



Instituto Politécnico de Tomar

Escola Superior de Tecnologia de Tomar

**O impacto de uma pandemia no Design
Gráfico de Edições Periódicas**
Estudo de caso Correio da Manhã

Relatório de Estágio

Ana Sofia Santos de Almeida

Mestrado em Design Editorial

Orientado por:

Doutora Hália Costa Santos, IPT

Doutora Regina Aparecida Delfino, IPT

Tomar/outubro/2021

Resumo

Nos dias de hoje é essencial que o jornal seja apelativo, atraente e do interesse do seu leitor. O seu design gráfico e editorial é a base de todas essas características. Em tempos anómalos como os que decorrem atualmente, devido ao estado pandémico, a fidelidade dos leitores é essencial para a sobrevivência de um jornal.

O presente documento visa à análise da estrutura editorial e gráfica do jornal “Correio da Manhã”, no seguimento de um estágio curricular de 6 meses, realizado na empresa Cofina, nomeadamente no “Correio da Manhã”, estágio curricular realizado no âmbito do Mestrado de Design Editorial, do Instituto Politécnico de Tomar.

Numa primeira fase, será exposta a minha experiência profissional neste estágio, e todo o conhecimento adquirido, assim como todo o processo referente à produção editorial do jornal e a minha função e participação na realização do jornal diário.

Posteriormente será feito um estudo de caso, inserido no decorrer do estágio, que visa aprofundar o processo editorial da empresa em tempos de exceção (o estado pandémico em que nos encontramos). Que alterações ocorreram e de que modo esta situação afetou o normal funcionamento do jornal, tanto quanto à sua linha editorial bem como o design gráfico.

Os aspetos abordados neste documento, fundamentam-se na recolha de informação considerada relevante para o tema da investigação (incluindo observação diária sobre as opções ao nível editorial e ao nível do Design), assim como entrevistas realizadas a profissionais, com o objetivo de compreender e analisar as práticas adotadas ao longo do período em análise. Este documento, inclui também um enquadramento teórico desenvolvido com base em referências bibliográficas, de obras que abordam a temática.

Palavras-Chave: Design em tempo de Pandemia, Jornal, Estágio, Design Editorial, Covid-19

Abstract

Nowadays, it's essential that the newspaper is appealing, attractive and interesting to the reader. Its graphic and editorial design is the basis of all these characteristics. In exceptional times such as those currently occurring, due to the pandemic state, the loyalty of readers is essential for the survival of a newspaper.

This document aims to analyze the editorial and graphic structure of the Correio da Manhã newspaper, following a six month curricular internship held at Cofina company, namely at Correio da Manhã, a curricular internship carried out under the Master's in Editorial Design, from the Polytechnic Institute of Tomar.

In a first phase, my professional experience in this internship and all the knowledge acquired will be exposed, as well as the entire process related to the editorial production of the newspaper and my role and participation in the realization of the daily newspaper.

Subsequently, a case study will be carried out, inserted during the internship, a deepening of the company's editorial process in unusual times, the pandemic state in which we find ourselves. What changes have occurred and how has this situation affected the normal functioning of the newspaper, both in terms of its editorial line and graphic design.

The aspects addressed in this document are based on the collection of information considered relevant to the research topic (including daily observation of the options at the editorial level and at the Design level), as well as interviews carried out with professionals to understand and analyze the practices adopted over the period under review. This document also includes a theoretical framework, developed based on bibliographical references of works that address the theme.

Keywords: Pandemic Time Design, Newspaper, Internship, Editorial Design, Covid-19

Agradecimentos

Aos meus pais e aos meus irmãos pelo apoio incondicional, pela força e por acreditarem sempre em mim em todas as ocasiões e me dar o equilíbrio necessário para concluir este projeto, mesmo nos momentos mais difíceis me motivaram e ajudaram a superar todos os obstáculos.

Ao meu amigo Marco Freitas pela ajuda motivacional, emocional, por acreditar e me dar a força necessária para continuar este projeto.

Obrigada à minha amiga Vanessa Varela pelo apoio incondicional principalmente na fase final.

Um agradecimento ao Ricardo Sampaio, por todo o apoio logístico, pela revisão e ajuda neste projeto desde o início.

À professora Regina Delfino e à professora Hália Santos, por todo o apoio e acompanhamento neste trabalho.

A toda a equipa de paginadores no Correio da Manhã que me ajudaram tanto no estágio, como na recolha de informações cruciais para o desenvolvimento deste relatório.

Índice

Resumo	I
Abstract	III
Agradecimentos	V
Índice de figuras	IX
Índice de tabelas	X
Índice de gráficos	XII
Capítulo 1 - Introdução	2
Capítulo 2- Metodologia	6
Capítulo 3- Grupo Cofina	10
Capítulo 3.1 - História do grupo Cofina	10
Capítulo 3.2 - Publicações do grupo Cofina	10
3.2.1 - Datas importantes e relevantes sobre a evolução do grupo cofina:	12
Capítulo 4 - Jornal Correio da Manhã	14
4.1 - Caracterização do Correio da Manhã	14
4.1.1 Perfil do leitor	16
4.2 - Análise do jornal	17
4.2.1 - Formato e características gráficas	17
4.2.2 - Estrutura editorial do jornal	18
4.3.1 - Grelha do jornal	22
4.3 - Design gráfico	22
4.3.2 Cores	23
4.3.3 Infografias	26
4.3.4- Fotografia	29
4.3.5 - Publicidade	30
4.3.6- Processo de criação livre	32
4.4.1 - Construção de uma página	36
4.4 organização na edição do jornal	36
4.4.2 - Fecho de edição	38
Capítulo 5- relatório de estágio	40
5.1 -Introdução	40
5.2 - O meu percurso no jornal correio da manhã	40
Capítulo 6 -estudo de caso	46
6.1 - Objetivo da análise	47
6.2- Metodologia	47
6.3 Análise dos resultados	50
6.3.1 Secções em tempos de pandemia	50
6.3.1.1 - Dia com mais mortes referentes à 1º fase de pandemia	51
6.3.1.2 - Avaliação do dia com mais casos referentes à 1ª fase de pandemia	52
6.3.1.3 - Avaliação do dia com mais mortes referentes à 2ª fase de pandemia	52
6.3.1.4 - Avaliação do dia com mais casos referentes à 2º fase de pandemia	54
6.3.1.5 - Avaliação do dia com mais mortes referentes à 3º fase de pandemia	55
6.3.1.6 - Avaliação do dia com mais casos referentes à 3º fase de pandemia	56
6.3.1.7 - Análise comparativa de uma semana completa: segunda-feira	57
6.3.1.8 - Análise comparativa de uma semana completa: terça-feira	58
6.3.1.9 - Análise comparativa de uma semana completa: quarta-feira	59
6.3.1.10 - Análise comparativa de uma semana completa: quinta-feira	60
6.3.1.11 - Análise comparativa de uma semana completa: sexta-feira	61
6.3.1.12 - Análise comparativa de uma semana completa: sábado	62

6.3.1.13 - Análise comparativa de uma semana completa: domingo-----	63
6.3.2 - Fotografia em tempos de pandemia -----	66
6.3.3 - Infografias em tempos de pandemia -----	68
6.3.4 - Publicidade em tempos de pandemia -----	70
Conclusão-----	743
Referências Bibliográficas -----	787
Anexos I - análise infografica quantitativa dos jornais-----	843
anexos II - análise fotográfica quantitativa dos jornais-----	89
Anexos III - análise quantitativa e qualitativa da publicidade -----	94
Anexos IV - algumas das páginas criadas por mim -----	100
Anexos v - exemplo de páginas especiais -----	103
Entrevista jornalista cláudia machado-----	106
Entrevista diretor departamento gráfico -----	1067
Entrevista paginadores -----	108

Índice de Figuras

FIG. 1 LOGÓTIPO COFINA MEDIA	10
FIG. 2 LOGÓTIPO CORREIO DA MANHÃ	10
FIG. 3 LOGÓTIPO JORNAL RECORD	11
FIG. 4 LOGÓTIPO JORNAL DE NEGÓCIOS.....	11
FIG. 5 LOGÓTIPO DESTAK	11
FIG. 6 LOGÓTIPO SÁBADO	11
FIG. 7 LOGÓTIPO Tv GUIA.....	11
FIG. 8 LOGÓTIPO MÁXIMA	11
FIG. 9 LOGÓTIPO FLASH!.....	11
FIG. 10 LOGÓTIPO CM-TV.....	11
FIG. 11 LOGÓTIPO NOSSA APOSTA	11
FIG. 12 LOGÓTIPO CORREIO DA MANHÃ CANADÁ.....	12
FIG. 13 EXEMPLOS DE PÁGINAS DE ABERTURA DE SECÇÕES	19
FIG. 14 CONTINUAÇÃO DOS EXEMPLOS DE PÁGINAS DE ABERTURA DE SECÇÕES	20
FIG. 15 - CONTINUAÇÃO DOS EXEMPLOS DE PÁGINAS DE ABERTURA DE SECÇÕES.....	21
FIG. 16 FIGURA GRELHA DO JORNAL CORREIO DA MANHÃ (FONTE: AUTOR)	22
FIG. 17 CAPA JORNAL 27 DE MARÇO 2020 CAPA JORNAL 31 DE MARÇO 2020 CAPA JORNAL 05 MARÇO 2020	24
FIG. 18 DEMOSTRAÇÃO DAS CORES PRESENTES NO CORREIO DA MANHÃ FONTE: (DUARTE, 2020)	25
FIG. 19 INFOGRAFIAS FIXAS DIÁRIAS (FONTE: AUTOR)	26
FIG. 20 INFOGRAFIAS FIXAS DIÁRIAS COM TEMA COVID-19 (FONTE: AUTOR)	27
FIG. 21 INFOGRAFIAS MENSAIS.....	28
FIG. 22 INFOGRAFIAS MENSAIS (FONTE: AUTOR).....	28
FIG. 23 FOTOGRAFIA USADA COMO PARA ABERTURA DA PÁGINA	29
FIG. 24 FOTOGRAFIA É USADA COMO ELEMENTO CENTRAL DA PÁGINA (FONTE: AUTOR).....	29
FIG. 25 PLANO DE PUBLICIDADE (FONTE: AUTOR).....	30
FIG. 26 EXEMPLO DE UMA PUBLICIDADE EM PÁGINA.....	30
FIG. 27 DIAGRAMAÇÃO DA CRIAÇÃO DE UMA PÁGINA DA SECÇÃO VIDAS	32
FIG. 28 ALTERAÇÕES FEITAS À MÃO PARA CORREÇÃO DA PÁGINA	33
FIG. 29 EXEMPLO PÁGINA POLÍTICA SEM LAYOUT ALTERNATIVO	33
FIG. 30 EXEMPLO DE REPAGINAÇÃO DA PÁGINA 33 DO DIA 18 DE MARÇO 2021	34
FIG. 31 PLANO DIÁRIO DO JORNAL (FONTE: AUTOR)	36
FIG. 32 SIMBOLOGIA CROMÁTICA PARA FECHO DA EDIÇÃO DO JORNAL (FONTE: AUTOR).....	38
FIG. 33 CORREÇÕES FEITAS À MÃO-SECÇÃO SERVIÇOS (FONTE: AUTOR)	40
FIG. 34 DIAGRAMAÇÃO DA PROGRAMAÇÃO COM ANOTAÇÕES DO JORNALISTA (FONTE: AUTOR)	41
FIG. 35 ANOTAÇÕES DO PAGINADOR PARA CORREÇÕES (FONTE: AUTOR).....	42
FIG. 36 PÁGINAS DE 1 DE ABRIL 2021	44
FIG. 37 LEGENDA CROMÁTICA FOTOGRAFIAS	66
FIG. 38 EXEMPLO DE IMAGENS DE 2019 (FONTE: AUTOR)	67
FIG. 39 ANÁLISE FOTOGRÁFICA DO DIA COM MAIS CASOS NA 1ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR).....	67
FIG. 40 EXEMPLO DE IMAGENS DE 2020 (FONTE: AUTOR)	67
FIG. 41 LEGENDA CROMÁTICA INFOGRAFIAS.....	68
FIG. 42 EXEMPLO DE INFOGRAFIA ORIGINAL E APELATIVA.....	69
FIG. 43 LEGENDA DAS PUBLICIDADE EXISTENTES NO CORREIO DA MANHÃ	94

Índice de Tabelas

TABELA 1	TABELA DADOS TÉCNICOS CORREIO DA MANHÃ (FONTE: CORREIO DA MANHÃ (PORTUGAL))..	17
TABELA 2	JORNAIS ANALISADOS E SUAS CORRESPONDÊNCIAS (FONTE: AUTOR)	48
TABELA 4	ANÁLISE DA PUBLICIDADE DO DIA COM MAIS MORTES NA 1ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR) .	71
TABELA 3	ANÁLISE DA PUBLICIDADE DO DIA COM MAIS MORTES NA 3ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR).	71
TABELA 5	ANÁLISE DA PUBLICIDADE DO DIA COM MAIS CASOS NA 1ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR) ...	95
TABELA 6	ANÁLISE DA PUBLICIDADE DO DIA COM MAIS MORTES NA 1ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR)	95
TABELA 7	ANÁLISE DA PUBLICIDADE DO DIA COM MAIS MORTES NA 2ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR)	96
TABELA 8	ANÁLISE DA PUBLICIDADE DO DIA COM MAIS CASOS NA 2ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR)...	96
TABELA 9	ANÁLISE DA PUBLICIDADE DO DIA COM MAIS CASOS NA 3ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR) ..	97
TABELA 10	ANÁLISE DA PUBLICIDADE DO DIA COM MAIS MORTES NA 3ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR)	97
TABELA 11	ANÁLISE DA PUBLICIDADE -SÁBADO (FONTE: AUTOR).....	97
TABELA 12	ANÁLISE DA PUBLICIDADE -TERÇA-FEIRA (FONTE: AUTOR)	98
TABELA 13	ANÁLISE DA PUBLICIDADE -SEGUNDA-FEIRA (FONTE: AUTOR).....	98
TABELA 14	ANÁLISE DA PUBLICIDADE -DOMINGO (FONTE: AUTOR).....	98
TABELA 15	ANÁLISE DA PUBLICIDADE -QUARTA-FEIRA (FONTE: AUTOR)	99
TABELA 16	ANÁLISE DA PUBLICIDADE -QUINTA-FEIRA (FONTE: AUTOR)	99

Índice de Gráficos

GRÁFICO 1 PROCESSO DE CRIAÇÃO DE UMA PÁGINA DO CORREIO DA MANHÃ (FONTE: AUTOR)	37
GRÁFICO 2 ANÁLISE DAS SECÇÕES DO DIA COM MAIS MORTES NA 1ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR).....	51
GRÁFICO 3 ANÁLISE DAS SECÇÕES DO DIA COM MAIS CASOS NA 1ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR).....	52
GRÁFICO 4 ANÁLISE DAS SECÇÕES DO DIA COM MAIS MORTES NA 2ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR)...	53
GRÁFICO 5 ANÁLISE DAS SECÇÕES DO DIA COM MAIS CASOS NA 2ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR)	54
GRÁFICO 6 ANÁLISE DAS SECÇÕES DO DIA COM MAIS MORTES NA 3ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR)...	55
GRÁFICO 7 ANÁLISE DAS SECÇÕES DO DIA COM MAIS CASOS NA 3ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR)	56
GRÁFICO 8 ANÁLISE DAS SECÇÕES -SEGUNDA-FEIRA (FONTE: AUTOR).....	57
GRÁFICO 9 ANÁLISE DAS SECÇÕES -TERÇA-FEIRA (FONTE: AUTOR).....	58
GRÁFICO 10 ANÁLISE DAS SECÇÕES -QUARTA-FEIRA (FONTE: AUTOR).....	59
GRÁFICO 11 ANÁLISE DAS SECÇÕES -QUINTA-FEIRA (FONTE: AUTOR)	60
GRÁFICO 12 ANÁLISE DAS SECÇÕES -SEXTA-FEIRA (FONTE: AUTOR).....	61
GRÁFICO 13 ANÁLISE DAS SECÇÕES -SÁBADO (FONTE: AUTOR).....	62
GRÁFICO 14 ANÁLISE DAS SECÇÕES -DOMINGO (FONTE: AUTOR).....	63
GRÁFICO 15 ANÁLISE DAS INFOGRAFIAS DO DIA COM MAIS MORTES NA 2ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR).....	68
GRÁFICO 16 ANÁLISE DAS INFOGRAFIAS DO DIA COM MAIS MORTES NA 1ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR)	84
GRÁFICO 17 ANÁLISE DAS INFOGRAFIAS DO DIA COM MAIS CASOS NA 1ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR).....	84
GRÁFICO 18 ANÁLISE DAS INFOGRAFIAS DO DIA COM MAIS MORTES NA 2ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR).....	85
GRÁFICO 19 ANÁLISE DAS INFOGRAFIAS DO DIA COM MAIS CASOS NA 2ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR).....	85
GRÁFICO 20 ANÁLISE DAS INFOGRAFIAS DO DIA COM MAIS MORTES NA 3ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR).....	85
GRÁFICO 21 ANÁLISE DAS INFOGRAFIAS DO DIA COM MAIS CASOS NA 3ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR).....	86
GRÁFICO 22 ANÁLISE DAS INFOGRAFIAS -SÁBADO (FONTE: AUTOR).....	86
GRÁFICO 23 ANÁLISE DAS INFOGRAFIAS -DOMINGO (FONTE: AUTOR).....	86
GRÁFICO 24 ANÁLISE DAS INFOGRAFIAS -SEGUNDA-FEIRA (FONTE: AUTOR)	87
GRÁFICO 25 ANÁLISE DAS INFOGRAFIAS -TERÇA-FEIRA (FONTE: AUTOR)	87
GRÁFICO 26 ANÁLISE DAS INFOGRAFIAS -QUARTA-FEIRA (FONTE: AUTOR)	87
GRÁFICO 27 ANÁLISE DAS INFOGRAFIAS -QUINTA-FEIRA (FONTE: AUTOR)	88
GRÁFICO 28 ANÁLISE FOTOGRÁFICA DO DIA COM MAIS MORTES NA 1ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR).89	
GRÁFICO 29 ANÁLISE FOTOGRÁFICA DO DIA COM MAIS CASOS NA 1ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR)....	89
GRÁFICO 30 ANÁLISE FOTOGRÁFICA DO DIA COM MAIS MORTES NA 2ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR)90	
GRÁFICO 31 ANÁLISE FOTOGRÁFICA DO DIA COM MAIS CASOS NA 2ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR) ...	90
GRÁFICO 32 ANÁLISE FOTOGRÁFICA DO DIA COM MAIS MORTES NA 3ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR).91	
GRÁFICO 33 ANÁLISE FOTOGRÁFICA DO DIA COM MAIS CASOS NA 3ª FASE DA PANDEMIA (FONTE: AUTOR)....	91
GRÁFICO 34 ANÁLISE FOTOGRÁFICA -SÁBADO (FONTE: AUTOR)	91
GRÁFICO 35 ANÁLISE FOTOGRÁFICA -SEGUNDA-FEIRA (FONTE:AUTOR)	92
GRÁFICO 36 ANÁLISE FOTOGRÁFICA -DOMINGO (FONTE: AUTOR)	92
GRÁFICO 37 ANÁLISE FOTOGRÁFICA -TERÇA-FEIRA (FONTE: AUTOR).....	92
GRÁFICO 38 ANÁLISE FOTOGRÁFICA -QUARTA-FEIRA (FONTE: AUTOR).....	93
GRÁFICO 39 ANÁLISE FOTOGRÁFICA -QUINTA-FEIRA (FONTE: AUTOR)	93

...Introdução...

Introdução

No seguimento do Mestrado em Design Editorial do Instituto Politécnico de Tomar, tive a oportunidade de realizar um estágio curricular, na empresa Cofina no departamento de arte do Correio da Manhã (CM).

A realização deste estágio teve como principal objetivo a experiência profissional, visando o meu crescimento no Design Editorial e Gráfico, colocando em prática todos os conhecimentos teóricos adquiridos ao longo do Mestrado.

Existem diversos grupos editoriais, que levam a uma elevada concorrência, sendo o jornal CM um jornal popular, é essencial que se destaque e marque a diferença dos seus concorrentes. Estas mudanças não existem apenas nas notícias, mas também no seu design, este fator foi o que me levou a abordar o tema do design gráfico e editorial deste jornal em particular.

