:cosmopolitan@gjportugal.pt)

Barbara Montalvo



Daniela de Abreu



Patricia Silva



FOTOS: DFCALS

# COSMOBLOGGERS

São trendy, ditam tendências e estão a par das novidades... Não resistimos em perguntar-lhes:

“EM QUE TENDÊNCIAS DESTA ESTAÇÃO IRÁS APOSTAR?”



Mafalda Sampaio  
**[A Maria Vaidosa]**  
<http://amariavaidosa.com/>

## PELE NATURAL

Base com cobertura leve e maquiagem do rosto iluminadas serão uma super tendência. Vamos aproveitar esta onda de "no make-up make-up" para destacar o melhor da pele.



## EYELINER DUPLA

Este outono/inverno também aplicamos eyeliner na continuação da linha de água da raiz inferior. O esfumado castanho deve estar presente, tal como a máscara de pestanas!

## BOCA FORTE

Batom roxo, preto ou cereja com diferentes texturas e tonalidades. O roxo claro dá um toque discreto e tradicional. Para um look mais dramático temos o cereja ou preto.



Fabiola Carletts  
**[Cutting Edge]**  
<http://www.cuttingedge.com.pt/>

## DUO PERFEITO

Verde tropa e rosa claro: duas cores de que sempre gostei! Uso verde tropa em todas as estações outono/inverno, mas a combinação com o rosa claro (ou com o nude) é uma tendência que resulta.

## LENÇOS

É um acessório intemporal e que se mantém de estação para estação. No outono/inverno acabo por usar muito preto ou preto e branco, e re-



Bárbara Inês  
**[Banging Fashion]**  
<http://bangingfashion.blogspot.pt/>

## BLACK LEATHER

Dá ao outfit um toque clássico e rebelde ao mesmo tempo. Gosto de usar com uma peça branca e ganga, ou all black.



## CASACOS OVERSIZE

Não há nada melhor do que um casaco oversize mega quentinho. Basta juntar uns botins militares e acessórios.



## ACESSÓRIOS VINTAGE

Ideais para looks casuais. Só precisas de jeans, t-shirt branca, leather jacket e de lenços com padrões gres.

mato o look com um lenço colorido para dar um "up". Os lenços da More são os meus preferidos!

## BRILHO E METÁLICOS

É uma das tendências fortes para as próximas estações. Vamos ver muitos brilhos e roupa metálica, principalmente em dourado e prateado. E este brilho deteta de ser associado apenas à noite/feira, e passa a ser usado



Hella Pebble  
**[AmberHella]**  
<http://amberhella.com/>

## FAUX FUR

Não só em casacos, mas também em carteiras e sapatos. Estou especialmente apaixonada pelos chinelos e sandálias com este detalhe tão cool e cozy.



## NUDE

Cada vez gosto mais da simplicidade de um bom básico. A cor bege/nude vai marcar a estação e eu aposto em t-shirts/body neste tom. É como se fosse uma segunda pele.



## VELUDO

Toma qualquer look mais sofisticado e é claramente um material que remete para o frio. O veludo é um must have neste inverno, tanto na roupa como nos acessórios.

no dia a dia, até para trabalhar. O truque é saber até onde se pode ir, sem exagerar, claro.



PHOTOS: OF COURSE

# P&R

Porque por vezes as dúvidas te impedem de arriscar, nós damos-te todas as respostas



Crop top, Mango, 22,99€

Pulseira, Carolina Herrera, 190€

Sapatos, Aldo, 89,99€

Culotes, Benetton, 74,99€

Carteira, Tiram-Set, 189€

## Culotes denim

**P:** Tenho umas culotes de ganga mas, por serem uma peça tão forte, não sei como usá-las de forma elegante... Podem ajudar-me?

**R:** Antes de mais, deves ter em conta que, dependendo da altura da tua perna, é importante que os tornozelos fiquem sempre descobertos, por isso evita os canos médios e altos. Opta por uns stiletos coloridos ou de verniz e um top curto, que não esconda o cós das culotes, para que a cintura seja visível e a silhueta mais evidente.



Era, preço sob consulta



Fendi, 290€



Marc Jacobs, preço sob consulta

## Os óculos certos

**P:** Qual é o formato de óculos ideal para mim, sendo que tenho o rosto pequeno e redondo?

**R:** Se o teu rosto é redondo, evita os óculos que tenham o mesmo formato. O segredo está no equilíbrio: opta por óculos retangulares ou quadrados, que tenham ângulos mais vincados, especialmente na parte exterior do rosto, como estes que te apresentamos.



Kirsten Dunst

## Plissado metalizado

**P:** Já reparei que as saias plissadas estão um pouco por todo o lado. São uma boa aposta no outono/inverno?

**R:** Esta estação o destaque vai para o comprimento midi e para os metalizados, e os plissados não são exceção. As saias plissadas querem-se brilhantes e de fazer parar o trânsito. Com riscas ou em cor única, opta pelos tons prata, dourado ou bronze. Conjuga com tops de malha justos e cropped.



Saia, Primark, 16€



Camisola, L&A, 59,90€



Cardiga, Fly Girl, 70€



Saia, Topshop, 90€

MIX IT UP SE (ainda mais!) ir-reverente e aposta em peças que combinem diversas cores.



Saia, Zara, 25,99€



### AMERICAN TOURISTER ONLINE

➔ Agora já não precisas de sair de casa para ter as malas de viagem mais in e coloridas de sempre! A marca americana de bagagem, com mais de oito décadas no mercado, lançou uma plataforma digital onde podes ver os vários modelos existentes e encomendá-los diretamente para tua casa ou para uma loja Samsonite. Vai a [www.americantourister.pt](http://www.americantourister.pt) e descobre as novidades.



### Gigi Hadid style

➔ A super it girl do momento é fã de óculos espelhados e redondos, completamente statement. Se também gostas de dar nas vistas e de acessórios que não passem despercebidos, segue o look de Hadid e arrasa!

Óculos, Linda Farrow, preço sob consulta



### EMBAIXADORAS MANGO

Camille Rowe é a primeira de três embaixadoras a dar a cara pela nova campanha da marca espanhola de pronto a vestir.

O formato escolhido foi um conjunto de três curtas-metragens cuja temática está repartida entre os três valores base: modernidade, feminilidade e positividade. A primeira fase da campanha da Mango conta com a modelo francesa como protagonista, seguindo-se Julia Restoin Roitfeld e Alma Jodorowsky nos seguintes capítulos da mini-série. Um projeto digital que pretende surpreender, mais uma vez, os fãs da marca.



### EM MODO PRATA

➔ O metalizado é o rei da estação, principalmente nos tons de prata. Rende-te ao brilho dos metalizados e espelhados. Se não és adepta da ousadia total, aposta sobretudo nos detalhes, como acessórios e bijuteria.



Galochas, Havaianas, 60€

Cinto, Tiffosi, 7,99€

Pulseira, Pandora, 59€

Colar, Salsa, 25,90€

Lavias, Yense, 24,90€

FOTOS: MARGARITA MARTINEZ / FOTOS OFICIAIS

# PR

Envia as tuas dúvidas de beleza para [cosmopolitan@giportugal.pt](mailto:cosmopolitan@giportugal.pt)



Espinha de maquilhagem, Beauty Blender, 17,55€

Kabuki brush Classic, Douglas, 14,95€



## COSTUMO APLICAR A BASE COM UM PINCEL MAS POR VEZES FICA COM RISCAS. ESTOU A FAZER ALGUMA COISA DE ERRADO?

Não, apenas tens de trocar o pincel que estás a usar por um kabuki. Este tem as cerdas mais curtas pelo que se aplica com movimentos circulares, igualmente do centro para as laterais do rosto. Podes ainda optar pelas esponjas, que permitem um maior controlo do alisamento.

## NÃO USO AMACIADOR, PORQUE O MEU CABELO FICA PESADO E OLEOSO. MAS AGORA, DEPOIS DAS FÉRIAS, SINTO QUE PRECISO DE TRATAR DAS PONTAS DO CABELO. SUGESTÕES?

Além de fazeres um corte para remover justamente as pontas que possam ter ficado danificadas durante o verão, podes optar por um leave-in CC Cream para cabelo, que vai nutrir e tratar, mas sem atuar em tanta profundidade como o condicionador. Pede conselho ao teu cabeleireiro.

## QUAL É A DIFERENÇA ENTRE UMA MÁSCARA DE NOITE E UM CREME DE NOITE? UM SUBSTITUI O OUTRO?

As máscaras são mais concentradas e oclusivas, ou seja, mantêm encapsulados os ingredientes ativos para que não se evaporem. São ótimas para aplicar uma ou duas vezes por semana mas, a menos que a pele tenha necessidades específicas ou esteja indicado na embalagem da máscara, não faz sentido substituir o creme por estas, já que são apenas para um tratamento pontual.

## GOSTAVA DE TER AS SOBRANCELHAS MAIS ARRANJADAS, MAS TENHO MUITAS FALHAS. DEVO OPTAR POR SOBRANCELHAS MAIS FINAS?

Não necessariamente. Se pretendes uma solução mais permanente, podes fazer um implante de pelos nessa região. Além disso, há sempre a maquilhagem que pode perfeitamente preencher essas falhas e permitir que uses a espessura que mais gostes (e mais adequada às tendências). Existe no mercado pó, que se aplica como se fosse uma sombra, gel e lápis, com o qual deves fazer pequenos tracejados no sentido do crescimento do pelo. Por fim, finaliza com uma máscara, que pode também ter cor, que serve para pentear e fixar. Um truque de bastidores para fixar é pulverizar uma escova de máscara de pestanas antiga com laca e passá-la pelas sobrancelhas.



Lápis para sobrancelhas Intense Cats, O Boticário, 2,99€

Mistur Brow Filler, Givenchy, 24€

Brow Builder, Sephora, 11,95€

Brow Quill, Too Faced, 28,95€

Gimme Brow Eyebrow Gel, Benefit, 28,55€  
Fibra de gel com microfibra que adere às sobrancelhas, criando espessura, definição, volume e cor.

POE MANA VALÉRIO FORTE PINHEIRO/STYLA

**CHEIRA A OUTONO**

A mudança de estação pede um guarda-roupa renovado e uma nova fragrância, para acompanhar o estilo que te define  
POR SANDRA MAURÍCIO

La Femme, Prada, 89,81€ (EDP, 50 ml)

Classique Essence de Parfum, Jean Paul Gaultier, 79,98€ (EDP, 50 ml)

The Girl, Tommy Hilfiger, 58,40€ (EDP, 100 ml)

Eros Pour Femme, Versace, 77€ (EDP, 50 ml)

Basil and Neroli, Jo Malone, 52€ (colônia, 30 ml)

Le Gomme Noorah, Bulgari, 140€ (EDP, 30 ml)

La Nuit Trésor Légère, Lancôme, 79,41€ (EDP, 50 ml)

Gala de Dia, Loewe, 72,80€ (EDP, 80 ml)

Coach Eau de Parfum, Coach, 70€ (EDP, 50 ml)

Missoni, Missoni, 70,50€ (EDP, 50 ml)

Eau de Lacoste L.12.12 Pour Elle Natural, Lacoste, 55€ (EDP, 50 ml)

My Burberry Black, Burberry, 80€ (EDP, 50 ml)

This is Her, Zadig & Voltaire, 70€ (EDP, 50 ml)

Be Tempted, DKNY, 64€ (EDP, 50 ml)

VOILAIRE ZADIG & VOLTAIRE  
DE NATURAL SPRAY - 30 ML, 1.0 FL. OZ. - THIS IS HER  
& LAUREL - 100% VEGAN - SANS PARABÈNES NI SOIE

LOEWE GALA de nuit

MISSONI

VERSACE EROS POUR FEMME

the Girl

JO MALONE

BURBERRY

LACOSTE

COACH

100% VEGAN

PHOTOS: OCEANUS

Anexo 24: Beleza bazar outubro

*Cosmotiva-te*

# TUDO SOBRE TI

## EVITA OS EMBARAÇOS

Vais a uma festa sem o teu grupo de amigas e não conheces os outros convidados? Segue as nossas dicas e a diversão estará garantida

 Estabelece contacto visual com quem estiver sozinho. Sorri e apresenta-te.