No entanto no dia 11 de março de 2020 a Organização Mundial da Saúde (OMS), declarou que estávamos perante uma pandemia à escala global, com o vírus SARS-CoV-2 (COVID-19), (*Histórico da pandemia de COVID-19 - OPAS/OMS | Organização Pan-Americana da Saúde*, [2020])

Na tentativa de se conter a pandemia, muitas medidas foram implementadas, numa fase inicial e de ainda algum desconhecimento quer da comunidade científica, quer dos governos, foi declarado Estado de Emergência Nacional, algumas medidas de contingência foram tomadas, entre as quais o confinamento domiciliário, o recolher obrigatório, uso obrigatório de máscara na rua para deslocações previstas na lei, foram algumas das normas aplicadas.

Todas estas regras com base legal em estado de emergência, levaram a que os recursos financeiros tivessem de ser direcionados para a saúde.

Com o recolher obrigatório, foi notório que todos os sectores sofressem drasticamente com a ausência das pessoas nas ruas, tendo havido em consequência das medidas de contingência o fecho de diversos estabelecimentos, o que inevitavelmente levou a um forte impacto económico, e consequentemente a falência de inúmeras empresas de vários sectores da atividade.

Uma das soluções encontradas pelo Estado Português, para as empresas, nomeadamente grandes escritórios, onde existem diversos colaboradores num mesmo departamento, foi o recurso ao layoff que consiste no pagamento pela entidade patronal de $\frac{1}{3}$ do ordenado base, o Estado remunera $\frac{1}{3}$ e o trabalhador acomoda o remanescente. Outra das medidas implementadas, foi o regime de teletrabalho obrigatório para todos os sectores onde este modelo se aplicasse, como foi o caso do Grupo Cofina, e diversos jornais a nível Mundial.

Estando a vivenciar toda esta situação atípica, enquanto iniciava o meu estágio, achei deveras pertinente analisar o efeito dessa “nova realidade” no funcionamento do jornal, assim como o teor das suas notícias e como essas mudanças afetaram o design gráfico e editorial do jornal, desta reflexão surgiu o tema “O impacto de uma pandemia no design gráfico de Edições Periódicas - Estudo de caso Correio da Manhã”

Capítulo 2

... Metodología ...

Capítulo 2- Metodologia

O design editorial é uma característica importante nos jornais, é uma marca gráfica e tem como objetivo a individualidade e definição de cada jornal. De acordo com Lucie (2001) Lacava, ex-presidente da Society for News Design (SND) e consultora na área do design de jornais, o design traz ordem e funcionalidade.

Este trabalho tem como metodologia uma análise documental de diversas datas do Jornal Correio de Manhã, com o objetivo de aferir todas as alterações gráficas e editoriais do Jornal. Mario García (2017), no congresso da Association Press Institute, sobre o futuro dos jornais, defendeu a ideia de que os jornais serão um produto com uma inevitável maior proximidade aos meios de informação multimédia. Assim sendo independentemente dos tempos incomuns que estejamos a passar o jornal será sempre um meio de comunicação essencial no dia a dia do público.

Com o passar dos anos e o surgimento de novas tecnologias multimédia, ainda mais num momento em que as pessoas estão sob restrições de circulação, as audiências da televisão, internet e rádio aumentaram drasticamente, assim vai ser analisado como o jornal se viria a adaptar a esta nova realidade. Mário Garcia defendia que os jornais estão cada vez mais a ter um design minimalista, com mais espaços em branco, superlativas qualidades nas fotografias e adaptar os seus conteúdos aos seus leitores.

Uma das metodologias usadas neste trabalho é a análise documental. Considerando que o objetivo é identificar e analisar as alterações ocorridas no Correio da Manhã na altura da pandemia, entendeu-se que o ponto de partida deveria ser uma comparação entre edições (dias cruciais da ‘era Covid’ e dias equivalentes do ano anterior, um tempo considerado de ‘normalidade’).

Foram também realizadas entrevistas a alguns elementos da redação, durante o meu estágio, com vista à obtenção de informações sobre o funcionamento antes da pandemia, de forma que eu pudesse efetuar a comparação com os tempos que eu estava a vivenciar fruto da situação pandémica.

Na primeira análise, foram efetuados os levantamentos de todos os elementos gráficos, como imagens, infografias, publicidade e número de elementos em página.

Seguidamente foi analisada toda a estrutura editorial do jornal, tudo o que está ligado a textos e conteúdos nas notícias. Com o objetivo de comparar estes elementos em época de pandemia e tempos considerados normais.

Capítulo 3

....Grupo Cofina....



Fig. 1 Logótipo Cofina Media

Capítulo 3 Grupo Cofina

Capítulo 3.1 – História do grupo Cofina

O Grupo Cofina é um grupo editorial composto por diversas publicações, foi fundado em 1995, passados cerca de 26 anos continua a ser um dos grupos mais importantes no meio editorial. Apesar de ser detentor de diversos negócios na área dos Média, não é apenas nessa área que o grupo investe, tendo negócios a nível da produção de aço e pasta de papel.

A nível estratégico, a empresa estabelece como sua principal meta o reforço da rentabilidade dos ativos existentes, através do crescimento do EBITDA (“earnings before interest, taxes, depreciation and amortization” – ou seja, os “lucros antes de juros, impostos, depreciação e amortização”).¹

Atualmente o grupo Cofina é o líder de mercado, em Portugal e a terceira maior empresa do setor de media, em termos de capitalização bolsista, cotada na bolsa de Lisboa. A ambição da empresa continua a ser a de liderar o mercado português dos media, procurando desenvolver uma estratégia de desenvolvimento, assente no reforço da sua posição competitiva e na criação de valor para todos os acionistas.

Capítulo 3.2 – Publicações do grupo Cofina

O referido estágio teve como sede o Grupo Cofina localizado em Lisboa. O grupo Cofina é detentor de diversos meios de comunicação tanto impressa como Média digital. Deste grupo fazem parte as seguintes edições (Cofina, 2021):

Jornais:²

- **Correio da Manhã:** Jornal diário com mais de 100 mil exemplares vendidos por dia, fundado em 1979, pertence ao grupo Cofina desde 2020. Tem um estilo jornalístico diferenciado e por isso é o jornal mais popular nacionalmente.



Fig. 2 Logótipo Correio da Manhã

¹ Informação retirada de http://www.cofina.pt/about-cofina/strategy.aspx?sc_lang=pt-PT -02-09-2021

² Dados retirados de: http://www.cofina.pt/business-overview/newspapers.aspx?sc_lang=pt-pt 2021

- **Record:** Jornal diário desportivo, apesar de cobrir mais a área futebolística, líder nesse mercado. Tem uma média de 47 mil exemplares por dia, adquirido pelo grupo em 1999.
- **Jornal de Negócios:** Jornal diário de economia, estratégico para o grupo Cofina vende cerca de 8 mil exemplares por dia.
- **Destak:** Jornal diário distribuído gratuitamente em Portugal, foi criado por um grupo de jovens em 2001 e totalmente adquirido pelo grupo em 2014.

Revistas:³

- **Sábado:** Revista semanal, rigorosa e diversificada, referência no jornalismo de qualidade é líder do seu segmento desde 2007. Foi fundada em 2004.
- **TV Guia:** Revista generalista exclusivamente para temas televisivos, vende cerca de 70 mil exemplares por dia.

Revistas Online:

- **Máxima:** Revista mensal feminina lançada em 1988, abordando temas como moda, maquilhagem.
- **Flash:** Revista semanal publicada desde 2003, aborda informações sociais com uma linguagem simples e acessível, vende cerca de 50 mil exemplares por semana.

Canal televisivo: 4

- **CMTV:** Versão televisiva do jornal Correio da Manhã fundada em 2013.

Nossa Aposta:

O grupo Cofina criou em 2017 uma empresa “Nossa Aposta”, com o objetivo de oferecer aos jogadores descontos e diversão.⁵



Fig. 3 Logótipo Jornal Record



Fig. 4 Logótipo Jornal de Negócios



Fig. 5 Logótipo Destak



Fig. 6 Logótipo Sábado



Fig. 7 Logótipo Tv Guia



Fig. 8 Logótipo Máxima



Fig. 9 Logótipo Flash!



Fig. 10 Logótipo CM-TV



Fig. 11 Logótipo Nossa Aposta

3 Dados retirados de: http://www.cofina.pt/business-overview/magazines.aspx?sc_lang=pt-pt (2021)

4 http://www.cofina.pt/business-overview/cmtv.aspx?sc_lang=en

5 Informação retirada de: (Sobre Nós | Nossa Aposta, 2021)



Fig. 12 Logótipo Correio da Manhã Canadá

Existe também o CM Canada Online, onde as notícias são em português e algumas notícias mais relevantes em termos nacionais são replicadas para o Canadá, o restante das notícias são notícias locais.

3.2.1 - Datas importantes e relevantes sobre a evolução do grupo Cofina:

- 1995: formação do grupo Cofina Media, que se iniciou com um capital social de 5 milhões de euros
- 1999: aquisição da Investec (holding de media)
- 2000: aquisição do jornal Correio da Manhã
- 2002: aquisição da TV Guia
- 2004: lançamento da revista Sábado
- 2006: aquisição do Destak.
- 2007: lançamento do Destak São Paulo
- 2009: aquisição da edição portuguesa do jornal Metro
- 2009: lançamento do Destak Rio de Janeiro
- 2010: lançamento do Destak Brasília
- 2011: lançamento do Destak Campinas
- 2013: lançamento do “cm tv” (canal de televisão por cabo)

Capítulo 4

...Correio da Manhã...

Capítulo 4

Jornal Correio da Manhã

4.1 Caracterização do Correio da Manhã

O jornal Correio da Manhã foi fundado em 1979, tendo sido nos anos 2000 adquirido pelo grupo Cofina. (*Jornais*, 2021, p. 4), é considerado um jornal generalista popular, é um jornal diário com mais de 110 mil exemplares vendidos diariamente (*Jornais*, 2021), formato Tabloide (Tabela 1).

“O Correio da Manhã é o líder absoluto das audiências online em Portugal e o único jornal com mais de três milhões de leitores. Este é o resultado do ranking net Audience relativo a fevereiro que acaba de ser divulgado pela Marktest. Depois de ter atingido o seu melhor recorde de tráfego em janeiro, o CM online alcançou em fevereiro 3,3 milhões de pessoas enquanto a TVI se ficou pelos 3,0 milhões e ocupa o segundo lugar deste índice. Mais abaixo, com 2,8 milhões de alcances está o JN.” (*Marktest*, 2020)

O Correio da Manhã é sem dúvida um dos jornais mais populares, e adquiridos pelos leitores, tanto fisicamente como no modo digital o jornal tem cada vez mais leitores e apreciadores do seu conteúdo, como foi citado é o site de notícias mais visitado em Portugal.

É considerado um Jornal generalista popular, esta caracterização acarreta algumas características gráficas, linguísticas e visuais.

Sendo o Correio da Manhã um jornal popular, tende a agradar e chamar a atenção do leitor com palavras exageradas e repetidas, como podemos ver na citação seguinte da comparação de uma notícia com o mesmo tema, mas dada por um jornal de referência e outra pelo Correio da Manhã.

“No CM é notória a concentração e repetição de palavras do campo lexical de crime: só nos dois primeiros parágrafos, a palavra tiro é usada quatro vezes, morte, três vezes, a par de arma, matar e sangue. Os termos neutrais sequestro e assalto, no Público, correspondem, no CM, a drama e pesadelo. Expressões coloquiais, como «assinar a sentença de morte», «estar entre a vida e a morte», «atirar a matar», ausentes no texto do Público, marcam lugar no do CM.” (*Linguagem tablóide (1) - O nosso idioma - Ciberdúvidas da Língua Portuguesa*, 2008)

De acordo com os resultados apresentados no Eye-Trac ® Research, quando é usada uma fotografia de grande dimensão, títulos compostos por poucas palavras, mas grandes em escala, são o segundo elemento a captar a atenção inicial do leitor.

“O site Correio da Manhã voltou a ser o preferido dos portugueses no mês passado. Em julho, o CM online alcançou 3 236 518 de leitores (quota de mercado de 37,8%), segundo os dados do netAudience da Marktest, divulgados esta terça-feira.” (*Correio da Manhã líder da informação online*, [2021])

Podemos verificar que um jornal popular apresenta temas mais relacionados com acidentes, crimes ou assuntos polémicos, abordados com especial enfoque no protagonista ou nos atos em si, as informações são dadas com um vocabulário muito acessível ao povo, sendo por vezes até recorrerem ao calão, (como: bronca, fulano, euforia, caos). O design deste tipo de publicação é composto pelo exagero de certos recursos gráficos como títulos muito grandes em maiúsculas, com o uso de cores muito vibrantes.

Se formos analisar o perfil dos leitores deste tipo de conteúdo podemos concluir que a maioria são: Homens com idades compreendidas entre os 25 e 46 anos (A análise dos dados do 1º relatório de 2017 do Barreme Imprensa).

4.1.1 Perfil do Leitor

O critério de noticiabilidade do jornal Correio da Manhã tem uma cobertura emocional com uma forte dramatização do acontecimento reportado (Agee e Traquina, 1984). Um enfoque que destaca um enquadramento servido de soft news, informações relacionadas com as “debilidades humanas” (Tuchman, 1978) e leituras jornalísticas simplificadas em relação aos fenômenos sociais em análise. O que corresponde ao perfil dos leitores do Correio da Manhã, pois 74,7% possuem habilitações ao nível do ensino básico e apenas uma percentagem de 6,1% dos leitores possui habilitação superior (Carriço, 2017). No Correio da Manhã que ressalta uma cobertura mediática de dramatização, com um tom de espetacularização, com um teor escandaloso (Fragoso, 2010; Lima e Reis, 2014).

4.2 – Análise do Jornal

4.2.1 Formato e características gráficas

Apesar de já existir um maior cuidado com as imagens usadas, ainda assim estas são pouco relevantes, informativas ou ilustrativas da notícia em si. Este tipo de jornal também aposta muito nas secções de Desporto e Vidas, secções essas apelativas para os leitores.

Dados Técnicos	
Data de Fundação	19 de Março de 1979
Empresa	Cofina Media
Sistema de impressão	Offset
Número de cores	Quadricromia
Formato	Tablóide - 370mm X 275mm
Módulos	12
Número de colunas por página	5
Largura da coluna	47
Espaço entre colunas	4mm
Distribuição	Nacional

Tabela 1 Tabela Dados Técnicos Correio da Manhã (Fonte: Correio_da_Manhã)

O Correio da Manhã é um jornal a cores de impressão offset, sem agrafos, composto por 42, 48 ou 52 páginas diárias dependendo dos dias da semana. A edição de Domingo é composta por 52 páginas, todas as outras edições são compostas por 48 páginas, salvo que desde o mês de fevereiro de 2021, tenha sido iniciada uma edição semanal de 44 páginas diárias por norma na edição impressa à Quarta-feira, de modo a reduzir os custos.

“Em fevereiro de 2021 devido à diminuição de vendas, todas as publicações da Cofina tiveram uma redução de páginas uma vez por semana. O Correio da Manhã passou a ter 44 páginas.” (Paginadores, 2020)

4.2.2 Estrutura Editorial do jornal

O jornal é dividido por secção e cada secção é caracterizada por cor diferente (Figura 13), esta indicação ocupa um retângulo de duas colunas e meia no canto superior esquerdo da página. No CM as secções sem pandemia são as seguintes:

- **Opinião** – página composta por: quiosque, figura do dia, foto legenda, sumário, coluna dia a dia, crónica e estatística.
- **Atualidade** – são abordados os temas mais polémicos a acontecer no país
- **Portugal e Sociedade** – Notícias referentes à realidade que ocorre no país
- **Política, Economia e Bolsa** – Notícias do teor político e económico
- **Mundo** – informações relevantes dos acontecimentos mais marcantes no Mundo
- **Televisão & Media** – notícias relacionadas com o teor televisivo
- **Cidades e Ambiente** – Notícias mais direccionadas para a zona norte, e Algarve e temas ambientais
- **Cultura & Espetáculos** – informações para dar a conhecer eventos diversos
- **Desporto** – notícias relacionadas com desporto.
- **Serviços⁶** – agendas de farmácias, meteorologia, horóscopo.
- **Lazer** – parte do jornal composta por cartoons e jogo de palavras
- **Cartaz de Espetáculos⁷** – informação sobre os cinemas, teatros e exposições a nível nacional
- **Programação** – programação dos 4 canais televisivos portugueses
- **Vidas** – notícias do mundo dos famosos
- **Penúltima** – esta página é composta por vários elementos: começa no cabeçalho com a frase do dia, (frase tirada da edição com recorte do autor), entrevista (discurso direto), últimas (3 notícias mais vistas online, obituário, Cartoons (Mafalda), Bananal e sua crónica, (espaço dedicado ao humor), foto-legenda

⁶ Estas secções são criadas em 4 páginas diferentes, uma para cada região do jornal. Sendo essas: Porto, Braga, Algarve e Lisboa

⁷ Estas secções são criadas em 4 páginas diferentes, uma para cada região do jornal. Sendo essas: Porto, Braga, Algarve e Lisboa

- **Última** – página composta pelos seguintes elementos: notícias de última hora, foto legenda, coluna de opinião, 3 personalidades e uma crónica.
- **Especiais** – páginas normalmente as centrais, referentes a um tema especial.

O CM, além do jornal diário, tem dias em que contempla suplementos, por exemplo: suplemento Vidas (sai ao sábado), domingo, sexta que saem agregados ao jornal, o suplemento classificado sai em todas as edições, e refere-se à publicidade do jornal.



Fig. 13 Exemplos de páginas de abertura de secções (Fonte: Autor_Arquivo_CM)

4.3 – Design gráfico

4.3.1 Grelha do Jornal

Grelha de paginação é uma divisão geométrica do espaço a utilizar, permite-nos criar uma coerência ao longo do projeto assim como organizar os diversos elementos de forma hierárquica e interessante.

“Good design uses a precise grid, with combinations of columns, based on a specific basic set, let us say five or six, from which other combinations are created.” (Garcia, 2002 p.18)⁸

Segundo Mário García a grelha é um elemento base, onde são aplicados e conjugados os diversos elementos gráficos da forma mais pertinente e adequada a cada identidade da página, prevalecendo sempre o equilíbrio e harmonia gráfica.

A grelha começa por representar uma estrutura separada verticalmente por espaços iguais com colunas e entrelinhas definidas, este mecanismo é essencial para o bom grafismo do projeto. Podemos observar a grelha do CM na Fig.16.

“The grid is used by the typographer, graphic designer, photographer and exhibition designer for solving visual problems in two and three dimensions. (...) The reduction of the number of visual elements used and their incorporation in a grid system creates a sense compact planning, intelligibility, and clarity, and suggests orderliness of design. This orderliness lends added credibility to the information and induces confidence. information presented with clear and logically set out titles, subtitles, texts, illustrations and captions will not only be read more quickly and easily but the information will also be better understood and retained in the memory.” (Muller-Brockmann, 1981; p.10)⁹

Muller-Brockmann defende que a grelha não é apenas uma estrutura geométrica, mas sim uma questão de profissionalismo, revela o cuidado do designer assim como o seu conhecimento e dedicação ao trabalho.