 Ajuda o anfitrião. Para além de estares ocupada, podes pedir-lhe que te apresente a todos.

 Exagera nos elogios. Dar-te-á a oportunidade de prolongar a conversa.

 Partilha histórias divertidas e aborda temas interessantes e do conhecimento geral. Não sejas demasiado intelectual, podem achar-te aborrecida.

 Mistura-te com quem estiver a dançar e dá provas dos teus dotes de dançarina.

DE CATHARINE CRAIG / FOTO: DA NYL ONE

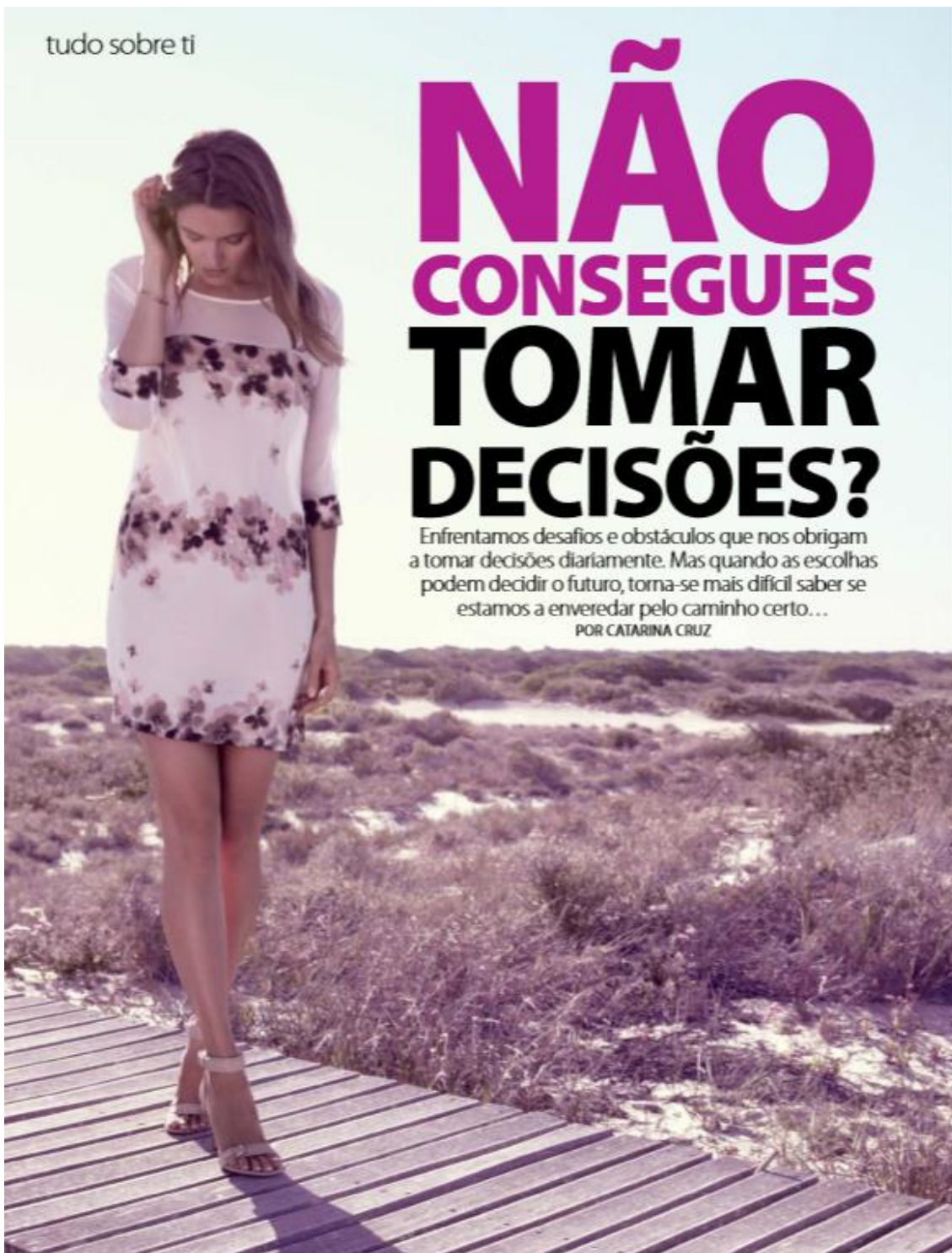
Anexo 25: Cosmotiva-te

tudo sobre ti

# NÃO CONSEGUES TOMAR DECISÕES?

Enfrentamos desafios e obstáculos que nos obrigam a tomar decisões diariamente. Mas quando as escolhas podem decidir o futuro, torna-se mais difícil saber se estamos a enveredar pelo caminho certo...

POR CATARINA CRUZ







Consegue o look de capa de Catarina Furtado

Fotografia: Carlos Ramos  
Styling: Ana Magalhães  
Cabelos: Marina Cruz  
Maquiagem: Cristina Gomes



Suola, Oprie, 16,99€



Bomber Jacket, Iqoo, 80€



Trot, Converse, 95€  
na Loja das Micas



Elana, Iqoo, 49€



Jean, Zara, 29,99€



Palleta olhos e rosto City Collection, Huda Beauty, 69€



Base Fresh Nude Cobalt Foundation, The Body Shop, 25€



Grande Bone Eyecream Gel, Revlon, 28,55€



Miscera de pestanas: Sapa Milano, Clarins, 29€



It's a Girl, M.A.C., 20€

FOTOS: OFICINA



# COSMOPOLITAN

Fun - Fearless - Female

G+J Portugal, Edição, Publicidade e Distribuição, Lda.

CONSELHO DE GERÊNCIA  
MARTA ARIÑO  
ROLF HEINZ  
CARLOS FRANCO LOPEZ  
JOÃO FERREIRA

Directora SANDRA MAURÍCIO [smauricio@gjportugal.pt](mailto:smauricio@gjportugal.pt)  
Fidelidade, complexidade, ousadia, respeito...