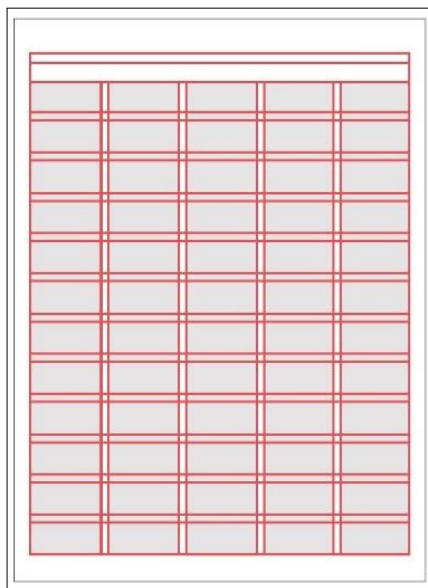


Fig. 16 Figura Grelha do jornal
Correio da Manhã
(Fonte: Autor)

⁸ "Um bom desenho utiliza uma grelha precisa, com combinações de colunas, com base num conjunto básico específico, digamos cinco ou seis, a partir do qual são criadas outras combinações". (Garcia, 2002 p.18) – (tradução livre)

⁹ "A grelha é utilizada pelo tipógrafo, designer gráfico, fotógrafo e designer de exposições para a resolução de problemas visuais em duas e três dimensões. (...) A redução do número de elementos visuais utilizados e a sua incorporação num sistema de grelha cria um sentido de planeamento compacto, inteligibilidade e clareza, e sugere a ordenação do design. Esta ordenação dá mais credibilidade à informação e induz confiança. informação apresentada com títulos claros e logicamente definidos. subtítulos, textos, ilustrações e legendas não só serão lidos mais rápida e facilmente como também a informação será melhor compreendida e retida na memória." (Muller-Brockmann, 1981; p.10) - (tradução livre)

Podemos concluir que a utilização de uma grelha no jornal é essencial para o bom funcionamento e coerência da edição, todos os elementos gráficos básicos ficam definidos à partida como margens, espaços em branco, assim como garantir a estabilidade e organização dos conteúdos, uma vez criada uma sólida e versátil grelha de paginação.

Os elementos devem ser distribuídos na página de acordo com o grau de importância que assumem, estabelecendo-se assim hierarquias, quer pela escala, quer pela colocação.

No caso do Correio da Manhã é composto por uma grelha de 5 colunas, com 47 mm de largura cada, o espaçamento entre cada coluna é de 4mm, e também por 12 módulos (divisão horizontal da mancha gráfica). Todos os elementos gráficos do jornal respeitam esta grelha (Fig.16). O jornal apresenta o tamanho tabloide 275 x 370 mm.

4.3.2 Cores

Conforme Carvalho (2012) no fim do século XX, começou a aparecer a utilização de cor nas edições impressas começando por aparecer inicialmente em alguns textos pontuais em algumas páginas, não há muito tempo, por volta dos anos 80, os jornais começaram a imprimir também as imagens a cores, havendo páginas completas de cor.

O aparecimento da cor veio mostrar também a importância da apresentação gráfica, apesar de por vezes a cor ser menos usada ou contida devido a questões económicas. Resaltando que atualmente esta questão económica já não se aplica devido à mecanização e surgimento das impressões em massa.

The publication of today uses color to communicate, to energize the canvas, to attract the eye, to move it from here to there, and, ultimately, to leave an impression, ephemeral as it may be. (...) Assigning color to a page, to the cover of a book, or to a website screen requires consideration of both Three important characteristics of color are movement, temperature, and symbolism. (Garcia, 2002)¹⁰

A cor tem um papel fundamental, como referiu Mário Garcia, a cor representa muito mais que apenas um elemento

¹⁰ A publicação de hoje usa a cor para comunicar, para energizar a tela, para atrair o olho, para o mover daqui para ali, e, em última análise, para deixar uma impressão, por mais efêmera que seja. (...) Atribuir cor a uma página, à capa de um livro, ou a um ecrã de website requer consideração de ambas três características importantes da cor são o movimento, a temperatura, e o simbolismo. (Garcia, 2002) - (tradução livre)

estético, há cores como o amarelo que prendem o leitor, assim como o vermelho é associado a uma cor quente, que transmite paixão e drama. Em suma, a cor tem um papel fundamental na elaboração da página, tendo também como função orientar o leitor na sua interpretação da página.

No caso do Correio da Manhã, podemos verificar que na primeira página são muito utilizadas as cores vermelho, azul e amarelo. As duas primeiras são cores quentes que remetem a sensações de urgência e chamam a atenção do olho humano. (Fig.17)



Fig. 17 Capa jornal 27 de março202 | Capa jornal 31 de março 2020| Capa jornal 05 março 2020 (Fonte: Arquivo CM)

Conforme referido anteriormente, as cores são um dos elementos identificadores das secções, além do nome tornando fácil a sua identificação.

De seguida identificarei as cores usadas no Correio da Manhã:



Fig. 18 demonstração das cores presentes no Correio da Manhã
Fonte: (Duarte, 2020)

4.3.3 Infografias

Infografias são elementos fundamentais para a elaboração do jornal, principalmente na demonstração de dados estatísticos ou informativos (Figura 19). Muitas vezes as infografias são a melhor opção jornalística.

“Good infographics are based on the purist design strategies: they are clean and they are focused on just a few ideas. The best ones are small and concentrate on basic information, without attempting to be too textbook-like or encyclopedic in approach. A complicated graphic defies its purpose.” (Garcia, 2002, p 184) ¹¹

Como refere Marco Garcia, infografias são junções de imagens, textos, diagramas, ilustrações de com o propósito de demonstrar determinado assunto de forma clara objetiva e imediata, podem ser mapas, tabelas, acontecimentos, etc. Estas são compostas por título, texto, elementos gráficos e a fonte dos dados.

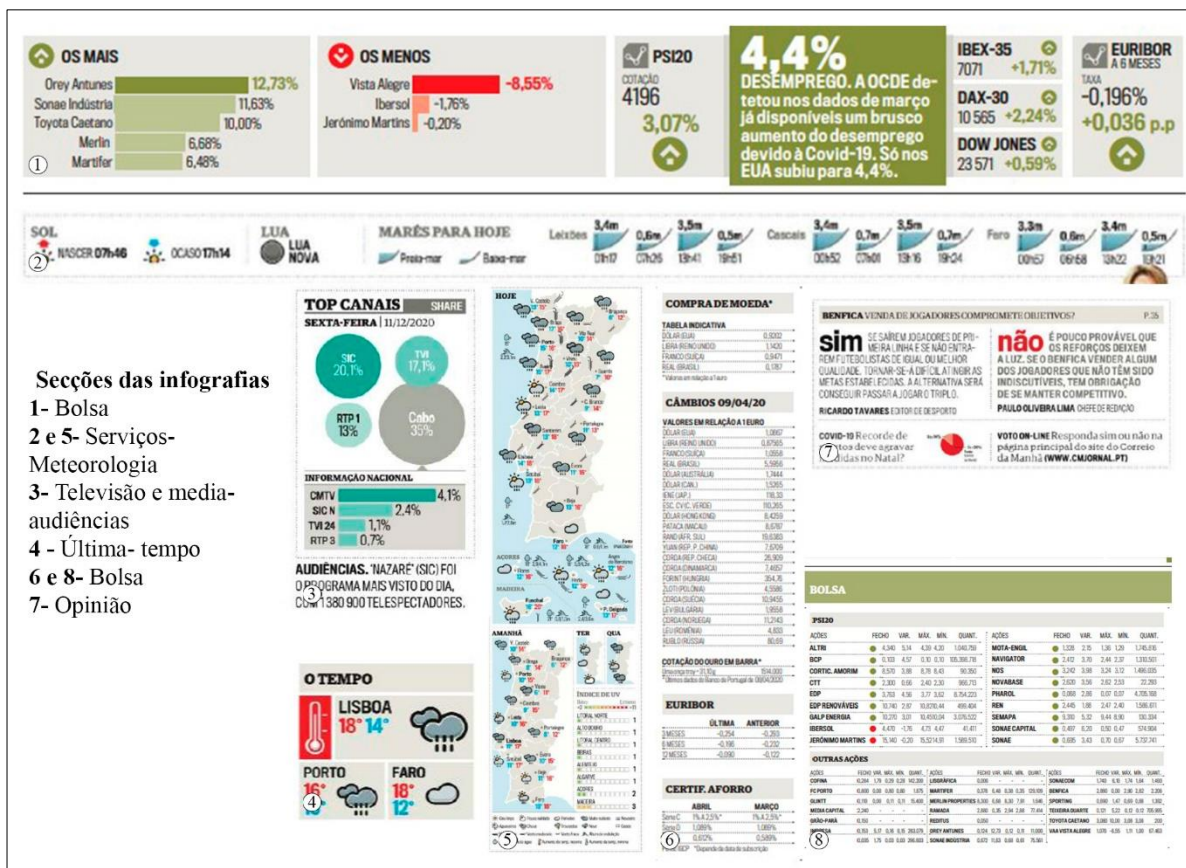


Fig. 19 Infografias fixas diárias (Fonte: Autor)

¹¹ "Os bons infográficos baseiam-se nas estratégias de design puristas: são limpos e estão focados apenas em algumas ideias. As melhores são pequenas e concentram-se em informação básica, sem tentarem ser demasiado textuais ou enciclopédicas na abordagem. Um gráfico complicado desafia a sua finalidade". (Garcia, 2002, p 184) - (tradução livre)

No Correio da Manhã existem as infografias impressas diariamente, (Fig 19), designadas por infografias fixas como os quadros da bolsa, o mapa do tempo, situado na secção “Agenda”, ou as audiências na secção “Televisão & Média”.

Quando existe um tema recorrente que exige a demonstração infográfica de dados, por exemplo, também são criadas infografias fixas para esse tema como foi o caso do estado de pandemia, e todos os dados relacionados com as infografias, sempre que possível são pedidas com antecedência (Fig.20), os infográficos trabalham de acordo com as informações que lhes são fornecidas, diretamente com os paginadores e jornalistas

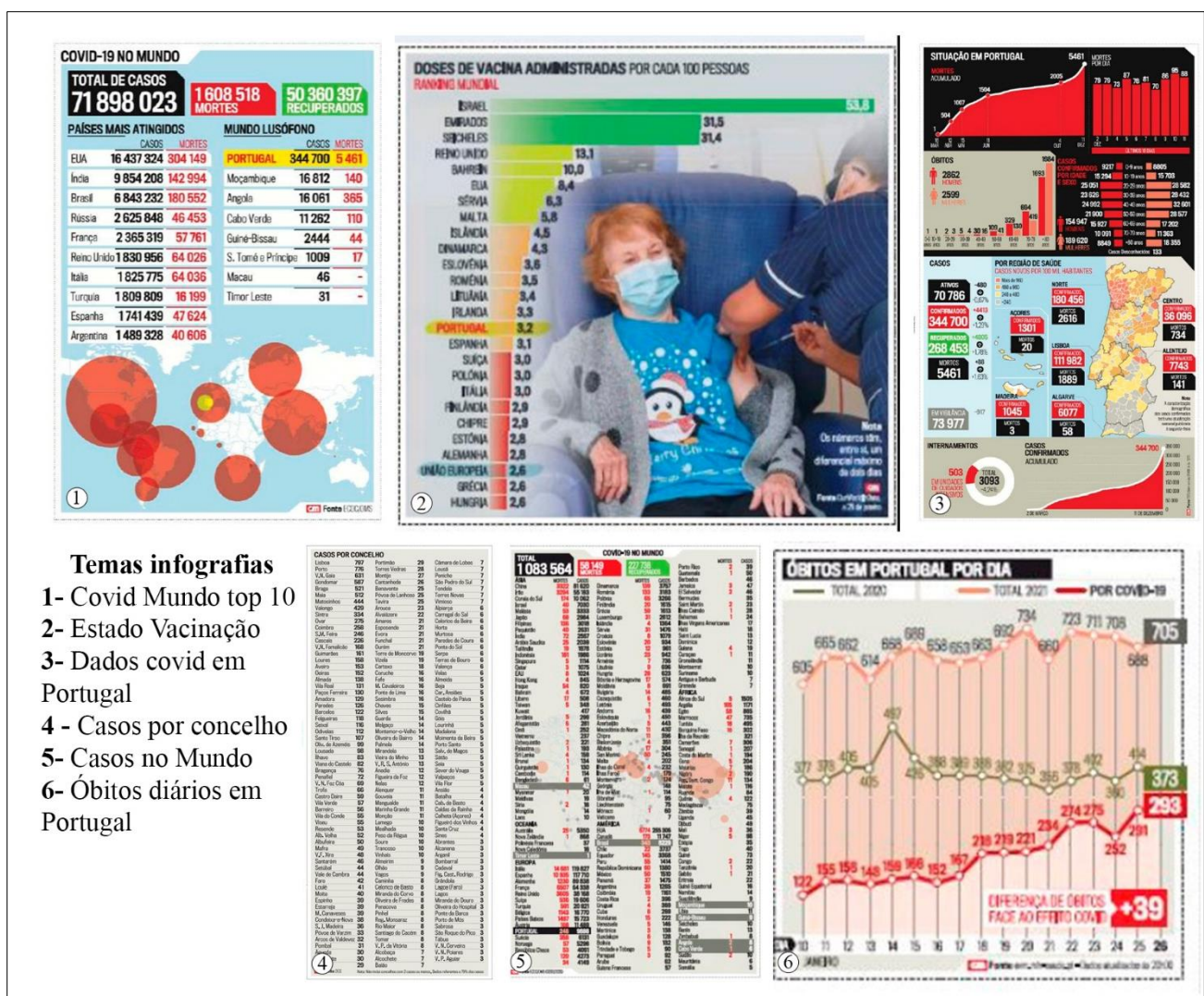


Fig 20 Infografias fixas diárias com tema COVID-19 (Fonte: Autor)

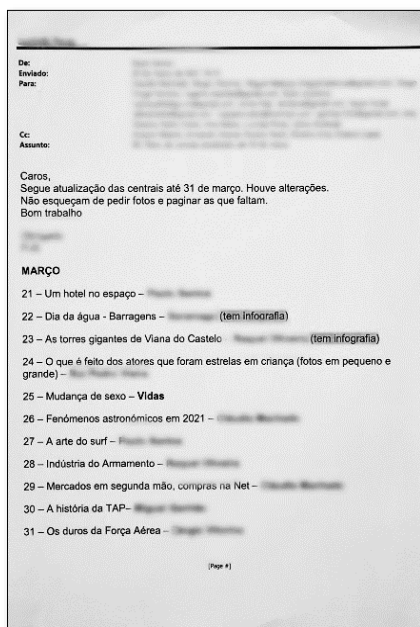


Fig. 21 Infografias mensais
(Fonte: Autor)



Fig. 22 Infografias mensais
(Fonte: Autor)

No início de cada semana, ou assim que decidido, é enviado ao paginador responsável pela criação das páginas, que por norma são temas originais e criadas com antecedência, uma lista com os assuntos que vão ser abordados, (Fig 21) qual o jornalista responsável e se carecem de infografias ou não, caso seja necessário a elaboração de infografias para estas páginas cabe ao jornalista pedir a infografia ao departamento correspondente, onde decidem o tamanho que esta vai ocupar na página e o conteúdo, no dia os paginadores colocarem no local, tomamos como exemplo a infografia da Fig. 22.

As páginas centrais são muitas vezes desenhadas com algum tempo de antecedência, quando existem tempos mortos na redação, ou um dos paginadores responsável tem mais tempo para as desenhar, neste caso o espaço das infografias já pré-definido é marcado com um retângulo amarelo, e no dia apenas é necessário substituir o quadrado pela infografia.

Quando não é possível prever os temas abordados, em caso de notícias de última hora como os prémios dos Globos de Ouro, evita-se ao máximo a criação de infografias, por as páginas centrais exigirem um maior cuidado e perfeccionismo. Caso seja extremamente importante a presença de uma infografia, cabe ao jornalista, paginador e infográfico, chegarem a um acordo de espaço disponível em página, tempo para a realização da mesma, espaço para textos e fotografias.

Esta interação multidisciplinar é essencial para o funcionamento do jornal, é necessária boa comunicação e rapidez na elaboração das páginas, por norma todos os intervenientes na página deslocam-se até ao paginador, que elabora um esboço rápido de todos os elementos da página de acordo com as necessidades de todos, jornalistas, infográficos e fotógrafos.

4.3.4– Fotografia

A imagem seja em forma de fotografia ou ilustração é o elemento fulcral num jornal, a sua capacidade de ilustrar, demonstrar e recriar momentos icónicos chamam a atenção do leitor, levando-o a querer adquirir ou não o jornal, ou a ler determinada notícia.

A fotografia é sem dúvida um dos elementos mais importantes no jornal, segundo Mário García, “a colocação de uma fotografia numa página determina a forma como o leitor olhará para essa fotografia e como o leitor deslocará o olhar ao longo da página”, sabemos que o nosso primeiro olhar é direcionado para a imagem, principalmente se for de grandes dimensões ou com cores apelativas.

A forma de olhar mundo é uma constante mudança, principalmente no fotojornalismo, onde a credibilidade da imagem é posta em causa (muitas vezes devido ao enquadramento, ângulo e enquadramento) optado pelo fotojornalista. Sendo essencial uma boa análise da fotografia perante a notícia e a abordagem da reportagem.

“O analfabeto do futuro será aquele que não sabe ler fotografias, e não o iletrado”¹²

Apesar de toda a importância das imagens elas são um complemento à notícia (Fig.23), assim como as ilustrações que muitas vezes são usadas para ilustrar situações de cariz mais sensível (como violações), ou apenas situações em que não é permitida a presença de fotógrafos como audiências de tribunais.

Para o paginador é essencial que exista uma harmonia entre as imagens e o texto, para que nenhuma se sobressaia para que outra diminua o seu carácter, e ter em consideração que a imagem por natureza tem maior poder comunicativo que o texto. Como é o exemplo da (Fig. 24) em que foi optado por colocar o texto dentro da imagem sendo que nenhum dos elementos se prejudica ou tem mais relevância que o outro. Foi então criada uma solução de harmonia entre o texto e a imagem.



Fig. 24 Fotografia é usada como elemento central da página (Fonte: Autor)



Fig. 23 Fotografia usada como para abertura da página (Fonte: Autor)

¹² In Charles Baudelaire, Oeuvres complètes-Les public moderne et la Photographie, Michel Lévy Frères, Libraires Éditeurs, Paris, 1968. Esta frase foi readaptada, em 1936, por László Moholy-Nagy: «Os analfabetos do futuro serão aqueles que não souberem utilizar uma máquina fotográfica.»

4.3.5 – Publicidade

A publicidade surgiu como uma arte, passou a ser uma arte ilustrada usada para seduzir e persuadir o consumidor a adquirir determinado produto. A primeira edição do CM já continha publicidade pois não é só através da venda de jornais que este sobreviver, mas também das receitas publicitárias.

No início da deia chega até aos paginadores a grelha da publicidade (Fig.25), que muitas vezes acaba por sofrer alterações como se pode verificar, mas serve como guia para o desenho das páginas. Onde apesar de não sabermos as características totais da publicidade, como cor, temos o seu tamanho e tentamos conjugar da melhor forma com o layout.

O correio da manhã é conhecido, pelo excesso de publicidade na primeira página, quase não existe espaço para as notícias. Como a publicidade é enviada pelo publicitário não existe qualquer controle no seu layout, assim muitas vezes as notícias não se destacam, sendo necessário um bom grafismo por parte do paginador para contornar este problema e manter as notícias em destaque na página. (Fig.26)

“além de constituir um dos ramos de investimento capitalista para geração de lucro, atua de forma indireta na criação de mais-valia em outros sectores da atividade económica através da publicidade” (Mosco, 1996, p.147).

A publicidade é a principal fonte de rendimento do jornal, é benéfico para quem pretende publicitar e para o jornal. Dependendo do meio de comunicação a publicidade tem mais ou menos importância temos o exemplo do jornal Destak, que sendo um jornal gratuito sobrevive apenas da publicidade.

A colocação da publicidade numa página do jornal tem por base algumas regras, é colocada sempre na margem exterior da página - páginas pares do lado esquerdo, páginas ímpares do lado direito, e ao correr da página a partir da base.

É possível verificar alguns dos formatos de publicidade usados no Correio da Manhã, cada um tem o seu valor dependendo do espaço que ocupa, página ímpar ou par e a secção onde se encontra.

Correio da Manhã		31-03-2021	
PUBLICIDADE	SECÇÕES	SECÇÕES	
PRIMEIRA	1	44	7.45X3.4 + 1X5.2
Opinião	2	43	perútilima
PUBLICIDADE	3	42	programação TV
atualidade I	4	41	vidas
atualidade II	5	40	vidas
atualidade III	6	39	vidas
atualidade IV	7	38	vidas
atualidade V	8	37	media
PUBLICIDADE	9	36	cultura
atualidade VI	10	35	lazer
atualidade VII	11	34	serviços
atualidade VIII	12	33	desporto
atualidade IX	13	32	desporto
atualidade X	14	31	desporto
atualidade XI	15	30	mundo
atualidade XII	16	29	mundo
PUBLICIDADE	17	28	autores
portugal	18	27	política/perestreito
portugal	19	26	política
portugal	20	25	economia
sociedade	21	24	saúde
especial	22	23	especial

Fig. 25 Plano de Publicidade
(Fonte: Autor)

A imagem mostra uma página do jornal Correio da Manhã. No topo, há uma manchete sobre seis pessoas atropeladas em protesto contra o racismo. Abaixo, há uma seção de notícias com títulos como 'OS ESTADOS UNIDOS VÃO RECONHECER O ADACORDEO DE PAZ DA MEMÓRIA PRESIDENCIAL' e 'HOMENAGEM AOS HERÓIS DO DIA 25 DE ABRIL'. No canto inferior direito, há uma grande publicidade para a KIRCHER, com o texto 'QUANDO A HIGIENE É O MAIS IMPORTANTE.' e 'ELIMINATE 99.99% CORONAVIRUS'. A publicidade mostra vários produtos de limpeza e a frase 'SEJA QUAL FOR A TAREFA DE LIMPEZA, TEMOS A SOLUÇÃO.'.

Fig. 26 Exemplo de uma publicidade em página
(Fonte: Autor)

O impacto da imprensa online veio ao longo do tempo afastar os anunciantes dos jornais impressos, como é de prever e com a força que o online tem na vida das pessoas, começaram a ser preferências as publicidades em meios digitais. Diminuindo logo aí o nível de receita vindo dessa área.

"... um início de século XXI marcado pelo desaparecimento de jornais e revistas, alguns dos quais centenários. As razões são comuns: a perda de leitores e o decréscimo de receitas de publicidade causadas pela concorrência do online. Se nalguns casos as publicações simplesmente encerram, noutros migram para a Web, suprimindo os custos relacionados com a impressão e a distribuição." (Canavilhas & Satuf, 2014, p.33, citado em Martinho Coelho, 2015)

Com a pandemia, o comércio sofreu uma queda significativa, muitas empresas fecharam ou foram à falência nesse período e assim consequentemente a publicidade diminuiu drasticamente no jornal, "Existiu uma quebra acentuada na publicidade, cerca de 80%" (Freire, 2021) É possível ver abaixo alguns dos espaços que podem ser ocupados pela publicidade no Jornal Correio da Manhã

Apesar de toda estrutura do jornal obedecer a regras editoriais, a secção Vidas é a que nos permite sair e aliviar todas essas restrições, sendo páginas de layout livre, ou seja não tem de seguir uma base pré-programada, apenas tem elementos obrigatórios, como palavra-chave, título, subtítulo.

Cada página é desenvolvida através de diversos fatores como o conteúdo, paginador e jornalista, assim sendo estas páginas desenhadas por paginadores diferentes podem ser completamente distintas, algo que não acontece em mais nenhuma secção.

4.3.6 Processo de criação livre

Tomando como exemplo a criação de duas páginas da secção Vidas criadas por mim autonomamente no dia 31/03/21. (Fig. 27)

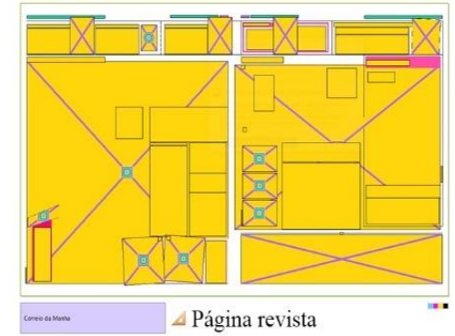
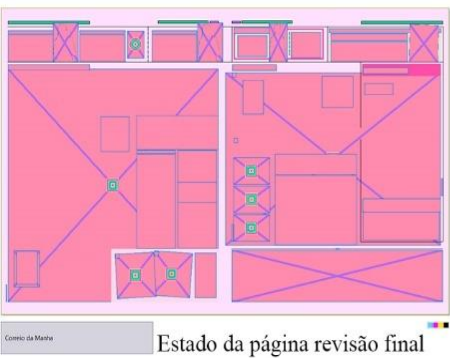
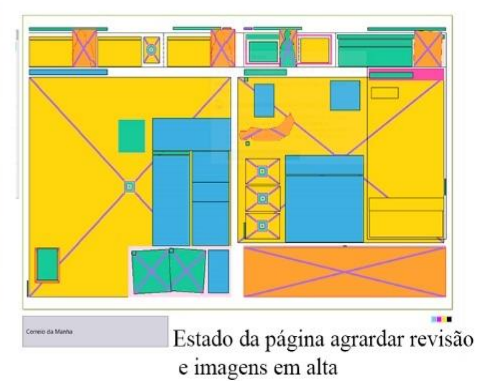
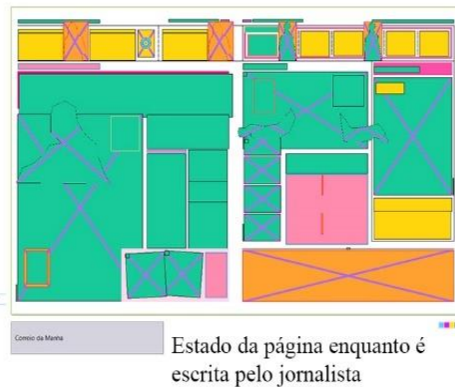
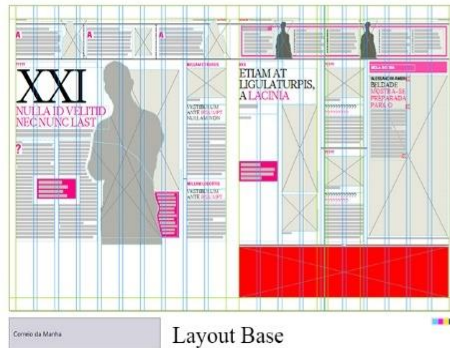


Fig. 27 Diagramação da criação de uma página da secção Vidas (Fonte: Autor)

O processo criativo tem início numa conversa com o jornalista, este indica-nos a Palavra-chave, sugere as imagens ou tema que gostaria que abrissem a página, sendo esta informação meramente informativa e caso o paginador queira alterar muitas das vezes não há qualquer obstáculo. Neste caso em específico, a jornalista referiu que queria a abertura com a Dona Dolores, acompanhada de duas imagens mais pequenas sem caixa de texto, e a segunda página era de tema único, sendo esta da festa da ex-concorrente do Big Brother.

Esta dupla página é composta por três elementos fixos, o cabeçalho onde se inclui os zumzuns, a Bela do Dia e uma publicidade, presentes no layout base (publicidade indicada a vermelho) (Fig. 27). Após as orientações as páginas foram concebidas livremente seguindo as regras e guias do jornal.

Inicialmente disponibilizadas numa pasta, as imagens para o paginador criar o layout, por vezes temos à disposição várias imagens, tendo a liberdade de optar pela que achamos mais adequada naquele caso, outrora pode ser o paginador a intersectar o departamento de imagem e pedir imagens novas, sempre que possível estas são facultadas. Isto acontece porque como podemos ver na Fig. 29, a imagem de abertura não permitia um desenvolvimento criativo, a imagem era muito limitadora.



Fig. 28 Alterações feitas à mão para correção da página (Fonte: Autor)



Fig. 29 Exemplo página Política sem layout alternativo (Fonte: Autor)

Como não foi possível obter outra imagem de capa foi necessário realizar testes e aperfeiçoar o layout. A página foi impressa e foram pensadas algumas alternativas. (Fig.28)

Por outro lado, há páginas, secções que não podem sofrer qualquer alteração do Layout como é o caso desta página. Esta página contempla sempre com meia página para notícias e a outra para publicidade.

Apesar disso tentei fazer um layout alternativo, por achar que a imagem poderia ser realçada na página, assim sendo copieei a página para a área invisível do programa e comecei a desenhar a página com a imagem como abertura, coloquei o título na área escura da imagem e redesenhei a página de modo que o texto ocupasse o espaço restante. De seguida apresentei a minha proposta, (lado esquerdo da Fig. 30), a qual foi elogiada pelos meus colegas apesar de não ter sido aprovada. Fig. 30

Noutros casos o redesign da página, é essencial para que esta se torne mais apelativa (exemplos no anexo V), no caso da Fig. 29, o que fiz, foi aumentar o enquadramento da foto, realçando apenas o assunto principal, coloquei o Título, subtítulo e legenda dentro da imagem e a notícia por baixo da imagem, na minha opinião a página ficou mais apelativa e mais dinâmica.

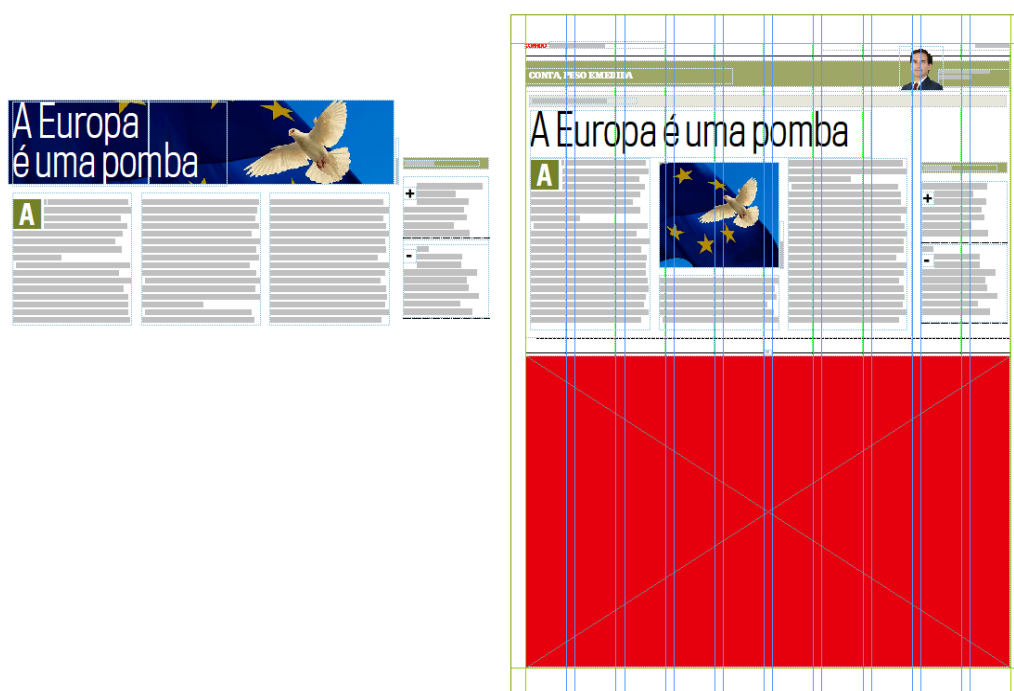


Fig. 30 Exemplo de repaginação da página 33 do dia 18 de março 2021
(Fonte: Autor)

Durante a fase de testes, a imagem do meio da Fig.29, percebi que a imagem estava a ocupar um espaço desnecessário e sem qualquer acrescento à notícia, por isso falei com o jornalista. Este poderia optar por escrever mais um pouco de texto ou acrescentar outra imagem, de forma que podasse colmatar o espaço em falta.

Como me foi facultada outra imagem, consegui equilibrar todos os elementos gráficos da página.

4.4 Organização na edição do Jornal

4.4.1 -CONSTRUÇÃO DE UMA PÁGINA

Cada jornal tem a sua maneira de trabalhar e coordenar a sua redação, no caso do Correio da Manhã é essencialmente um trabalho de equipa entre todos os sectores da redação.

CORREIO
da manhã

31-03-2021 - QUARTA-FEIRA - EDIÇÃO 15253
Nº PÁGINAS PUBLICIDADE: 4.10

pré

IMPRESSÃO: 44 PÁGINAS JORNAL + 77 PÁGINAS CLASSIFICADOS

ORIGEM	CURRÍCULO	FORMATO	LOCALIZAÇÃO	DE FOL.	DE FOL.	ORIGEM	CURRÍCULO	FORMATO	LOCALIZAÇÃO
434378 431809	Livro Mandatos da Mapa CM - MKT VALORES (DÁRIA NETO)	4.78 X 5.52 4.78 X 5.52	JANELA DOL JANELA DITA	1	44	431802 431803	NOSSA APOSTA UNICUS EVIDENT - MKT	7.40 X 5.4 5 X 5.2	ORLEANA ULTIMA RODAPE ULTIMA
				2	43	354887	PEÇÕES	5.6 X 5.1	PATROCÍNIO EURAMELHÕES
434372	Livro Mandatos da Mapa CM - MKT	PÁGINA	PÁG 3	3	42	433247	Livro CMTV Livro das Amantes Marit - MKT	5 X 5.9	RODAPE TV
				4	41	354558	MAIA	5 X 5.9	VIDAS
				5	40				VIDAS
				6	39	433342	Mundo Lendário CM - Entrega 3 - MKT	5 X 5.9	VIDAS
434997	SCML LOTARIA DA PÁSCOA	5 X 8.0"	IMPAB AC	7	38				VIDAS
				8	37				
				9	36				
				10	35				
				11	34				
				12	33				
				13	32				
				14	31				
				15	30				
				16	29				
432556	AUDIÇÃO ACTIVA	PÁGINA	IMPAB AC	17	28				
				18	27				
				19	26				
				20	25				
434040	PRÊMIO NAC. AGRICULTURA (MENDES SONCALVES)	PÁGINA	PUB. OBRIGATORIO	21	24				
				22	23				

Fig. 31 Plano diário do Jornal (Fonte: Autor)

A Fig. 31 representa a base para a formação de qualquer edição do jornal, a qual tem o nome de Plano, este plano permite ao paginador saber quais as secções que vão estar presentes no jornal, quantas páginas estas vão ocupar e que jornalista esta responsável pelas mesmas.

É normal que ao início do dia haja alterações, devido a novas notícias mais relevantes e o plano tenha de ser alterado, assim sendo os jornalistas tem o dever de informar o paginador, para que este efetue as alterações necessárias na diagramação.

No gráfico 1 é possível ver passo a passo como é que o jornal é produzido diariamente.

Nota: A reunião é realizada de Manhã por todos os membros da chefia de todas as secções ou seu representante é desenhado o plano do dia seguinte e possíveis alterações no jornal do dia (Entrevista Paginadores, 2020).

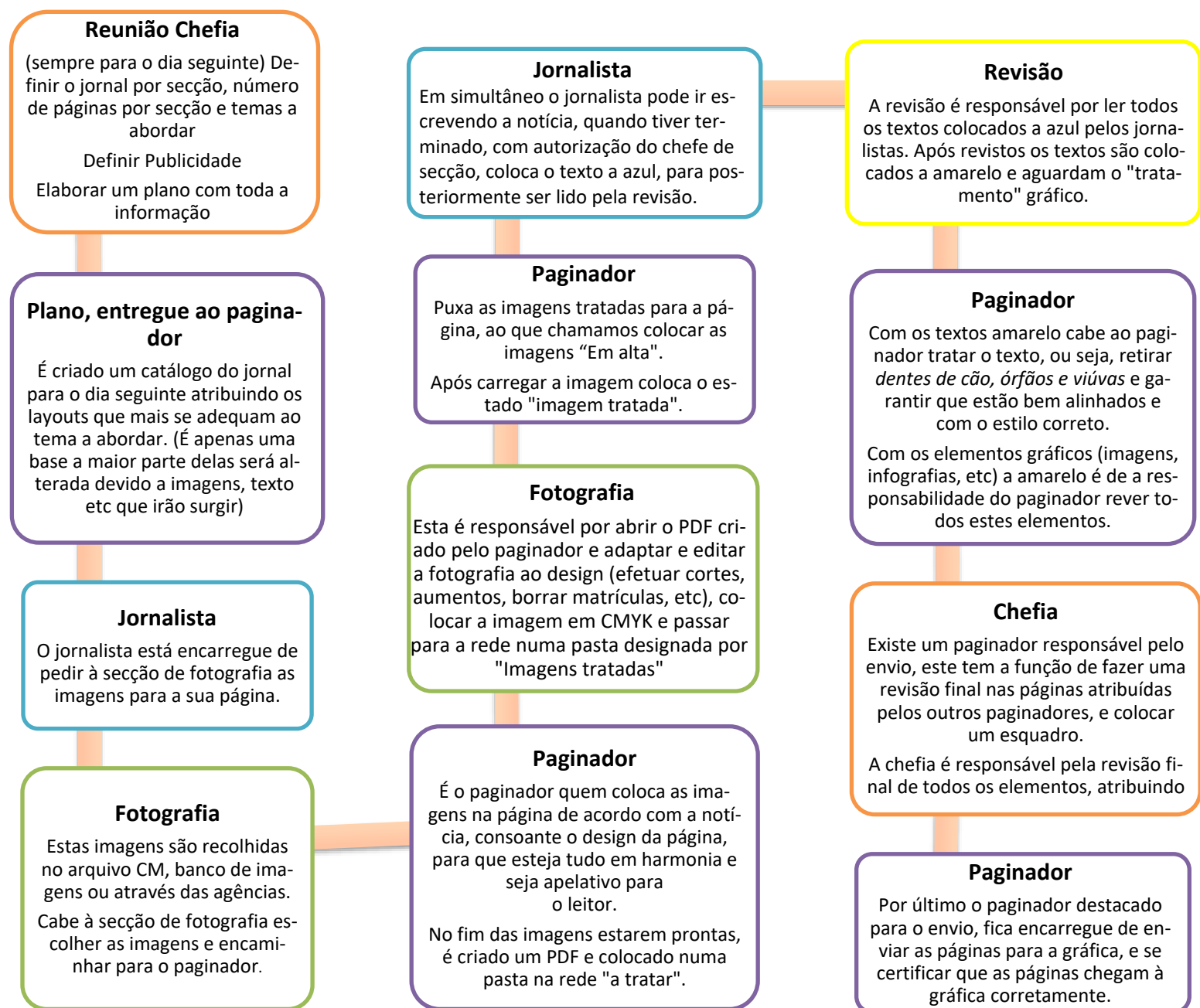


Gráfico 1 Processo de criação de uma página do Correio da Manhã (Fonte: Autor)

4.4.2 - Fecho de edição

O fecho de cada edição do jornal é composto por diversas pessoas de inúmeras áreas, é essencial haver uma simbologia geral que seja compreendida por todos. No caso do Correio da Manhã é usado o programa Millenium, todos os elementos editáveis, tais como, fotos, textos, infográficos, etc. são marcados com cores. Cada cor atribuída ao elemento tem um estado de desenvolvimento veremos: (Fig.32)

Verde: Vai ser escrito pelo jornalista ou editado

Verde-escuro: O jornalista já escreveu, falta ser revisto pelo diretor da seção

Rosa: O elemento está ocupado

Azul: Texto já revisto pelo diretor da secção, está pronta para ir para a revisão

Amarelo: Finalizado, já foi corrigido pela revisão pode ser arranjado pelo paginador

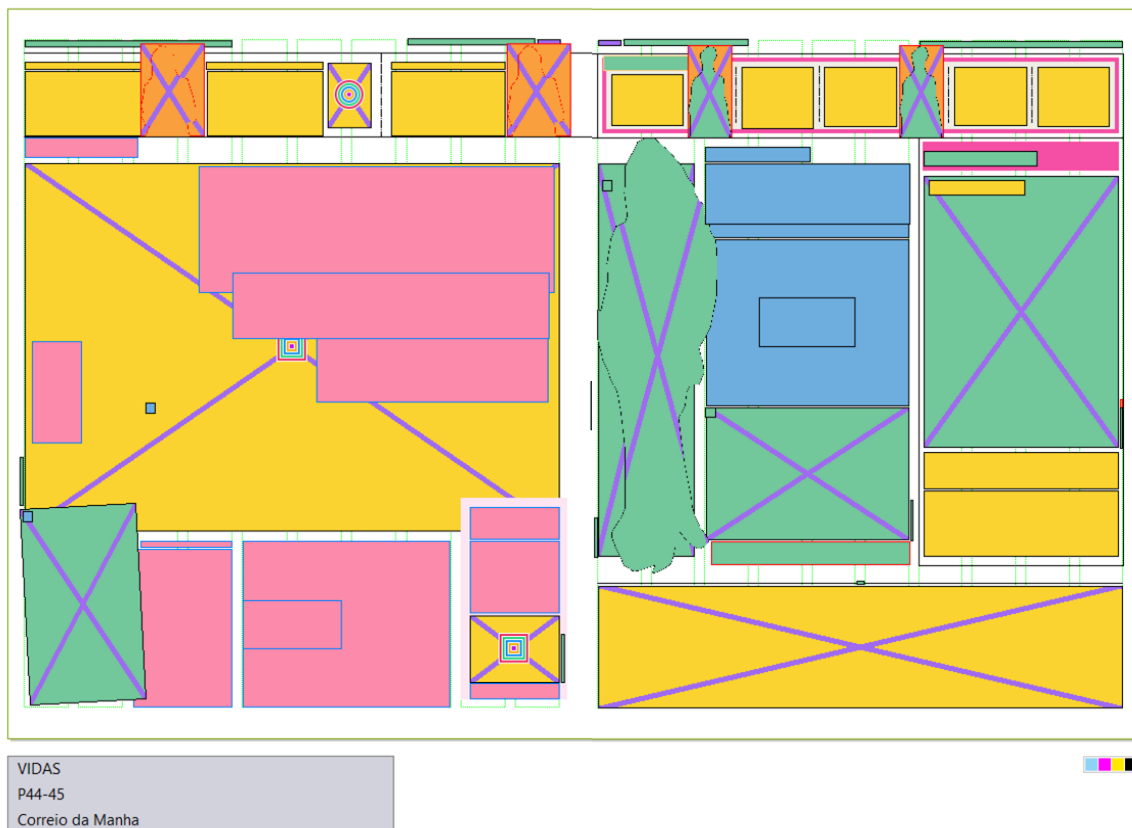


Fig. 32 Simbologia cromática para fecho da edição do jornal (Fonte: Autor)

Capítulo 5

...Relatório de Estágio...