REDAÇÃO E COLABORAÇÃO  
Inês Murguía [inmurguia@cosmopolitana.pt](mailto:inmurguia@cosmopolitana.pt)  
Autenticidade! Inconfundibilidade! A Mundialidade de valores, não apenas, mas julgamentos sem concessões, sem reservas ou mesquitradas pílulas.  
Raquel Simões [rsimoes@gjportugal.pt](mailto:rsimoes@gjportugal.pt)  
Rita Barreira [rbarreira@gjportugal.pt](mailto:rbarreira@gjportugal.pt)  
Comprometidos. A sério. E quem está do nosso lado nos levas e mais momentos. Sempre!

## ARTE

Coordenadora Ana Telma Nunes [atanes@notopress.pt](mailto:atanes@notopress.pt)

## ONLINE

Raquel Simões [rsimoes@gjportugal.pt](mailto:rsimoes@gjportugal.pt)

## COLABORARAM NESTE NÚMERO

Ana Catarina Barata, Ana Martins, Edilson Soares, Filipe Chambel, Hélder Flor, João Borges, Leonor Pereira, Luís Tencate, Mariana Martins, Mariana Basto Ferreira, Nuno Lourenço, Paulo Nascimento, Rita Andrade, Rita Pato, Rute Caldeira, Sara Costa, Sérgio Pereira, Vitoria Tavares

FOTOGRAFIA: Carlos Ramos, João Carlos Oliveira, Paula Bollinger, Pedro Lopes, Rui Botas



## DEPARTAMENTO DE PUBLICIDADE

Coordenador de Publicidade: Maria Falcão [mfalcao@gjportugal.pt](mailto:mfalcao@gjportugal.pt)

Rua Polícarpo Azeite, nº 4  
1495-742 CRUZ QUEBRADA/DAFUNDO  
Telefone: 211 30 90 67 - Fax: 21 415 45 01

Director de Produção Nuno Boreas  
Director de Marketing Alexandre Rodrigues  
Director de IT Pedro Alves  
Chefe de Distribuição Nuno Santos

Assinaturas e Edições atacadistas: Sara Tomás  
Telefone: (+351) 21 415 45 50 - Fax: (+351) 21 415 45 01 - E-mail: [assinaturas@notopress.pt](mailto:assinaturas@notopress.pt)

## EDIÇÃO, REDAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO:

G+J Portugal - Edição, Publicidade e Distribuição, Lda,  
Rua Polícarpo Azeite, nº 4, 1495-742 CRUZ QUEBRADA/DAFUNDO, com o capital social de 133.318,00 euros, registada no Registo Comercial de Lisboa, nº 11754, cont. nº 506.480.909.

Publicação registada na Entidade Reguladora para a Comunicação Social sob o nº 118304

Depósito Legal nº 35.110/92 - ISSN nº 0874 - 0518

Propriedade do título e licença de publicação de:

The Hearst Corporation, 300 West 57th Street, New York, 10019-3791

Impressão: Litográfica SA - Camil de Sta. Leopoldina, Queziz de Baixo  
Distribuição: Urbanos Press, Rua 1ª de Maio, Centro Empresarial do Grupo 2525-572 Vialonga



## HEARST MAGAZINES INTERNATIONAL

President/CEO, Senior Vice President/COO and General Manager: Susan Hearst  
Senior Vice President/International Publishing Director: Jeanette Chang  
Senior Vice President/Editorial Director: Kim St. Clair  
Boudier Fashion/Entertainment Director: Kristina Ingersoll  
International Editors: Jacquelyn Galtier Editor in Chief/Cosmopolitan (2005-2007); Helen Gurley Brown Editor, Allure do Sul; Editor, Allure do Norte; Editor, Cosmopolitan; Editor, Argentina; María José Goffio Editor, Australia; Clotilde Asher Editor, Brazil; Cristina Navarro Editor, Bulgaria; Editor, Caras; Editor, Anja Vozmanjic Editor, Chile; Ignacia Uribe Editor, China; Yvonne Lu Editor, Corea; Hyun Joo Kim Editor, Croatia; Aleksandra Orlic Editor, Editor, Editora Mosaico Europa; Editora, Espanha; Ana Daria Editor, EUA; Mikaela Papanicolaou Editor, EUA/Latvia; Ana Victoria Taché Editor, Filipinas; María Muiños Editor, Finlândia; Sonia Mastropietro Editor, França; Marie-Laurence Editor, Grécia; Editor, Hellenic; Anne Marie de Vries Louwch Editor, Hong Kong; Ruyshah Law Kim Yung Editor, Hungria; Johanna Seljan Editor, Índia; Nandini Bhalla Editor, Indonésia; Elinor Tunngaywan Editor, Itália; Francesca DeLuca Editor, Letónia; Editor, Letónia; Verónica Kallio-Kurkela Editor, Malásia; Editor, Media Overseas; Rosalia Dhalow Editor, Mongólia; Editor, Polónia; Hanna Walbka Editor, Reino Unido; Feroz Saeed Editor, República Checa; Sabina Karasova Editor, Roménia; Diana Colcer Editor, Rússia; Polina Sakharova Editor, Sérvia; Nana Vajantseva Editor, Sri Lanka; Tereza Aleksandrovna Editor, Tailandia; Orlan Katan Editor, Ucrânia; Oleksandra Baryshka

Anexo 27: Look de capa novembro

# AS MELHORES MAKEOVERS

Para celebrar o cinema no feminino, de corpo e alma  
POR RITA BARREIRA



**NICOLE KIDMAN**

As diárias e extenuantes três horas de maquiagem, assim como as longas tardes a aprender a escrever com a mão direita, valeram-lhe um Oscar para Melhor Atriz. Bem merecido!



**CHARLIZE THERON**

Veste a personagem da prostituta Aileen, condenada pela morte de sete homens no final da década de 80. Um dos papéis mais marcantes na extraordinária carreira da atriz.



Nicole Kidman no papel de Virginia Woolf, no filme *As Horas*.



Todas elas foram nomeadas e distinguidas pelas suas belas atuações.



Charlize Theron no papel de Aileen no filme *Monstro*.



**CATE BLANCHETT**

Seis atores retrataram Bob Dylan no filme autobiográfico *I'm Not There*, tendo Cate representado a sua fase mais eufórica, quando este descobria o mundo cinematográfico e as suas habilidades como ator.



Cate Blanchett no papel de Bob Dylan, no filme *I'm Not There - Não Estou Lá*.



**GLENN CLOSE**

Glenn já havia interpretado esta personagem numa produção de teatro em 1982 e, 15 anos depois, conseguiu transformar a história em filme.



Glenn Close no papel de Albert Nobbs, no filme *Albert Nobbs*.



**ROONEY MARA**

Para encarnar totalmente na personagem, a atriz não poupou esforços. Edgiu fazer todos os piercings, incluindo o no mamilo.



Rooney Mara no papel de Lisbeth Salander, na trilogia *Millennium*.



# MADE BY COSMO WOMEN

Fun, Fearless and Female é o novo carro SEAT Mii by *Cosmopolitan* que chegou para deslumbrar as ruas de todo o mundo

POR RITA BARREIRA

**O**s carros que guiamos são um reflexo do nosso estilo de vida e, acima de tudo, da nossa personalidade. A mulher é única e as suas necessidades, gostos e exigências também. E foi nesta direção que a SEAT decidiu, em colaboração com as editoras e leitoras de todo o mundo da *Cosmopolitan*, criar um novo carro, onde a originalidade e funcionalidade se conjugam. O SEAT Mii by *Cosmopolitan* é versátil, dinâmico e, acima de tudo, prático. Estará disponível em duas cores, Violetto e Candy White, ambos adornados com pormenores e detalhes elegantes, assim como funcionalidades únicas. Pode ainda ser personalizado consoante as escolhas e gostos de cada uma, mediante a oferta de um pacote, criado especificamente para a mulher *Cosmo*. A revelação e apresentação desta novidade decorreu no evento *Cosmopolitan* Fashion Fest em Londres, onde os convi-

dados puderam descobrir, em primeira mão, todo o universo deste novo modelo. Elaborado por e para as mulheres atuais, irreverentes e independentes que não dispensam o lado fun da vida. **ThisisMii!** ■

Um carro cheio de personalidade e muito estilo!



“Pequeno, mas espaçoso, ágil e fácil de estacionar.”

“As leitoras *Cosmopolitan* participaram em todo o processo, partilhando opiniões, ideias e sugestões, desde o início até ao produto final.”



FOTOS: OTC/MS

# QUAL A TUA TRIBO?

Dos masculinos aos mais delicados, quais os relógios que são a "tua cara"?

POR INÉS MARGARIDA MARTINS

## MANLY



## SPORTY



## TRENDY



FOTOS: OFFICIAL ARTS.FIG

beleza bazar

**Desmaquiante de Olhos, Avène, 12,80€ (125 ml)**

**Máscara de rosto Modeling Pack açorola, Ettang, 4,95€**

**Gel Purificante, Martiderm, 16,25€ (200 ml)**

**Hydrabio Gel-Crème, Bioderma, 17,50€ (40 ml)**

**Lip Balm Lippy Cow Natural, Cowshed, 8,50€**

**Crème Estolante, Caudalie, 21€ (75 ml)**

**Crème de rosto Pure Active Hydratante Matificante, Garnier, 6,99€**

**8H MATIFICANTE NON-STO, Garnier**

**Borçade M Cuidado Sebom regulador Matificante, Noviderm, 13,96€ (90 ml)**

**Máscara de rosto Frito Detox Argilas Puras, L'Oréal Paris, 9,99€ (50 ml)**

**MÁSCARA ARGILAS PURAS**

**Ultimate Multi-Performance sistema de cuidados para olhos, Avon, 25€**

**Gel de Limpeza Oil Free, Elave, 15,70€ (200 ml)**

**Tea Tree Oil, The Body Shop, 9€ (10 ml)**

**THE BODY SHOP TEA TREE OIL**

**elave SENSITIVE HYDRATING CREAM CLEANSER**

**Fresh Cleansing Water, Youth Lab, 10,60€ (200 ml)**

**YOUTH LAB FRESH CLEANSING WATER**

**Smoothing Serum Naturals, Douglas, 12,95€ (200 ml)**

**Douglas NATURALS SMOOTHING SERUM**

**Máscara Biocelulosa Labios, Tameless Truth, 5,99€ (<http://glamsecret.com>)**

**Mascaras: Anti-impurezas à la mandorle, Masque Bio Cellulose Anti-impureté de la nuit, Masque Bio Cellulose Contour des lèvres, Anti-impureté Bio-Cellulose Mouth Care**

**COMPRAS ON BUDGET**

Há inúmeros produtos de cuidado de rosto que podes comprar sem perder a cabeça (e a carteira). Eis alguns deles apenas até 25€  
POR SANDRA MAURÍCIO

NOTES OFFICIAIS

Anexo 31: Beleza bazar novembro

CUIDADO PESSOAL

#5

ALGUNS PRODUTOS ELETOS PARA O OUTONO



Revitalizing Purifying Scrub Gel Skin Spacia, Comfort Zone, 40€ (50 ml)  
Gel esfoliante adequado às necessidades do rosto masculino. Além de remover as células mortas que restaram do bronzeado do verão, revitaliza a pele e permite uma melhor ação do creme do rosto.

Voyage, Aramis, 81,50€ (E.D.T., 110 ml)  
Trata-se de um aroma poderoso e sensual, ideal para devolver a energia nestes dias cinzentos. É de edição limitada.



Máquina de barbear Série 7000, Philips, 219,99€  
Segundo um estudo da marca, 40% das mulheres considera que o parceiro não retira bem os pelos do rosto depois do barbeado. Este é um dos comportamentos que mais irrita as mulheres (32%), sobretudo as da faixa etária entre os 30 e os 40 anos, cuja percentagem sobe para 4%.

Fix Mousse-Gel suave para fixação Tecni.Art, L'Oréal Professionnel, 15€ (100 ml)  
Permite fixar e controlar o cabelo, sem deixar um toque áspero, ao mesmo tempo que permite um movimento natural ao cabelo.



2 em 1 Cabelo & Corpo HYMM for man, Amway, 8,30€ (250 ml)  
A solução perfeita para lavar para o ginásio, já que é adequado ao cabelo e corpo. Contém extratos de hortêlisa-de-água e sais minerais para limpar e dar frescura, tendo ainda o efeito de condicionador no cabelo.