Capítulo 5- Relatório de estágio

5.1 -Introdução

Ao início, a proposta do estágio consistia em 3 meses no jornal Correio da Manhã e 3 meses na revista Sábado, mas devido à pandemia não foi possível realizar dessa forma. Com o teletrabalho obrigatório, os elementos na redação foram reduzidos, sendo a revista Sábado, uma edição semanal, havia apenas um ou dois elementos presentes na redação. Esses elementos teriam de realizar todos os trabalhos necessários em redação, como impressões, planeamentos e reuniões. Dessa forma e nessas condições era impossível que um dos elementos me pudesse acompanhar diariamente.

Ficou combinado então, que o meu estágio teria início na observação do trabalho dos meus colegas, assim que me sentisse pronta poderia passar a carregar as páginas prontas. Quando já me sentisse totalmente à vontade poderia começar a desenhar as páginas de criação livre (secção Vidas).

5.2 - O meu percurso no jornal Correio da Manhã

O processo de adaptação teve início na observação do trabalho de outros paginadores, para que me inteirasse do método de trabalho, das funcionalidades do programa e todo o envolvimento entre os elementos da redação e os paginadores.

Ao chegar à redação foi-me dito que ficaria 2/3 dias a acompanhar outro colega, depois ficaria responsável pelas páginas mais simples, ou seja, as que já estão feitas e só é preciso carregar do arquivo e fazer pequenas alterações (Fig.33), estas funções são importantes para a adaptação ao novo programa. No início imprimia as páginas para serem revistas e caso houvesse algum erro eu pudesse corrigir.

Esses dias foram fulcrais, tendo apontado toda a informação que me foi transmitida. assim como truques e atalhos necessários para poder efetuar o meu trabalho de forma eficaz.



Fig. 33 Correções feitas à mão-secção serviços (Fonte: Autor)

O programa foi uma forma de trabalhar totalmente nova para mim, apesar de não ser complexo, ao início os atalhos e o lugar das ferramentas eram algo que me atrapalhava muito.

Até aquele momento a minha maior dificuldade era sentir-me confortável com todos os atalhos do programa, certa vez, ainda não entendia como funcionava e o que estava agrupado ao que dentro da página, e ao apagar uma legenda que estava mal colocada apaguei o texto principal, já escrito e revisto, ou seja, a página já estava pronta para a gráfica. Mal me apercebi falei com um superior e com a sua ajuda foi solucionado, através de um backup que é feito de hora a hora pela parte informática do grupo Cofina. Naquele momento fiquei muito preocupada, porque o jornalista já nem estava na redação e seria muito inoportuno pedir que escrevesse tudo de novo, mas a equipa da paginação foi muito compreensiva comigo e fez de tudo para que o meu erro fosse corrigido.

Este erro ocorreu devido ao meu desconhecimento do programa por um lado, ou seja, o facto de ser uma nova forma de trabalho pode ter causado o meu erro de apagar um texto indevidamente, ou poderá ter ocorrido pela página não estar agrupada devidamente.

Após essa introdução inicial, comecei a trabalhar de forma mais autónoma, foi criado um perfil de trabalhador para poder ter acesso a todas as ferramentas necessárias.

Comecei por ser responsável por colocar as imagens em alta¹³, posteriormente fiquei responsável pela edição de algumas páginas mais simples (serviços, programação, lazer), por serem páginas pré feitas, ou seja, são páginas já desenhadas e programadas apenas é necessário puxá-las das páginas fixas (local do programa onde são guardadas páginas já com design fixo, serve como arquivo) e arranjá-las¹⁴. Garantir assim que a página está pronta para ser atribuída, ou seja, que pode ser enviada para a gráfica.

Quando já me sentia à vontade com o programa e a dinâmica da redação, fui submetida a uma cirurgia e estive afastada do estágio durante um mês, o que quebrou o ritmo de aprendizagem.

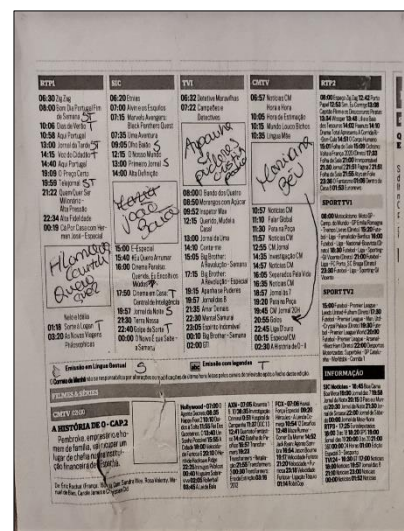


Fig. 34 Diagramação da programação com anotações do jornalista (Fonte: Autor)

¹³ Imagens tratadas após a colocação das mesmas em página pelo paginados, imagens em CMYK.

¹⁴ Termo que utilizamos para designar correção de texto, colocação de imagem em alta, alinhar elementos gráficos, como dentes de cão, viúvas, etc.



Fig. 35 Anotações do paginador para correções (Fonte: Autor)

Após a minha ausência, regressei para o meu posto de trabalho com todas as minhas funções anteriores, havia pequenos detalhes que já não me recordava, mas tive permanentemente o apoio dos meus colegas.

Pouco a pouco, após recuperar a confiança no meu trabalho, pedi a uma colega para a acompanhar no processo das páginas de criação livre nomeadamente a secção Vidas. Através deste acompanhamento comecei eu própria a criar uma dupla dessa secção, com apoio da minha colega que sempre estava disponível para qualquer dúvida, aconselhamento e revisão final.

Após começar a desenhar essas páginas do Vidas¹⁵, ganhei mais confiança e comecei a arriscar desenhar outras páginas, criava um layout alternativo como sugestão ao existente e quase sempre os meus layouts eram aprovados. Imprimia as páginas para poder ter a avaliação dos meus colegas, que como se pode ver na Fig.35 a amarelo, foram recomendados alguns retoques.

Inicialmente senti-me muito nervosa por ter tamanha responsabilidade, mas quando dei por mim já me sentia à vontade para desempenhar todas as tarefas de um paginador, já me relacionava com os jornalistas e solucionava os seus problemas, como corrigir o tamanho dos textos, títulos ou trocar imagens, já me sentia como membro do jornal.

Ao longo do meu estágio houve uma altura que o peso das notícias caiu sobre mim, era muito difícil ouvir tragédias todos os dias, notícias macabras, até mesmo as imagens que tinha de colocar me incomodavam, e o facto de haver sempre uma das televisões ligada na CMTV, que acompanha o mesmo registo que o jornal.

Foi difícil para mim aprender a gerir toda essa informação e de alguma forma me alienar, para não me deixar afetar por essas notícias, falei com os meus colegas para entender como eles não se deixavam afetar, falei com amigos e comecei a conseguir de alguma forma desligar do que tinha à minha frente, foi um processo demorado e agravado pelo estado pandêmico em que o país se encontrava, que só esse acontecimento já era só por si preocupante.

¹⁵ Vidas é uma sessão do jornal CM a sessão dos jet-set

A criação de qualquer jornal é exaustiva, e feita no menor espaço de tempo possível, há notícias de última hora, que tornam a paginação uma corrida contra o tempo, mas são estes contratempos que dão a adrenalina necessária para quebrar a monotonia diária.

Por outro lado, mais no início da tarde existiam muitos tempos mortos, nesses momentos tentava conhecer um pouco mais do funcionamento do jornal, o programa e a gestão de toda a redação.

Aquando da minha saída do jornal, este estava a passar por um processo de testagem de programas e métodos de trabalho, o que se veio a tornar bastante desafiante. Por exemplo a colocação das imagens, era maioritariamente responsabilidade do paginador, no momento está a ser testada a hipótese de serem os próprios jornalistas a colocar as imagens assim como definir o seu enquadramento. Este processo foi de veras confuso e causou bastante desconforto na equipa de paginação. Vejamos ao ser o jornalista a colocar as imagens o paginador deixa de ter acesso às mesmas, sendo muitas vezes usadas imagens genéricas de um banco de imagens. Este processo provocava muito transtorno, devido a pedidos constantes de alteração de imagens que os paginadores não concordavam, ou até mesmo para poder alterar o layout da página, como buscar maior interação entre texto e imagem.

Também estava a ser testada, a opção de os jornalistas após colocarem as imagens conseguirem fazer o tratamento automático da fotografia diretamente, ou seja o que antes era feito pelo departamento de fotografia, passava a ser feito pelo jornalista. Este processo também não estava a correr muito bem, diversas vezes as imagens apareciam no jornal com margens pretas ou mesmo com enquadramentos desajustados, o que só duplicava o trabalho dos paginadores.

Este estágio foi bastante enriquecedor, adquiri competências a nível profissional, bem como aptidões de trabalho em equipa, cooperação entre colegas e desenvolvimento de uma equipa multidisciplinar.

Aprendi a trabalhar com um programa de paginação diária, Millennium, com multifunções, onde várias equipas interagem em simultâneo. Adquiri aptidões a nível de paginação de páginas de diferentes secções com características e necessidades específicas, ajudou-me a inteirar no mundo do trabalho no modo de funcionamento de uma redação e das edições diárias, todo o processo e gestão que estas envolvem, também me ajudou a perceber que preferia trabalhar numa revista semanal ou mensal, para poder ter mais tempo e liberdade na criação de layouts alternativos e originais, o que não é possível em edições diárias, principalmente quando há temas de última hora que exigem uma rápida reação e adaptação de conteúdo.

Infra é possível ver uma das páginas desenhadas por mim, sendo que explico a sua criação detalhadamente no ponto 4.3.6 Processo de criação livre. Outras páginas desenvolvidas por mim estão disponíveis no Anexo IV.



Fig. 36 Páginas de 1 de abril 2021

Capítulo 6

...Estudo de Caso...

Capítulo 6 -Estudo de Caso

Correio da manhã em período de pandemia

O Vírus SARS-CoV-2 foi reportado a 1 de dezembro de 2019 na Cidade Chinesa de Wuhan (*Pandemia de COVID-19*, 2021), é uma doença respiratória aguda, que pode ser mortal, muito contagiosa por ser propagada pelo ar e superfícies também multirresistente, provocada pelo novo coronavírus Sars-Cov-2. (COVID-19, [2021.])

Foi a 2 de março que se registou, em Portugal, o primeiro caso positivo de SARS-CoV-2 (Chaiça, 2020)

Os principais sintomas desta doença são febre elevada, tosse, dificuldade respiratória, perda de olfato e paladar. Quando uma pessoa é contagiada tem de cumprir um isolamento de 14 dias assim como todos os seus contactos próximos.

Esta pandemia levou ao confinamento em todo o Mundo, várias atividades comerciais foram suspensas ou mesmo encerradas, durante o tempo de confinamento foi estritamente proibido sair de casa, salvo casos salvaguardados nas exceções previstas na lei.

Por ser um tema desconhecido do mundo científico, surgiam muitas notícias sobre: A sua origem? Como teria começado? Como se transmitia? Teria Cura? Vai haver vacina?

Todas estas especulações levaram a inúmeras capas de jornal e notícias relacionadas com o tema.

A pandemia tem tido efeitos devastadores na economia de todo o Mundo, muitos negócios foram encerrados outros reinventados para se adaptarem a uma nova realidade, no caso do jornal aconteceu a mesma coisa, toda a sua funcionalidade e diagramação foram alteradas, e são estes acontecimentos que vamos analisar.

6.1 – Objetivo da análise

Este estudo tem como objetivo avaliar o efeito de um tempo anormal como é um estado pandémico, nas notícias e no design editorial e gráfico do jornal Correio da Manhã.

6.2- Metodologia

Vão ser analisadas 6 edições do jornal Correio da Manhã referentes às três fases pandémicas em Portugal, sendo considerado o dia com mais casos e o dia com mais mortes, referentes a cada período.

Vamos analisar a primeira fase pandémica, que decorreu entre março e abril de 2020, a segunda fase que se estendeu entre outubro e meio de dezembro e a terceira fase com início a meados de dezembro até aos dias de hoje (junho 2021).

Após o levantamento dos jornais referidos supra, serão correspondidos jornais referentes à mesma data aproximadamente, mas alusivos ao ano de 2019, para tal correspondência será tido em conta o dia da semana para que estes sejam coincidentes.

Para fins de análise de secções, gráficos, páginas publicidade seria pertinente poder avaliar uma semana completa referentes ao estado pandémico e antecedentes à pandemia, será de prever que secções, publicidades tenham diminuído ou até mesmo desaparecido, para esse efeito foi então escolhida a semana da primeira fase pandémica que se estende de 03 de abril 2020 a 09 de abril de 2020¹⁶, fazendo corresponder esta semana com o período similar do ano de 2019.

Referente a primeira fase serão analisados os dias 3 de abril de 2020 com 37 mortes¹⁷ (DGS boletim, 2020) e o dia 10 de abril 2020 que registou 1516 casos de covid-19¹⁸ (DGS boletim, 2020).

¹⁶ Informação retirada da análise de dados fornecida no site da DGS_ <https://covid19.min-saude.pt/ponto-de-situacao-atual-em-portugal/> - 03-02-21

¹⁷ Fonte: https://covid19.min-saude.pt/wp-content/uploads/2020/04/32_DGS_boletim_20200403.pdf - 01-06-21

¹⁸ Fonte: https://covid19.min-saude.pt/wp-content/uploads/2020/04/39_DGS_boletim_20200410.pdf - 01-06-21

Observações		Edições período Pandemia		Edições do ano anterior
Dia com mais mortes 1ª fase	Sexta	03/04/2020	→	05/04/2019
Dia com mais casos 1ª fase	Sexta	10/04/2020	→	12/04/2019
Dia com mais mortes 2ª fase	Domingo	13/12/2020	→	15/12/2019
Dia com mais casos 2ª fase	Quarta	04/11/2020	→	06/11/2019
Dia com mais mortes 3ª fase	Quinta	28/01/2021	→	31/01/2019
Dia com mais casos 3ª fase	Domingo	31/01/2021	→	03/02/2019
Semana no decorrer do Estado de Emergência	Sábado	04/04/2020	→	06/04/2019
	Domingo	05/04/2020	→	07/04/2019
	Segunda	06/04/2020	→	08/04/2019
	Terça	07/04/2020	→	09/04/2019
	Quarta	08/04/2020	→	10/04/2019
	Quinta	09/04/2020	→	11/04/2019
	Sexta	10/04/2020	→	12/04/2019

Tabela 2 Jornais analisados e suas correspondências (Fonte: Autor)

Durante a segunda fase vão ser examinados, o dia 13 de dezembro de 2020 com 98 mortes¹⁹ (DGS boletim, 2020) e o dia 04 de novembro de 2020 com 7497 casos²⁰ confirmados de covid-19 (DGS boletim, 2020).

No decorrer da terceira vaga vamos considerar o dia 31 de janeiro de 2021 com 303 óbitos²¹ registados (DGS boletim, 2021) e o dia 28 de janeiro de 2021 com 16433 casos²² confirmados de covid-19 (DGS boletim, 2021).

Os parâmetros a analisar na estrutura do jornal serão as seções, publicidade, infografias e fotografias a níveis qualitativos e quantitativos. Será tido em conta os fotógrafos assim como design gráfico do jornal e como este se adaptou

A análise quantitativa será em relação ao número de imagens, publicidades e infografias presentes em cada jornal em estudo, serão contados todos esses elementos individualmente e separados por secções, tendo como objetivo analisar o aumento ou decréscimo destes elementos no jornal ao longo do período pandémico.

¹⁹ Fonte: https://covid19.min-saude.pt/wp-content/uploads/2020/12/286_DGS_boletim_20201213.pdf 01-06-21

²⁰ Fonte: https://covid19.min-saude.pt/wp-content/uploads/2020/11/247_DGS_boletim_20201104.pdf - 01-06-21

²¹ Fonte: https://covid19.min-saude.pt/wp-content/uploads/2021/01/335_DGS_boletim_20210131.pdf 01-06-21

²² Fonte: https://covid19.min-saude.pt/wp-content/uploads/2021/01/332_DGS_boletim_20210128.pdf 01-06-21

No caso das fotografias, serão analisados os créditos das mesmas, ou seja, se são imagens de autoria da CMTV, se são direitos reservados, agências ou outros, o objetivo desta análise é perceber até que ponto o estado de pandemia afetou a qualidade fotográfica do jornal, ou seja, se este começou a optar por colocar mais ou menos imagens, devida à ausência de notícias, se as imagens são de “fotógrafos da casa”, ou se por outro lado começou a optar por imagens mais genéricas de agências, o estudo destes elementos é relevante, pois permite identificar a origem das imagens, podendo analisar de que modo a pandemia afetou o trabalho dos fotojornalistas independentes e as imagens de agências, ou seja, de fotógrafos corporativos.

Em relação às infografias, estas vão ser analisadas nos seguintes parâmetros: originais, fixas, covis-fixas, covis-originais e desporto. Entende-se por fixas todas as infografias que aparecem diariamente no jornal ou por um período longo, como é o caso de pandemia, sempre do mesmo formato, apenas alterando os valores. Esta análise serve para entender se ao longo deste período anormal, foi necessário a elaboração de mais infografias para colmatar espaços vazios, por exemplo, ou para demonstrar melhor a situação atual do país.

Referente à publicidade, foi analisado o tamanho de cada publicidade presente em cada página dos jornais analisados, assim como o seu conteúdo, ou seja, se eram autopromoções, ou publicidades pagas e a que se referia. É de esperar que com o estado atual do país a queda da publicidade seja elevada, sendo isso que pretendo demonstrar.

Para esta análise foi feito o levantamento individual de todos os conteúdos a analisar, colocados em planilhas para posteriormente serem elaborados gráficos de comparação dos dias correspondentes. (Tabela 2)

Através da recolha desta informação pretendo entender o que mudou no design gráfico do jornal, como se adaptou a uma nova realidade editorial, e que proporções os elementos ilustrativos tiveram no visual do jornal.

6.3 Análise dos Resultados

Aquando do início da pandemia, o País estava em estado de alerta e insegurança, sendo assim previsível que a maioria das notícias fossem sobre o pânico no país e tudo o que surgia sobre o mesmo (Covid-19), era notícia, “Ao longo do ano (2020), o tema ‘Covid’ ocupou entre 30 e 50% do jornal” (Freire, 2021).