Sobretudo, C&A, 69,90€



Bomber Jacket, Zara, 69,95€



Sobretudo, Decenio, 229,95€



Buzão, Guess, 199,90€



Buzão, MO, 24,99€

ON TOP!  
Os casacos mais trendy do outono estão aqui



Blazer, Primark, 40€



Buzão, Lion of Patches, 389,90€



Parka, Pepe Jeans, 210€



Bomber jacket, Benetton, 350€



DELIAR



MURTOZAR



VICRI

POU: ANDREA IANNUCCI E NERI MARQUARDI; MARTINI: FOTOS: OFFICINE; DAN & CORINA; L'ORÉAL

# Cosmotiva-te TUDO SOBRE TI

## OLHA PARA O LADO MAIS BRILHANTE

Guarda a tristeza para as situações que realmente merecem e aproveita os bons momentos. Não tens de mudar quem és, mas podes dar um sentido mais feliz à vida

## PARA MAIS OTIMISMO...

### Falsifica-o

As ações podem afetar os pensamentos e as emoções, de forma a seres mais otimista. Age como tal.

### Vai atrás de metas

"As pessoas otimistas investem mais tempo e energia nas suas ambições, daí ser mais provável alcançarem-nas", diz Suzanne Segerstrom, professora de Psicologia na Universidade de Kentucky, EUA. Já as pessimistas desistem mais facilmente das suas metas e pensam que nada correrá bem. Cria um plano com os passos necessários para concretizares os teus sonhos.

### Cria o teu próprio grupo

Um estudo diz que as pessoas que aumentam as conexões nas redes sociais tornam-se mais otimistas. Imagina um futuro positivo e tudo será mais fácil.



FOTO: LUNA OF POCHEE



Consegue o look de capa de Kourtney Kardashian



Um presente de sobra?

# COSMOPOLITAN

Fun - Fearless - Female

G+j Portugal, Edições Publicidade e Distribuição, Lda.

CONSELHO DE GERÊNCIA  
MARTA ARIÑO  
ROLF HEINZ  
CARLOS FRANCO LOPEZ  
JOÃO FERREIRA

Directora SANDRA MAURÍCIO [smauricio@jportugal.pt](mailto:smauricio@jportugal.pt)  
Um voucher de viagens para o destino que quiseres.

Os seus presentes de aniversário são mais gratificantes do que os presentes de Natal e do Dia da Mãe. É assim?

REDAÇÃO E COLABORAÇÃO  
Inês Margarida Martins [imartins@jportugal.pt](mailto:imartins@jportugal.pt)  
Algo que precisa de ser mencionado: Não foi nada, apenas quer, independentemente do valor material, fazer interesse e dedicação.  
Rafael Santos [rsantos@jportugal.pt](mailto:rsantos@jportugal.pt)  
Rita Barreira [rbarreira@jportugal.pt](mailto:rbarreira@jportugal.pt)  
365 dias à descoberta de cada canto do mundo.

ARTE  
Coordenadora Ana Telma Neves [atneves@notopress.pt](mailto:atneves@notopress.pt)

Uma revista publicável.

ONLINE  
Rafael Santos [rsantos@jportugal.pt](mailto:rsantos@jportugal.pt)

COLABORARAM NESTE NÚMERO

Ana Carolina Barros, Ana Martins, Andreia Simões, Edilson Soares, Filipe Chambel, Hélder Fins, João Rodrigues, Leonor Pereira, Luís Têtaris, Margarida Martins, Mariana Basto Ferreira, Nuno Lourenço, Pedro Nascimento, Rita Andrade, Rita Patão, Rui Caldeira, Sara Costa, Sérgio Pereira, Virgínia Tavares  
FOTOGRAFIA: Matilde Travençolo, João Carlos Oliveira, Paula Bollinger, Rui Botas

Estimamos presentes de aniversário nos artigos da Total J.



Um presente de aniversário de aniversário para todos!

DEPARTAMENTO DE PUBLICIDADE  
Coordenadora de Publicidade Mariana Folgado [mfolgado@jportugal.pt](mailto:mfolgado@jportugal.pt)

Rua Politécnico Anjos, nº 4  
1495-742 CRUZ QUEBRADA/DAFUNDO  
Telefone: 211 30 90 67 - Fax: 21 415 45 01

Um 2017 cheio de sonhos e esperanças.

Director de Produção Nuno Boavista  
Director de Multimédia Alexandre Rodrigues  
Director de IT Pedro Alves  
Chefe de Distribuição Nuno Santos

Assinaturas e Edições atacadistas: Sara Tavares  
Telefone: (+351) 21 415 45 50 - Fax: (+351) 21 415 45 01 - E-mail: [assinaturas@notopress.pt](mailto:assinaturas@notopress.pt)

EDIÇÃO, REDACÇÃO E ADMINISTRAÇÃO:  
G+j Portugal - Edições, Publicidade e Distribuição Lda,  
Rua Politécnico Anjos, nº 4, 1495-742 CRUZ QUEBRADA/DAFUNDO, com o capital social de 133.318,02 euros, registada no Registo Comercial de Lisboa, nº 11754, cont. nº 506 480 909.  
Publicação registada na Entidade Reguladora para a Comunicação Social sob o nº 118304  
Depósito Legal nº 55 110/92 - ISSN nº 0074-0518  
Propriedade do título e licença de publicação de:  
The Hearst Corporation, 300 West 57th Street, New York, 10019-3791  
Impressão: Litográfica SA - Casal de Sta. Leopolitina, Quez de Baixo  
Distribuição: Urbanus Press, Rua 1.ª de Maio, Centro Empresarial da Granja  
2525-572 Valongo