Como foi explicado anteriormente, todos os jornais são compostos por várias secções diárias. Uma das grandes partes afetadas no jornal foi exatamente a variação de secções, tendo algumas diminuído o espaço que ocupavam no jornal e outras até mesmo desaparecido. Foi feito um levantamento quantitativo e qualitativo das secções dos jornais (Todas essas comparações podem ser consultadas no Anexo III)

Como podemos verificar após a análise as secções, “Cartazes e Espetáculos”, “Saúde e Bem Estar” e “Cidade e Ambientes” foram secções que foram descontinuadas durante o período pandémico.

Nota: As secções nomeadas com I, II, III, IV, referem -se a uma única secção a “Atualidade”, foram colocados numericamente apenas para fins de estudo de assuntos abordados. O tema abordado indica-nos quais os temas mais relevantes em cada altura.

6.3.1 Secções em tempos de Pandemia

Tendo em conta que pudesse haver alterações de notícias, número de páginas, e outros elementos gráficos e editoriais, foi feita uma análise comparativa de uma semana completa, visto que as datas analisadas supra não nos dariam todos os dias da semana.

6.3.1.1 No dia com mais mortes referentes à 1ª fase de pandemia

Manchete da 1ª Página

2019- “Governo dá Bónus a 130 mil na função pública”

2020- “Emergência proíbe Páscoa”

Secções que deixaram de existir presentes nesta comparação gráfica:

Sociedade; Política; Mundo; Especial; Desporto; Cultura e Espetáculos; Cidade e Ambientes; Cartazes e Espetáculos; Bolsa e Autopromoção

Principais manchetes nas seguintes secções:

Sociedade (2019): “Farmácias devem mais de 80 milhões”

Portugal (2019): “Sovado por 100mil euros e deixado à morte” “PJ iliba polícias de homicídio”, “Lobo volta a cair na toca da Justiça”, “Tarado sexual ataca 8 mulheres” “Enfermeiros decidem suspender a greve”

Especial (2019): “Dieta Ideal”

É possível verificar que o tema Pânico Mundial ocupa mais de metade do jornal, por ser um tema de alerta Mundial. Houve então secções que deixaram de existir.

Análise: Podemos verificar que em tempo de pandemia a Atualidade era apenas uma e ocupava 28 páginas do jornal, ou seja mais de metade do jornal era ocupado pelo tema do Covid-19, já no mesmo período do ano anterior eram abordados diversos temas, neste dia nomeadamente com a política.

Dia com mais mortes 1ª Fase

Numero de páginas por secção

■ 03 Abril 2020 ■ 05 Abril 2019

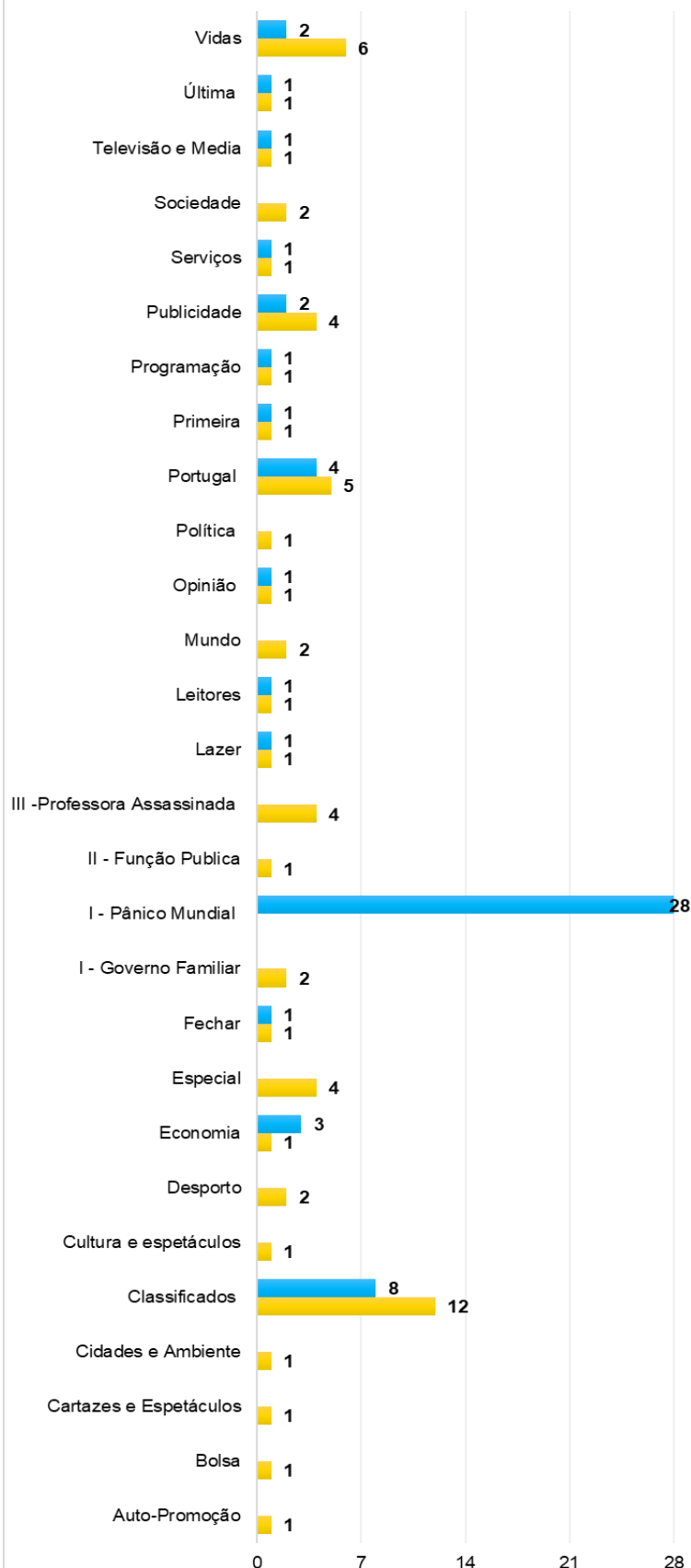


Gráfico 2 Análise das secções do dia com mais mortes na 1ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

6.3.1.2 - Avaliação do dia com mais casos referentes à 1ª fase de pandemia

Manchete da 1ª Página

2019 – “Benfica quer condenar pirata por mails”

2020 – “Aulas regressam terça-feira”

Secções que deixaram de existir presentes nesta comparação gráfica:

Sociedade; Política; Mundo; Especial; Cultura e Espetáculos; Cidade e Ambientes e Cartazes e Espetáculos

Principais manchetes nas seguintes secções:

Sociedade (2019): “Bento XVI ataca cultura gay e revolução sexual”; “Tempo de serviço custa 320 milhões”

Portugal (2019): “Benfica quer pirata a responder por email”, “Dois roubos a “brincar””; “Mãe desesperada temem pela filha”; “Telemóveis matam mais “; “Figueira quer milhões da família Proença”

Especial (2019): “Práticas Saudáveis”; “Castigo “familygate” trama PS”

Análise: Neste caso podemos verificar que as secções Portugal e Sociedade dominaram o jornal referente ao ano de 2019, apesar de não serem os temas mais atuais, mas serem temas impactantes como futebol e religião, nas páginas da atualidade o jogo da Liga foi o que teve maior destaque, sendo o jornal CM um jornal popular faz sentido que tenha dado ênfase ao jogo nas suas páginas principais. Também se verifica que a secção Sociedade desapareceu.

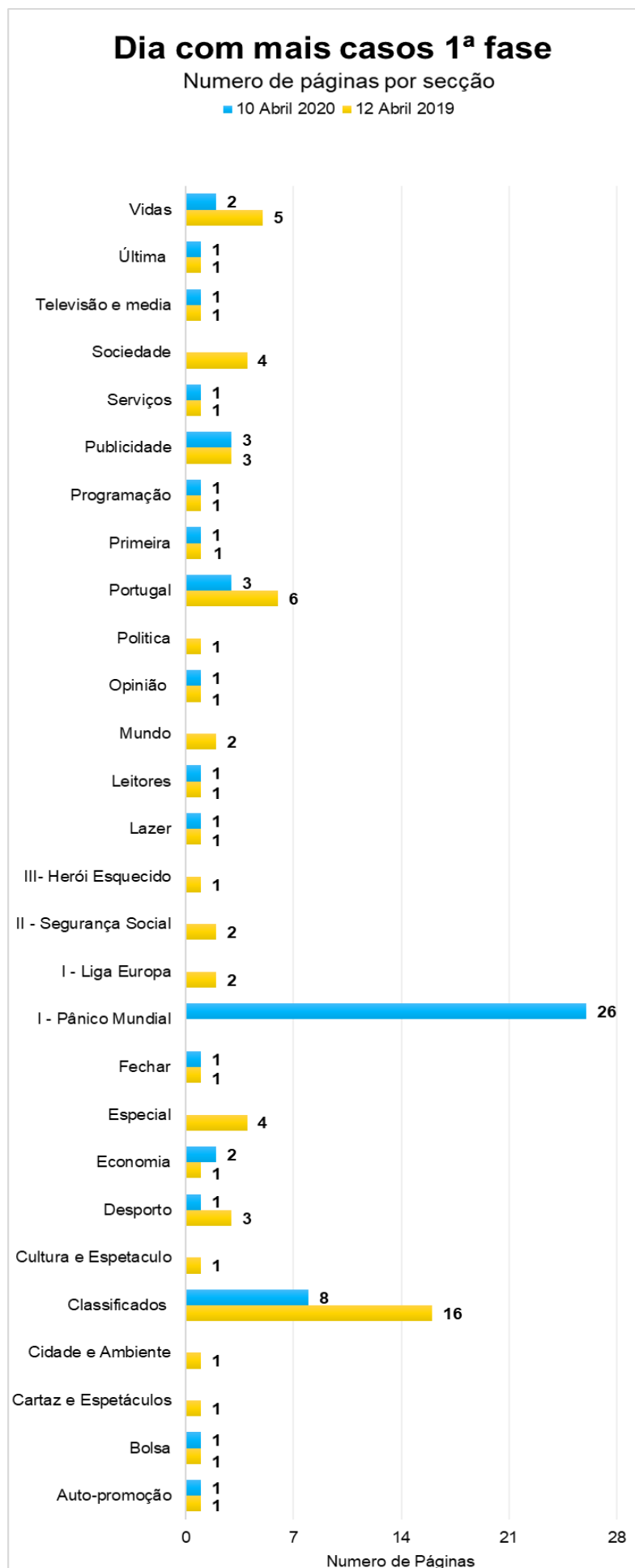


Gráfico 3 Análise das secções do dia com mais casos na 1ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

6.3.1.3 - Avaliação do dia com mais mortes referentes à 2ª fase de pandemia

Manchete da 1ª Página

2020- “Covid ataca coração de promessa benfiquista”

2019- “Soldado seduz menores na net”

Secções que deixaram de existir presentes nesta comparação gráfica:

Saúde e Bem Estar; Cidade e Ambientes; Cartazes e Espetáculos

.Principais manchetes nas seguintes secções:

Sociedade (2019): “Pescadores temem futuro com dragagens no Sado”; “Morreu idoso vítima de maus-tratos em lar”

Portugal (2019): “Mulas de dinheiro engatadas na internet”; “Orientação gay agrava crime”; “Acidente fatal para avó e neto”; “Confessa tortura às noviças”, “Presença lança fogo à cela para fugir”

Portugal (2020): “Cartomante manda matar genro e safar-se”; “Trocaram drogas por bens roubados” “2700 denúncias em três anos”; “Amas abanam e atiram bebés de 5 meses”; “Talhante leva 12 anos por violar”

Especial (2019): Luxo -craques loucos por carros e diamantes

Especial (2020): ““Vaticano” - 44 hectares de poder”

Análise: Verifica-se que o número de secções que desapareceram foi reduzido, e o jornal começou a dar menos ênfase ao tema Covid-19, apesar de ainda ser o tema que ocupa mais espaço no jornal. Neste gráfico verifica-se que algumas secções voltam a aparecer e a ocupar o mesmo espaço que ocupavam no ano anterior como: Portugal, Vidas e Desporto.

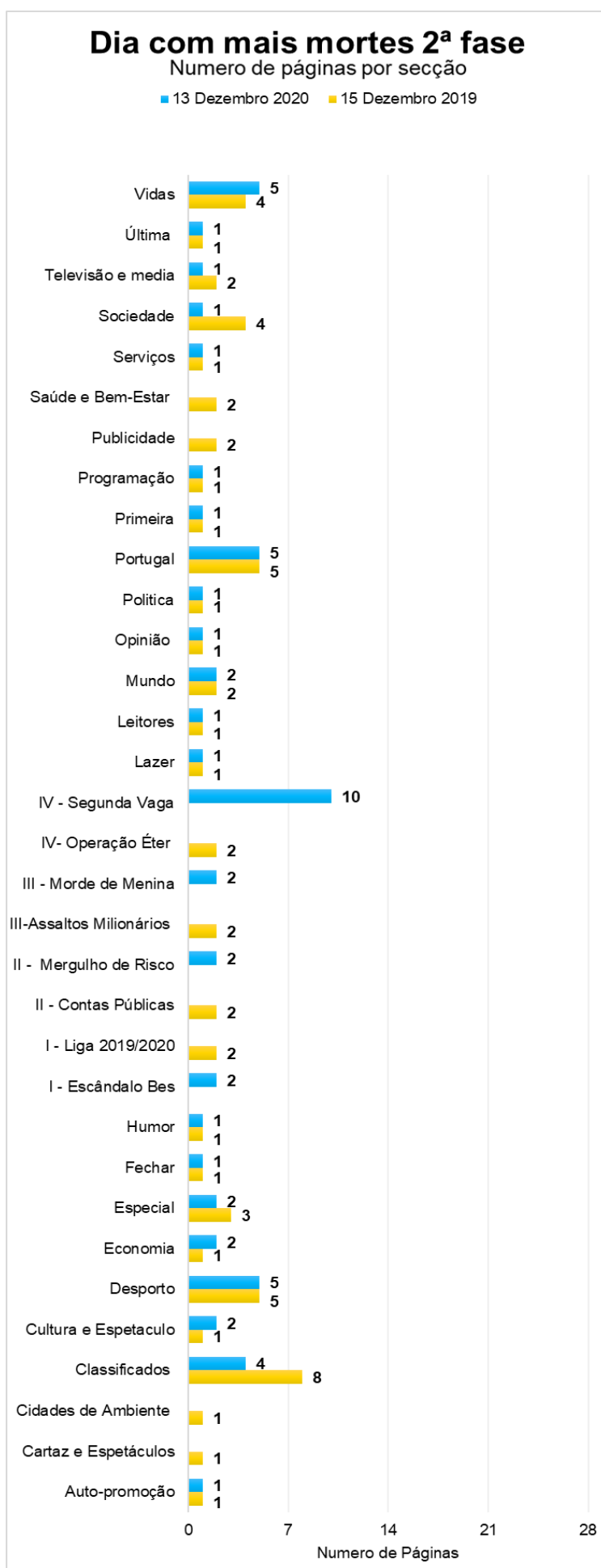


Gráfico 4 Análise das secções do dia com mais mortes na 2ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

6.3.1.4 - Avaliação do dia com mais casos referentes à 2ª fase de pandemia

Manchete da 1ª Página

2020– “Adotado da IURD mata mãe à facada”

2019– “Lei antichumbo poupa 5 mil euros por aluno”

Secções que deixaram de existir presentes nesta comparação gráfica:

Cidade e Ambientes; Cartazes e Espetáculos e Bolsa

Principais manchetes nas seguintes secções:

Sociedade (2019): “Governo quer poupar 55000 euros por aluno”;

Portugal (2019): “Engana 70 clientes com seguro do carro”; “Morre a 100 metros de casa”; “Tribunal devolve verba a “pai à força””; “Louco por pornografia ataca menores em casa”, “Leva tiro na perna em assalto a loja”

Portugal (2020): “Invade relvado da luz de carro e acaba detido”, “Jiboias e tarântula em casa de menor”; “Disse-me para ficar quieta ou matava-me”; Paulino levou negas ao recrutar cúmplices”; “Gan massacra família em roubo”

Especial (2019): “Web Summit – alojamento a meio gás em semana alta”

Especial (2020): “À espera – tensão e expectativa para saber vencedor” (Trump)

Análise: O que se pode destacar neste caso, é o acontecimento norte americano se sobressair no jornal mesmo perante a pandemia. Assim como o tema Covid ocupar apenas 8 páginas do jornal.

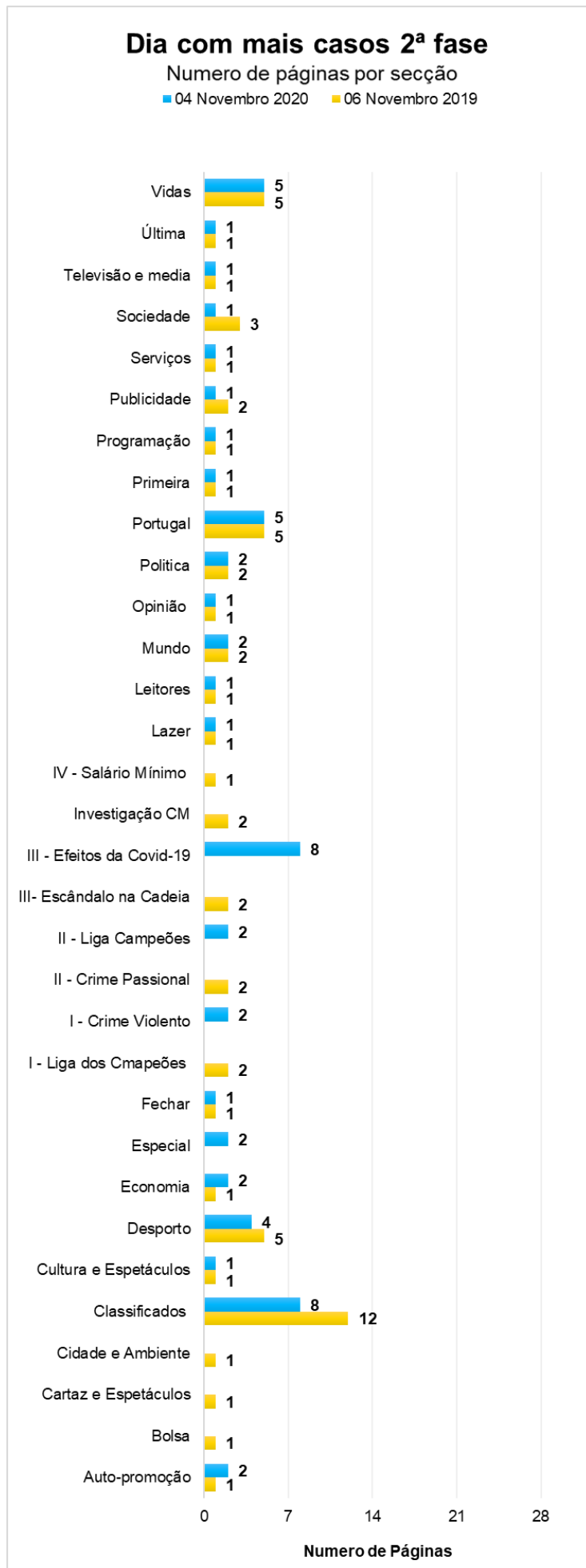


Gráfico 5 Análise das secções do dia com mais casos na 2ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

6.3.1.5 - Avaliação do dia com mais mortes referentes à 3ª fase de pandemia

Manchete da 1ª Página

2019 – “Amigo de Sócrates quer pôr a mão na mesa”

2021 – “Batota com vacinas no INEM”

Secções que deixaram de existir presentes nesta comparação gráfica:

Saúde e Bem Estar; Cidade e Ambientes e Cartazes e Espetáculos

Principais manchetes nas seguintes secções:

Sociedade (2019): “Costa avisa docentes que já foi até ao limite”; “Mulheres consomem mais álcool e drogas”

Portugal (2019): “Leva vida de rico com salário de pobre”; “Assassinou a vítima e tratou-a como lixo”; “Ratos desfiguram sem-abrigo morto”; “Manhã de chuva causa dois mortos na estrada”; “Má relação entre combeiros e ANPC”

Portugal (2021): “Pj investiga morte de médica em incêndio”; “Mata cabeleireira para roubar ouro”; “Fogo em lar ilegal fere 18 idosos” “Mata mulher à facada por cauda de telemóvel”; “Coca” em veleiro vale 90 milhões.”

Especial (2019): “Greve – blocos operatórios parados até fim de fevereiro”

Especial (2021): “Kobe Bryant – nevoeiro mata estrela da NBA”

Análise: O tema Covid na 3ª Vaga ocupa apenas 8 páginas do jornal. Aqui também as secções Portugal, Vidas muito próximo do ano anterior, e o Desporto aumentando mais 2 páginas.

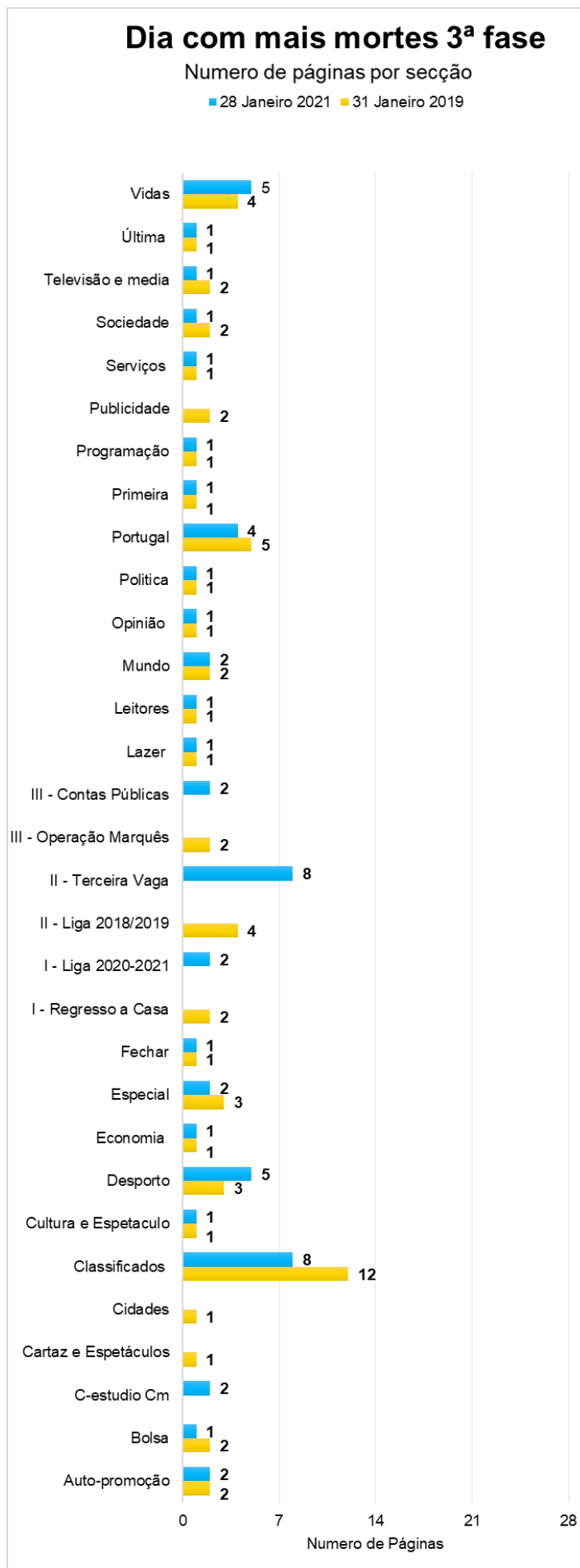


Gráfico 6 Análise das secções do dia com mais mortes na 3ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

6.3.1.6 - Avaliação do dia com mais casos referentes à 3ª fase de pandemia

Manchete da 1ª Página

2019 – “Fogo suspeito mata homem no porto”

2021 – “INEM dá vacinas a “amigos””

Secções que deixaram de existir presentes nesta comparação gráfica:

Saúde e Bem Estar; Cidade e Ambientes; Cartazes e Espetáculos

Principais manchetes nas seguintes secções:

Sociedade (2019): “2317 milhões na Saúde passados a pente fino”; “Obrigados a trabalhar na terça”; “Lar para taxistas no final do ano”

Portugal (2019): “Advogado monta burla de 1,3 milhões à Caixa”; “Três anos perdoados a ex-skin mercenário”; “Esfaqueado após **negar cigarros**”; “**Pedófilo famoso fica em liberdade**”

Portugal (2021): “Vê festejos de futebol após assassinar a mãe”; “Caçada burlona foragida dos EUA” Antigo GNR ateia fogos depois de sair da prisão” “Disputa com irmã e provoca incêndios”

Saúde e bem-estar (2019) – “Sal consumo excessivo pode provocar AVC e osteoporose”

Especial (2019): “Bebé Portugal”, “Folia- País sai à rua para celebrar o Entrudo”

Especial (2021): “Vírus fatal para famoso” – pandemia deixa mundo dos artistas mais pobre”

Análise: O tema Covid na 3ª Vaga ocupa apenas 8 páginas do jornal. Aqui também as secções Portugal, Vidas muito próximo do ano anterior, e o Desporto aumentando mais 1 página.

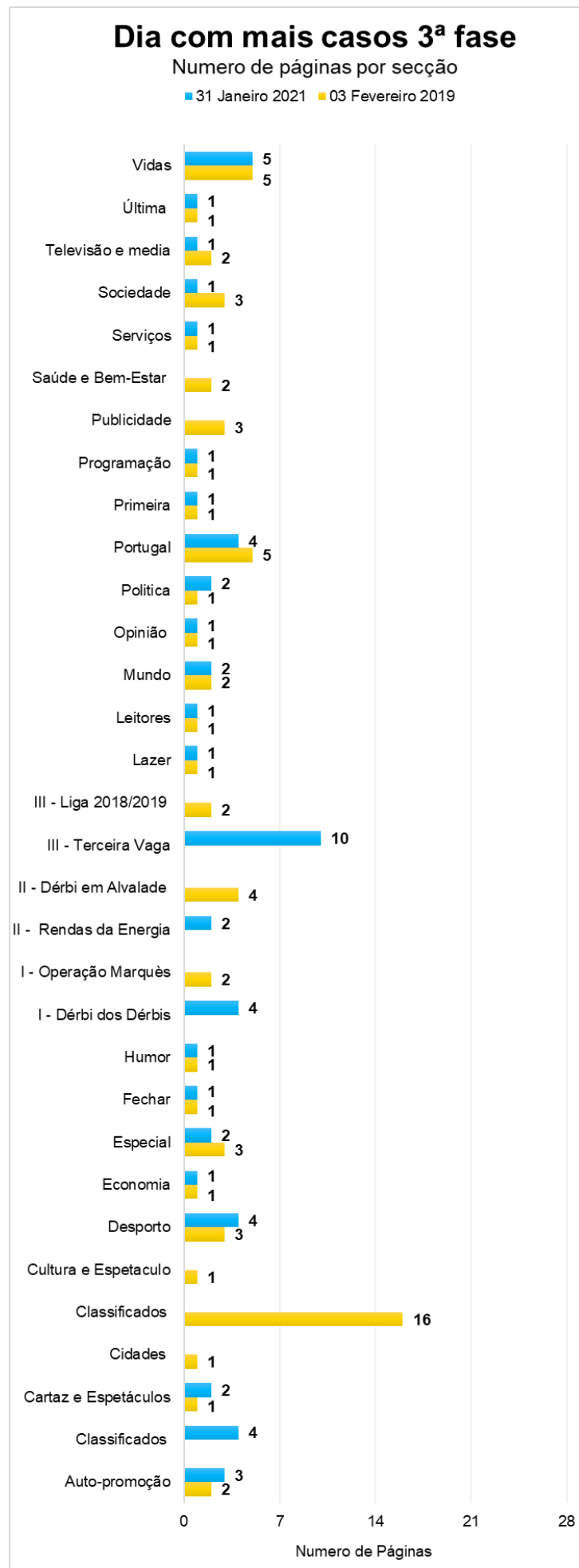


Gráfico 7 Análise das secções do dia com mais casos na 3ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

6.3.1.7 - Análise comparativa de uma semana completa: Segunda-Feira

Manchete da 1ª Página

2019 – “Banca aperta cerco a Berardo”

2020 – “Aumentam mortes sem Covid-19”

Secções que deixaram de existir presentes nesta comparação gráfica:

Sociedade; Política; Mundo; Especial; Cultura e Espetáculos; Cidade e Ambientes e Cartazes e Espetáculos

Principais manchetes nas seguintes secções:

Sociedade (2019): “Apostas gastam 322 milhões nos casinos”; “Médico aconselha mãe a rejeitar cirurgia”; “Igreja avança para comissão própria”

Portugal (2019): “Teia de corrupção saca 77 milhões com obras”; “Meio milhão para limpar cavalariças”; “Técnica no crime com amante preso”; “Filmada a agredir bebé”; “Anuncia por SMS morte à facada”

Portugal (2020): “Mata rival e recorre a bruxedos por amor”; “Polícias “a arder” com o São João “; “Usam carro da vítima para levar o corpo”; “Dois processos do mesmo crime”

Especial (2019): “Atividade física- desporto ao ar livre motiva mais”

Análise: O tema Covid domina o Jornal com o tema Pânico Mundial como manchete da Primeira página.

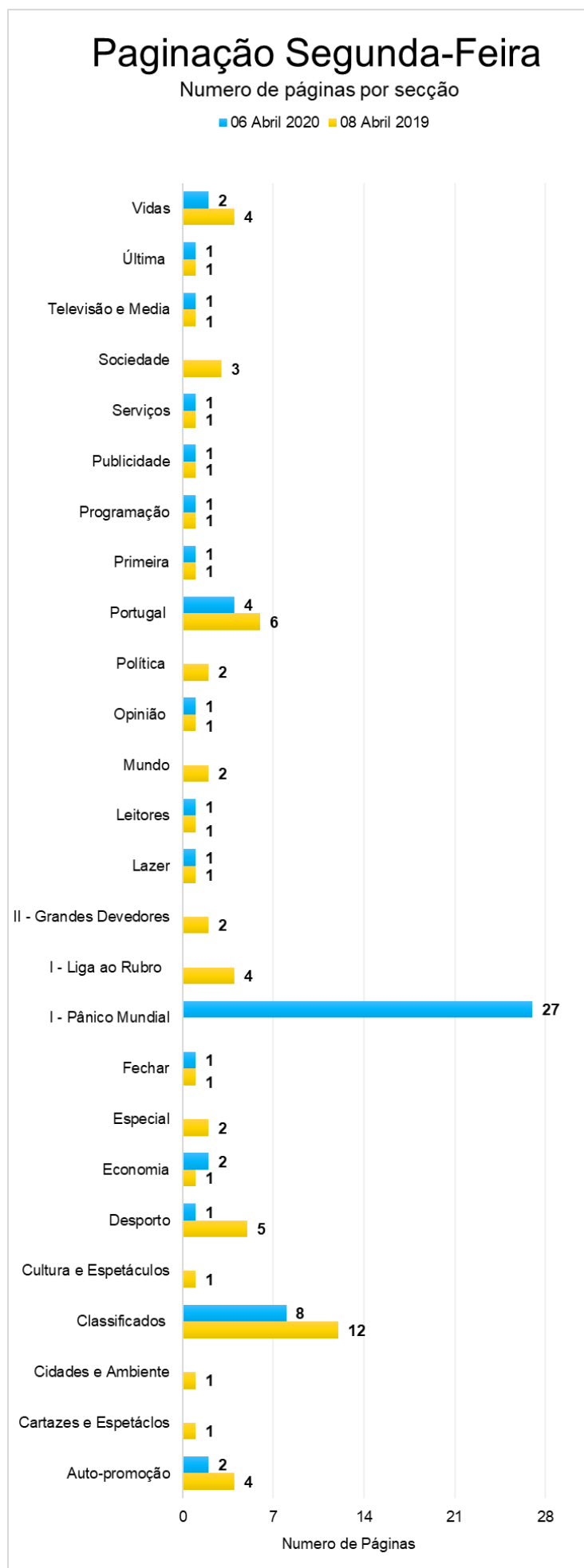


Gráfico 8 Análise das secções -Segunda-feira (Fonte: Autor)

6.3.1.8 - Análise comparativa de uma semana completa: Terça-Feira

Manchete da 1ªPágina

2019 – “Rebentava o dinheiro todo”

2020 – “Bancos só apoiam com garantias”

Secções que deixaram de existir presentes nesta comparação gráfica:

Sociedade; Política; Mundo; Especial; Cultura e Espectáculos; Cidade e Ambientes e Cartazes e Espectáculos

Principais manchetes nas seguintes secções:

Sociedade (2019): “Rainhas na serra para reprodução de abelhas”; “Obra submersa avança no Sado”

Portugal (2019): “Cadeia por venderem segredos das Finanças”; “Sai da prisão e espanca”; “Cozinheira leva droga e telemóveis”; “Vítima de Cristóvão conta terror em roubo”; “Julgada por abuso dos menores”

Portugal (2020): “Leva 20 anos por matar em torneio de sueca”; “Homicídio muda SEF no aeroporto”; “Rusga na cadeia revolta presos”

Especial (2019): “Flexibilidade- exercícios diários promovem bem-estar”

Análise: O tema Covid domina o Jornal com 27 páginas (Pânico Mundial) como manchete da Primeira página.

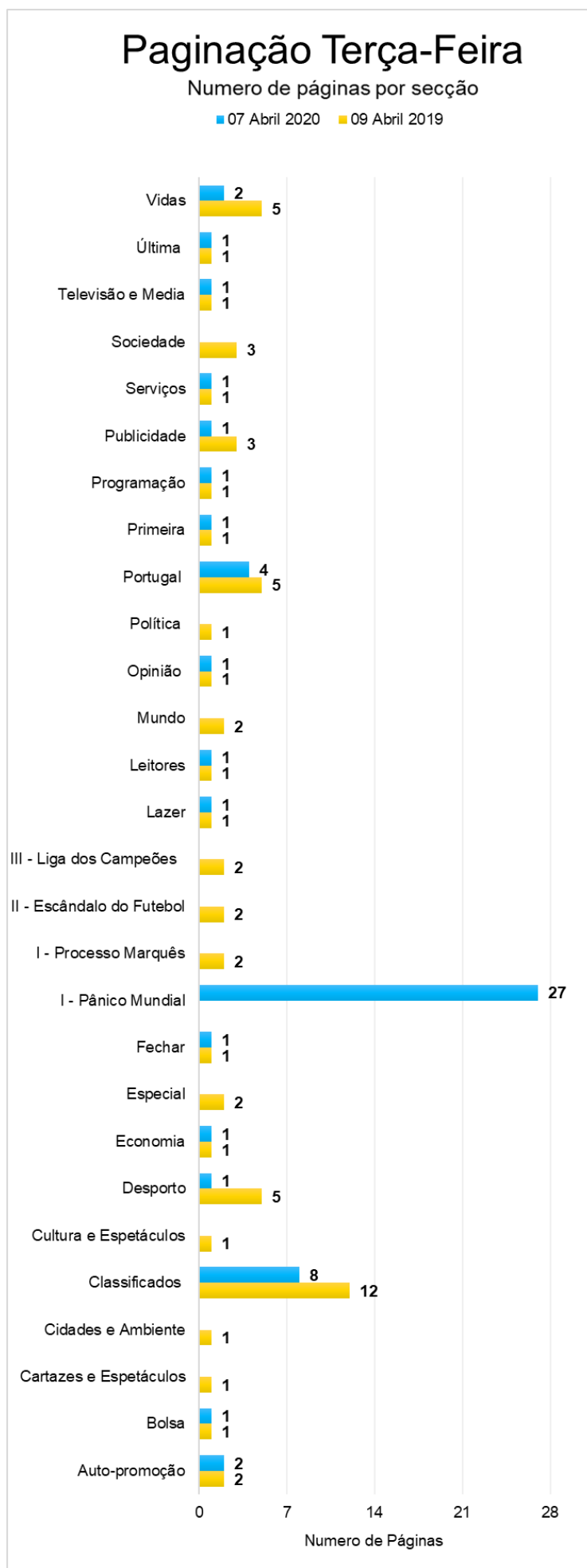


Gráfico 9 Análise das secções -Terça-feira (Fonte: Autor)

6.3.1.9 - Análise comparativa de uma semana completa: Quarta-Feira

Manchete da 1ªPágina

2020 – “Peritos contra reabertura do secundário”

2019 – “investigados milhões esbanjados por Bruno”

Secções que deixaram de existir presentes nesta comparação gráfica:

Sociedade; Saúde; Política; Mundo; Especial; Cultura e Espetáculos; Cidade e Ambientes e Cartazes e Espetáculos

Principais manchetes nas seguintes secções:

Sociedade (2019): “Há 5 anos em estado vegetativo”; “Morte com palito dá artigo científico”

Portugal (2019): ““Execução sumário” punida com 18 anos”; “Gémeo fugitivo agride namorada”; “Ladrão de carros abalroa policiais”; “Com os seguros é que a Rosa dá cabo de mim”; “Autocarro “aterra” à porta de banco”

Portugal (2020): “**Assassino** de polícia sai livre após 15 anos”; “Tribunal de Monsanto abre para Hells Angels”; “Burlam idosos em casa”; “Abusa da enteada e agride a mulher”

Especial (2019): “Cuidados ao Sol- protetor é o principal aliado”

Análise: Novamente o tema Covid domina o Jornal com 27 páginas com o tema Pânico Mundial como manchete da Primeira página.