## HEARST MAGAZINES INTERNATIONAL

President/CEO, Senior Vice President/CFO and General Manager: Susan Hauser  
Senior Vice President/International Publishing Director: Jeanette Chung, Senior Vice President/Editorial Director: Kim So, Chief Business Editor/Editor-in-Chief: Kristina Johnson  
Editorial Director: Jeonghyun Gallery Editor-in-Chief Cosmopolitan (1985-1997): Helen Gurley Brown Editor, Alicia de Sol, Editor, Alemanha: Kaja Delavak Editor, América Latina: Editor, Argentina: María José Gallo Editor, Austrália: Cherie Ashaw Editor, Brasil: Cristiane Nogueira Editor, Bélgica: Editor, Camarões: Anna Yvonnequahwara Editor, Chile: Iracelia Uribe Editor, China: Yvonne Lin Editor, Coreia: Hyun Jo-Kim Editor, Croácia: Aleksandra Drlje, Editor, Eslovénia: Marnca Capeta Parbo Editor, Espanha: Ana Ureña Editor, EUA: Michelle Proussalynko Editor, EUA/Latvia: Ana Victoria Tache Editor, Filipinas: Maria Mhinano Editor, Finlândia: Sanna Mustyminen Editor, França: Marie-Laurence Editor, Grécia: Editor, Holanda: Anne Marie de Vries Loozech Editor, Hong Kong: Rosyph Lee Kam Ying Editor, Hungria: Johanna Szabó Editor, Índia: Nandini Bhalla Editor, Indonésia: Fiboja Thongprasa Editor, Itália: Francesca Deleon Editor, Letónia: Editor, Lituânia: Violeta Kallikavskiene Editor, Malásia: Editor, Médio Oriente: Rosalie Dillow Editor, Mongólia: Editor, Polónia: Hanna Wójcik Editor, Reino Unido: Farrah Swan Editor, República Checa: Sabina Krasova Editor, Eslovénia: Diana Cohen Editor, Rússia: Polina Sokolovskaya Editor, Sérvia: Naja Veljkovic Editor, Sri Lanka: Tereza Abeywardene Editor, Tailandia: Orlan Katan Editor, Ucrânia: Oksandra Rypaska

Anexo 34: Look de capa dezembro



fashion news

Relógio Dreamy, 279€

Relógio Daytime, 279€

Relógio Daytime, 229€

Relógio City Mini, 349€

Relógio Crystaline Hours, 999€

Relógio Mercurio, 329€

# KLOSS PARA SWAROVSKI

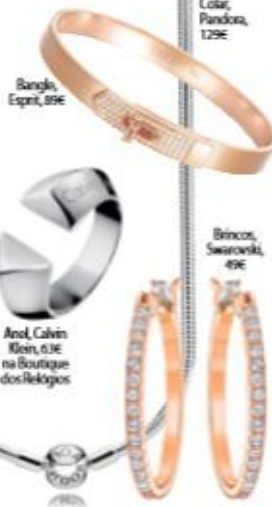
Entra nesta quadra festiva com um brilho e sofisticação Irrepreensíveis  
POR INÉS MARGARIDA MARTINS

Comemora o Natal com a super modelo norte-americana. Karlie Kloss dá a cara pela campanha festiva da marca de cristais austríaca Swarovski, e apresenta-nos várias sugestões verdadeiramente brilhantes. A aposta forte é nos relógios, mas a variedade de sugestões é enorme e para os mais diversos gostos. A marca, com mais de 120 anos no mercado, é mundialmente reconhecida pelas suas peças statement e, nesta quadra natalícia, apresenta-nos algumas sugestões mais clássicas e intemporais, com a utilização de cristais e muito requinte. Segue as inspirações de Kloss e brilha neste Natal.

FOTOS OFICIAIS

# P&R

Porque por vezes as dúvidas te impedem de arriscar, nós damos-te todas as respostas



Bangle, Esprit, 89€

Colar, Pandora, 129€

Anel, Calvin Klein, 6,3€ na Boutique dos Relógios

Brincos, Swarovski, 49€

## Bijou q.b.

**P:** Sou muito discreta no que toca à bijuteria e gosto de simplificar. Existe alguma regra ou limite no número ou mistura de peças?

**R:** Não existe uma regra específica, apenas o bom senso e, claro, o gosto pessoal. A mistura de metais está muito em voga, mas se preferes um look discreto opta por usar apenas duas ou três peças, no mesmo tom de metal e bem distribuídos – por exemplo: conjuga um anel com um colar e uns brincos com uma pulseira, em vez de focares todas as atenções apenas na cabeça ou nas mãos.

## Casacos da estação

**P:** Quais são os casacos mais em voga este outono/inverno em que vale a pena apostar?

**R:** Esta estação existe uma enorme variedade de modelos, print e materiais nos quais podes apostar sem remorsos. Dos pelos aos veludos, padrões florais, bomber jackets, anoraques, com patches ou de estilo militar, vale (quase) tudo! Eis alguns dos nossos preferidos.



Anoraque, Moby Black, 81,90€

FLORAL: os bombers em prints florais são verdadeira investimento esta estação.

Bomber Jacket, Springfield, 29,99€

Casaco do pelo, Safa, 159€

Casaco, Pinko, 545€



Sapatos, Solecio, 22,99€



VALENTINO

## LOOK 1

### Princess look

**P:** Adoro looks femininos e as saias midi de tule têm chamado muito a minha atenção, mas não sei como conjugá-las. Podem ajudar-me?

**R:** As saias em tule, plissadas ou franzidas, são um must e podem ser adaptadas a vários estilos, do mais girly ao mais edgy e rocker. Se és romântica e delicada, usa-as em tons nude e rosa, com padrões florais e alguns toques metalizados – showstopper!

## LOOK 2



Blusa, Gucci, 79,90€

Saia, Stradivarius, 15,95€

Botas, Doichmann, 29,90€

FOT: IRENE MARGARDA MARTINE; FOTOS: DANI & GONCALVES; OFICINA



**PASSO 1:** Aplica um produto de volume para que o cabelo ganhe "corpo" natural. O ideal é que de alguma rigidez aos fios para ajudar a fixar o penteado.



**PASSO 2:** Faz um itco ao meio e, numa das laterais, pega numa mecha de cerca de oito centímetros de largura e faz uma trança solta. Prende no final com um elástico. Depois de terminares, abre ligeiramente a trança para a deixar mais laça.



**PASSO 3:** Repete o passo anterior no outro lado. Separa o cabelo do topo da cabeça e prende ambas as tranças atrás, de forma a que fiquem escondidas.



**PASSO 4:** Com um modelador, começa a enrolar pequenas secções de cabelo. No final, fixa-as com um pouco de laca.



**PASSO 5:** Após teres ondulado toda a cabeleira, desfaz o encaracolado com os dedos ou uma escova ou pente de dentes largos. Finaliza pulverizando um spray de brilho.

**Dica**  
Acrescenta um pouco de champô seco nas raízes do cabelo do topo da cabeça para criar volume.

# PENTEADO DE FESTA

Se precisas de uma ideia simples mas muito eficaz para um look de festa, segue estes passos  
POR SANDRA MAURÍCIO

FOTOS: ANDRÉ VIEIRA; BEATRIZ HANAUER/STUDIO

**OKIT**

1. Escova Thick & Curly, Tangle Teezer, 14,90€
2. Laca sem gás Eco 13, Intuocosmo, 14,79€ (300 ml)
3. Spray de brilho, Davines, 10,90€ (200 ml)
4. High Rise Duo Volumizer, Rodan, 26,20€ (150 ml)
5. Express Dry Shampoo, Sephora, 10,95€ (150 ml)
6. Texturizing Salt Spray, Balmain, 11,50€ (50 ml, em lookfantastic.pt)
7. Modelador sem mola de 25 a 38 mm, Remington, 49,99€ (na Perfumes & Companhia)
8. Mini anel de cabelo Nano, Invisibobble, 3,45€ (3 unidades)

homem cosmo

# ZÉ MANEL

## E A PAIXÃO QUE O DETERMINA

TAMBÉM CONHECIDO COMO DARKO, O EX-VOCALISTA DOS FINGERTIPS REGRESSA AO MUNDO DA MÚSICA COM O CORAÇÃO CHEIO E UMA ALMA INQUIETANTE  
POR RITA BARREIRA

**A música sempre fez parte da tua vida, desde muito novo. Numa palavra, como defines o teu percurso até agora?**

Desafiante, talvez seja o termo mais apropriado. Todos os dias encontro novos obstáculos que testam o meu amor à minha arte.

**Mudarias alguma coisa ou sentes-te feliz com o caminho que tens percorrido?**

Nunca teria chegado a certas conclusões se não tivesse percorrido o percurso que me foi destinado. Por isso, posso dizer que gosto do lugar onde me encontro e que, se este foi o caminho necessário, estou satisfeito com ele.

**Qual consideras ser o maior desafio como músico e artista?**

Há diversos. Descobrimos o equilíbrio entre o que queremos e o que é necessário fazer para podermos viver da nossa arte. A falta de estabilidade financeira inerente a esta atividade artística e, finalmente, percebermos que abraçar a música como profissão nos exige muito mais do

que emitir os sons que sentimos.

**E o que pensas enquanto estás em palco ou a atuar?**

Não penso. Tento sempre superar-me em termos performativos e dar mais de mim, em cada atuação. Só elas podem trazer ao público a verdade com que quero pautar a minha música.

**Depois de quatro anos, como foi voltar às luzes e à azáfama do mundo da música? Sentes-te pronto para novas experiências?**

Sinto-me pronto para trabalhar, para partilhar. Quero demasiado isto para ter expectativas agigantadas em relação ao que possa acontecer. Só quero poder fazer o que gosto com honestidade e, se puder, ser reconhecido por isso.

**E o que poderemos esperar deste novo álbum *Owverexpression*?**

Verdade. Creio ser a palavra mais acertada. É um disco profundamente honesto e inspirado em situações intensas. Se isso se refletir nas músicas, fico com a sensação de missão cumprida.

## QUIZ

1. **Adorava fazer um dueto com:** Jeff Buckley  
2. **Um guilty-pleasure:** Christina Aguilera.  
3. **Antes de atuar:** Água  
4. **Viagem de sonho:** Qualquer uma que não tenha feito  
5. **Não saiu de casa sem:** Telemóvel

5. **Cantar é:** Quase tudo  
6. **Playlist do momento:** OH WONDER - *Without you*  
PJ HARVEY - *Is this desire?*  
DAMIEN RICE - *Elephant*  
JEFF BUCKLEY - *Libac Wine*

FIONA APPLE - *Why try to change me now*  
NICOLE EITNER AND THE CITIZENS - *The passive giver*  
JUNIP - *Line of fire*  
ERYKAH BADU - *Bag lady*  
THE INTERNET - *Special affair*  
TYCHO - *A walk* ■

# O NATAL ORIFLAME, POR RITA PEREIRA

“A minha lista de presentes de Natal já está pronta! Ofertas de grande qualidade e a um preço acessível, pensadas para mimar cada pessoa especial da minha vida. Encontrei-as no catálogo Oriflame, de uma forma prática e confortável e aqui ficam algumas das minhas sugestões! Espreita a minha lista de Natal completa em [www.oriflame.pt](http://www.oriflame.pt)\* Rita Pereira, Embaixadora Oriflame Portugal



**Para a mãe!**  
Cápsulas Factas de Óleo Nutri6 NovAge, PVP 38,95€ com oferta de Saco de presente



**Para a melhor Amiga**  
Coffret de Natal Love Potion, PVP 27,95€. Composto por Eau de Parfum e Creme de Corpo



**Para a Tia**  
Wellness Pack Woman, PVP 30,95€



**Para a irmã**  
Conjunto NovAge Ecollagen, PVP 99€



**Para o Pai**  
Coffret de Natal SR, PVP 22,95€ Composto por Eau de Parfum e Deo Roll On Antitranspirante



**Para os pequenos da família**  
Conjunto A Procura de Dory Disney: (Eau de Toilette - 8,95€, Sabonete - 2,45€, Gel de Duche - 5,95€); Conjunto Star Wars: (Eau de Toilette - 8,95€, Sabonete - 2,45€, Champô e gel de duche - 5,95€).

“AS MELHORES SUGESTÕES PARA UM NATAL ADORNADO DE MUITO AMOR E SORRISOS.”



**Para si!**  
Coffret de Natal My Destiny PVP 32,95€



FOTOS: ORIFLAME

Preços em vigor no catálogo 17, de 24 de novembro a 21 de dezembro