Paginação Quarta-Feira

Numero de páginas por secção
■ 08 Abril 2020 ■ 10 Abril 2019

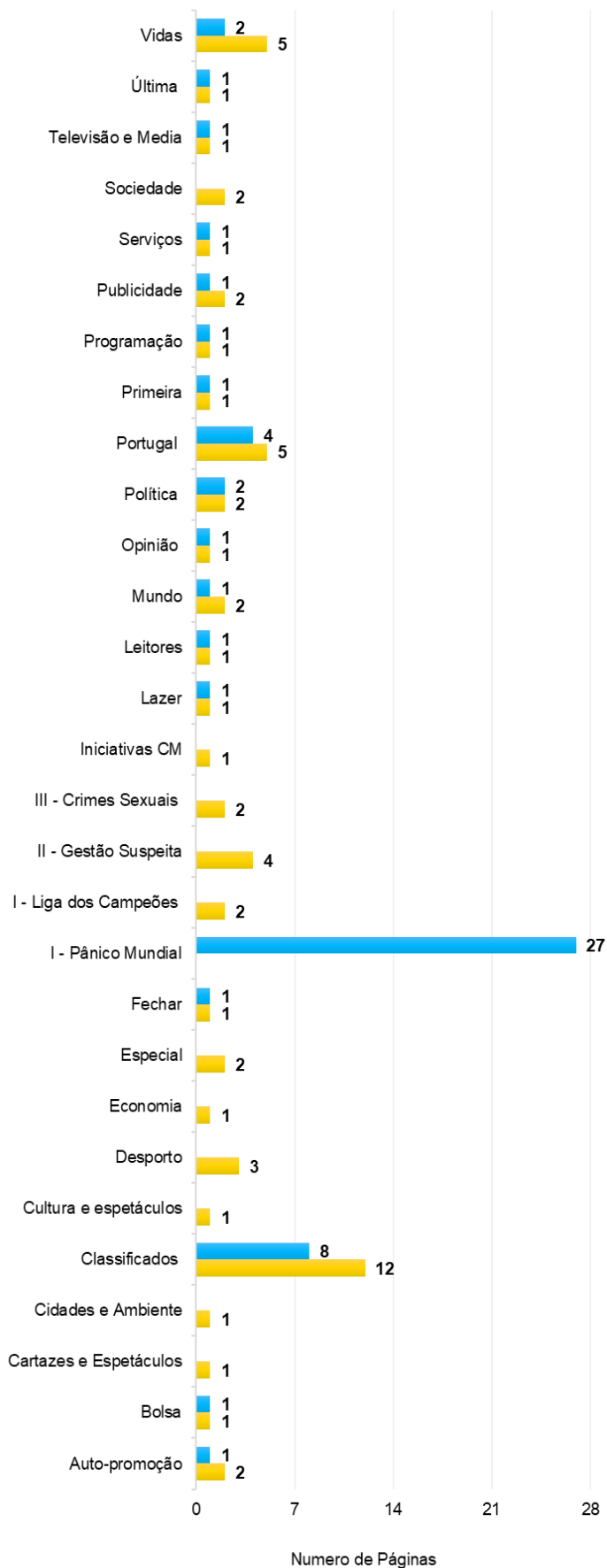


Gráfico 10 Análise das secções -Quarta-feira (Fonte: Autor)

6.3.1.10 - Análise comparativa de uma semana completa: Quinta-Feira

Manchete da 1ªPágina

2019 – “Caixa paga por segredos do fisco”

2020 – “Professora de 40 anos morre após queixas da linha SNS 24”

Secções que deixaram de existir presentes nesta comparação gráfica:

Sociedade; Política; Mundo; Especial; Desporto; Cultura e Espetáculos; Cidade e Ambientes e Cartazes e Espetáculos

Principais manchetes nas seguintes secções:

Sociedade (2019): “Prémio de 79 milhões com aposta de 5 euros”

Portugal (2019): “Corpos de mãe e filha por enterrar há 1 mês”; “Ladrão confessa more durante furto de carro”; “Padeiro desvia 50 mil euros de obras”; “Siresp devia ser também julgado”; “Policiais sem carro para investigações”

Portugal 2020: “Casa do “DR. Horror” parada na justiça “Troca segredos por liberdade sob vigilância”; “Assaltados na fila para a farmácia”; “Burlada ao vender um micro-ondas”

Especial 2019: “Ciência- o primeiro buraco negro”; “Perder peso”

Análise: O tema Covid domina o Jornal com 26 páginas, menos uma que o dia anterior, com o tema Pânico Mundial como manchete da Primeira página

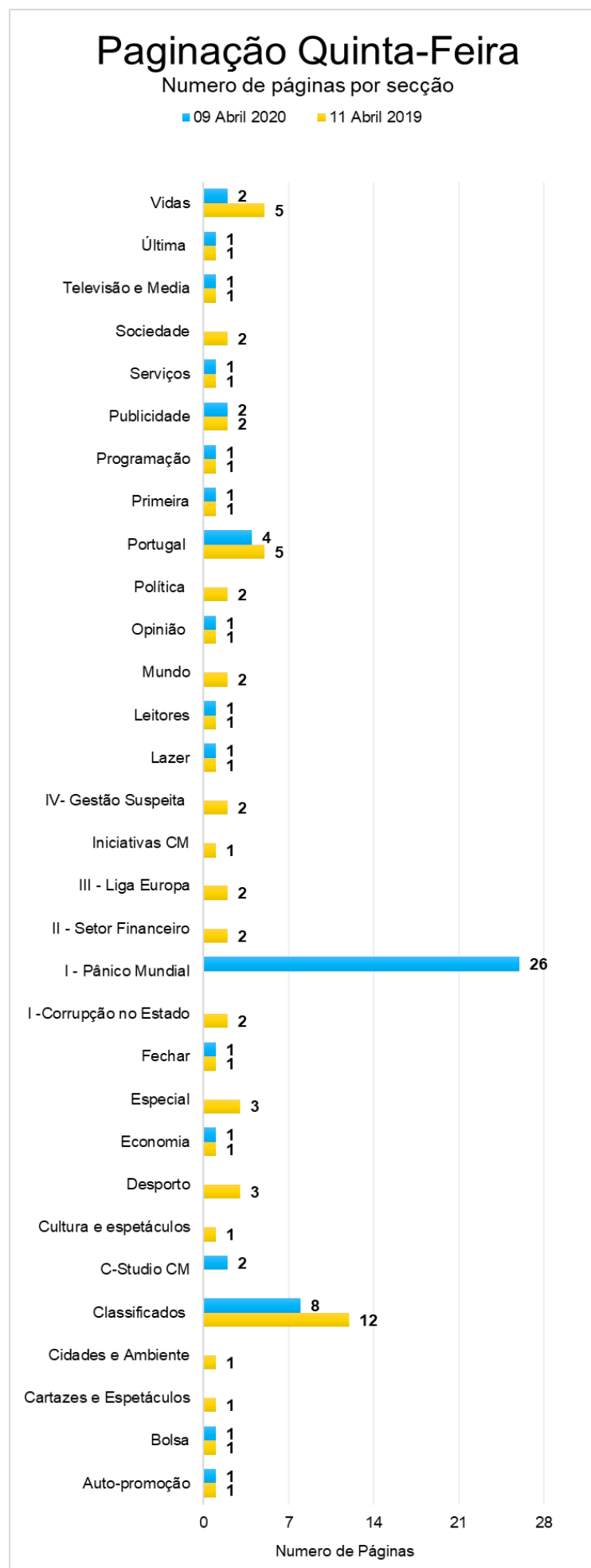


Gráfico 11 Análise das secções -Quinta-feira (Fonte: Autor)

6.3.1.11 - Análise comparativa de uma semana completa: Sexta-Feira
Análise igual ao gráfico 3 pois as datas de observação coincidem.

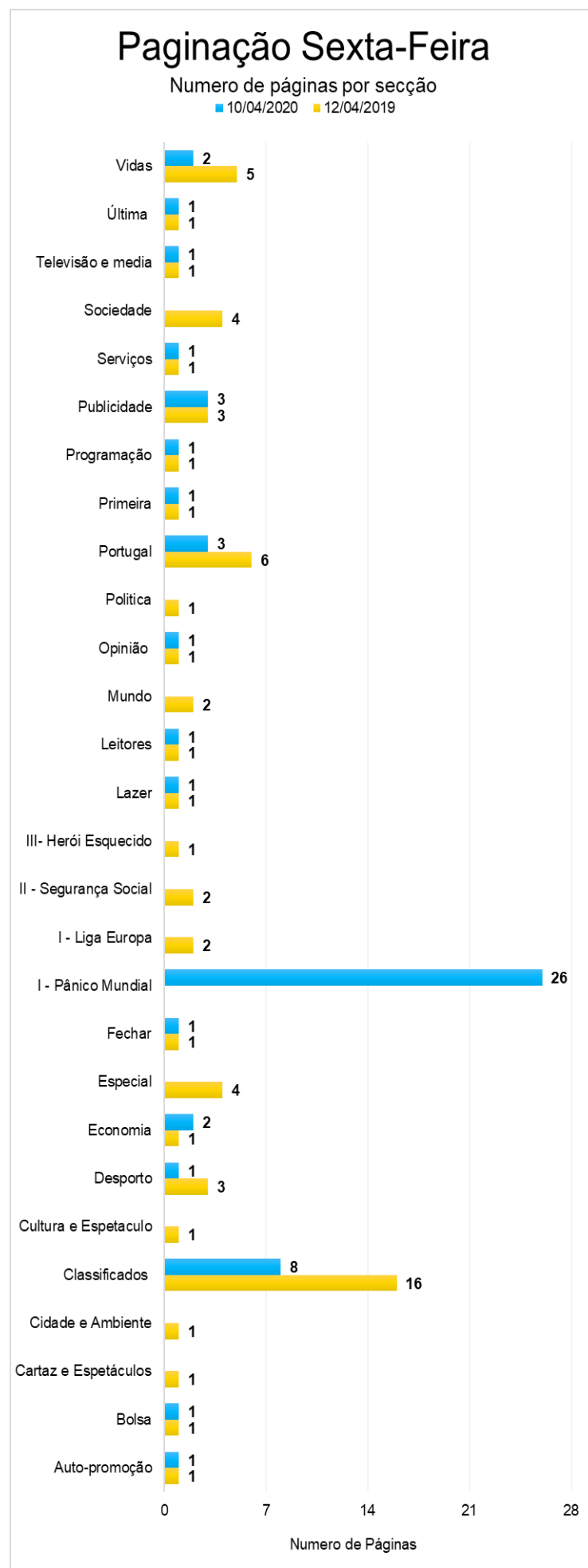


Gráfico 12 Análise das secções -Sexta-feira (Fonte: Autor)

6.3.1.12 - Análise comparativa de uma semana completa: Sábado

Manchete da 1ªPágina

2019- “Mulher decapitada por 10 mil Euros”

2020 – “Governo poupa milhões com presos”

Secções que deixaram de existir presentes nesta comparação gráfica:

Sociedade; Política; Mundo; Especial; Cultura e Espetáculos; Cidade e Ambientes e Cartazes e Espetáculos

Principais manchetes nas seguintes secções:

Sociedade (2019): “Hospitais públicos 3 mil camas “; “Fim de semana com neve e chuva”

Saúde (2019): Joelhos

Portugal (2019): “Treinador de futebol ataca crianças na net”, “Viajam à boleia e caem na linha”; “Proteção estudada em troca de segredos”; “PSP caça terror de estudantes”

Portugal (2020): “Juiz quer continuar processo de Tancos”, “Tenta burlar tia em 55 mil euros”;

Especial (2019): “Negócio ruinoso decidido em almoço” “Sobremesa dicas para não engordar”

Análise: O tema Covid domina o Jornal com 28 páginas, com o tema Pânico Mundial como manchete da Primeira página

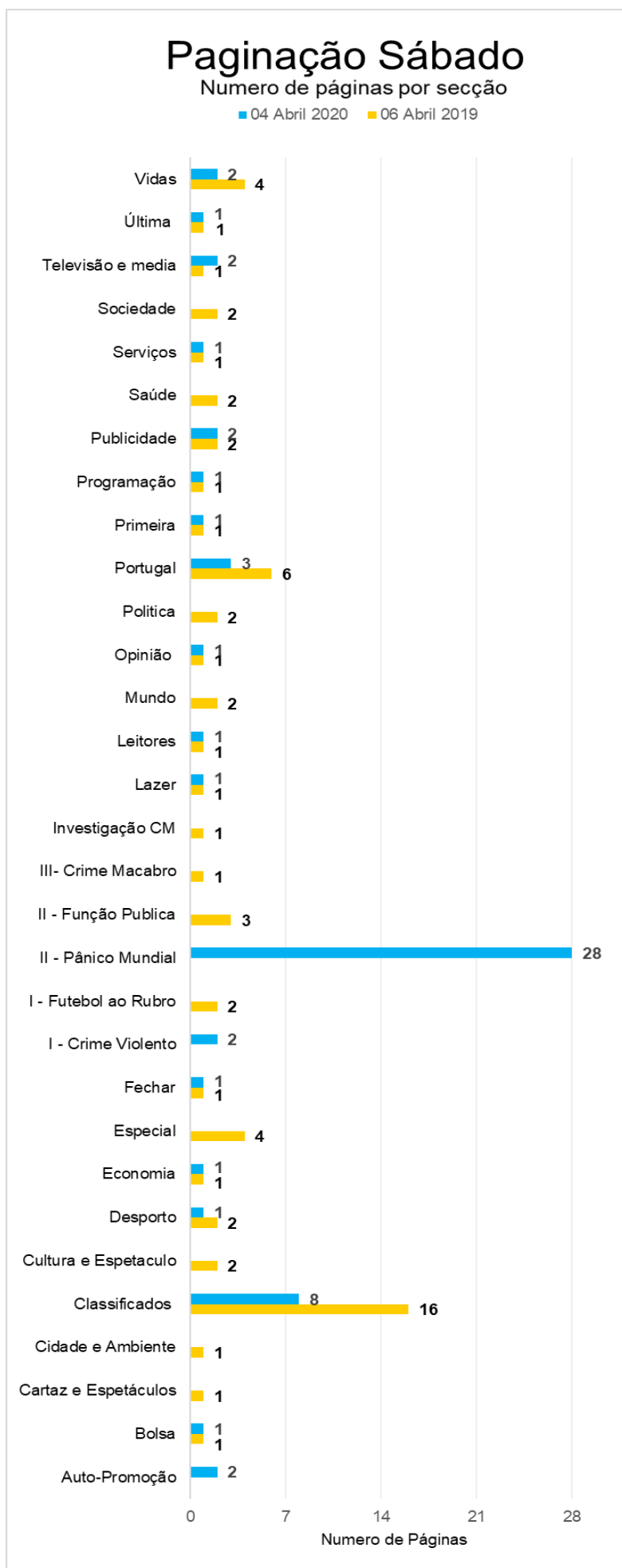


Gráfico 13 Análise das secções -Sábado (Fonte: Autor)

6.3.1.13 - Análise comparativa de uma semana completa: Domingo

Manchete da 1ª Página

2019 – “Clubes pagam 187 milhões a empresários”

2020 – “Vírus alastra com falta de testes”

Secções que deixaram de existir presentes nesta comparação gráfica:

Sociedade; Saúde e Bem Estar; Política; Mundo; Especial; Desporto; Cultura e Espetáculos; Cidade e Ambientes e Cartazes e Espetáculos

Principais manchetes nas seguintes secções:

Sociedade (2019): “Caçadores defendem menos dias para caçar”; “Neve encerra acessos à Torre”

Saúde e bem-estar (2019): “Internet”

Portugal 2019: “Furto de rodas de carros de luxo rende 309 mil euros”, “Três crianças vítimas de abusos de avô e tio”; “Ataca no comboio vítima a dormir”, “Médico esmagado pelo seu jipe à porta de casa”; “Lobo na cadeia ao lado de hacker”

Portugal 2020: “Segurança ouviu três inspetores a ameaçar”, “Levaram 5 dias para se desfazerem do corpo”, “Assaltante ataca após libertação”, “Leva cinco tiros em rixa familiar”

Especial 2019: “Bebés Portugal”; “A Nato garante a paz na Europa”

Análise: O tema Covid domina o Jornal com 27 páginas, com o tema Pânico Mundial como manchete da Primeira página

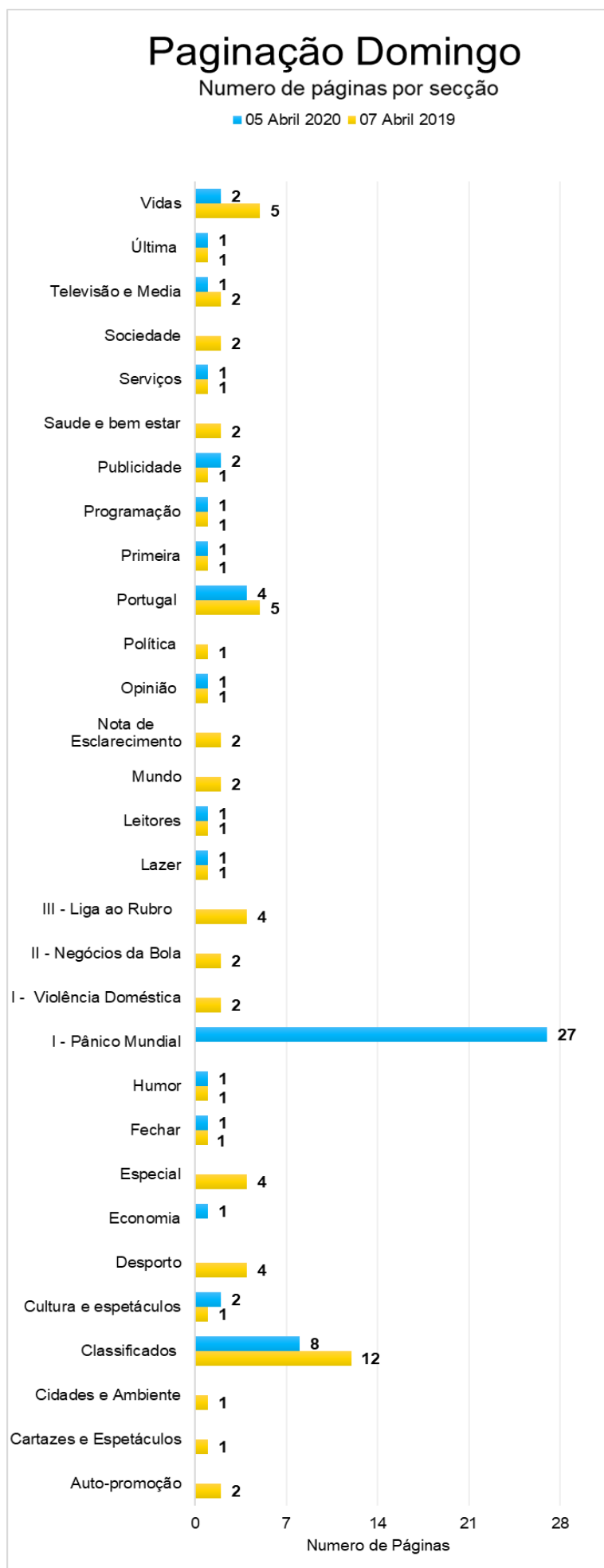


Gráfico 14 Análise das secções -Domingo (Fonte: Autor)

Tendo em conta os dados anteriores podemos concluir que as secções relacionadas com assuntos muito pontuais como Saúde, Cidades e Ambientes e secções relacionadas com a área do divertimento foram completamente abolidas no período de pandemia.

Salientar que os temas abordados começaram a ser maioritariamente sobre o Vírus e todo o que o envolvia, ocupavam a maior parte do jornal como confirma o Diretor Pedro Freire. “Ao longo do ano, o tema ‘Covid’ ocupou entre 30 e 50% do jornal”

Sendo curioso que a secção Portugal sempre que aparecia continuava a trazer as notícias de acidentes, desastres e tudo o que é característico do Correio da Manhã.

Reforçar que antes da pandemia o jornal era realizado por três segmentos: Porto, Braga, Centro e Algarve.

“Entre a primeira e a segunda fase as cidades voltaram a aparecer, mas logo a escassez de notícias e de custos, não justificam manter as diferenciações de cidades (Porto, Braga, Algarve), tendo apenas continuado esta diferenciação nos serviços por ser um serviço essencial.” (Paginadores, 2020)

Em relação às secções do jornal, pode-se verificar que uma das secções que foi totalmente extinta foi Saúde e Bem-estar, por outro lado as secções Cidade e Ambientes, Sociedade, Política, Bolsa e Mundo, que apesar de terem sido muitas delas nulas ou escassas as vezes que surgiram ao longo do tempo pandémico, são secções que com o voltar à normalidade tencionam voltar. Nesta fase os temas abordados nestas secções passaram para as secções Atualidade ou Portugal, visto que os temas abordados estavam relacionados com a pandemia.

Por outro lado, as secções Cartazes e Espetáculos e Cultura e Espetáculos, foram as primeiras a desaparecer por completo quando os cinemas, teatros e todo o mundo relacionado com o entretenimento (presencial) se veio obrigado a fechar, foram colocadas em suspenso até à reabertura dos mesmos.

Durante a análise é possível verificar que apesar de estarmos em tempos pandémicos e ser o tema principal do jornal, a secção Portugal continua a abordar temas como crimes, política e futebol.

Uma nota importante que não está presente nas edições analisadas é a secção desporto que no início da pandemia reduziu drasticamente o número de páginas que ocupava no jornal, muito devido à ausência de jogos e eventos desportivos.

A secção Especial que por norma abordava temas sobre saúde como: “Flexibilidade- exercícios diários promovem bem-estar”, “Atividade física- desporto ao ar livre motiva mais”

6.3.2 - Fotografia em tempos de Pandemia

A fotografia é um elemento importante no jornal como referido supra, assim sendo analisar a sua quantidade, origem e qualidade pareceu-me bastante relevante para o meu tema.

A autoria das imagens foi feita com base em cinco fatores sendo estes:

- **Sem direitos** – imagens que não tem qualquer referência ao seu autor, ou tem um tamanho inferior ou igual a um módulo.
- **Outros** – como não me foi facultada a lista dos fotógrafos contratados diretamente pelo CM, eu assumi que os nomes que aparecem repetidamente e não pertencem a qualquer agência são fotógrafos CM.
- **Direitos reservados** – imagens muitas vezes retiradas de redes sociais em que o autor é desconhecido e coloca-se direitos reservados.
- **Agências** – são imagens compradas a agências ou bancos de imagem como a agência Lusa, EPA, Reuters, são as agências mais presentes no jornal.
- **CMTV** -neste caso são imagens ou *frames* das notícias da televisão, acontece muito com jogos de futebol.

Quando iniciei este levantamento fotográfico, ia com a perspetiva que o número de fotografias tivesse aumentando, devido à ausência de notícias nesta altura pandémica. Também imaginei que as imagens usadas fossem de fotógrafos da casa, ou seja, fotógrafos CM, para que de alguma forma o jornal reduzisse os custos e apostasse no trabalho do seu colaborador.

Realizei então o levantamento de todas as imagens dos jornais referidos na (Tabela 2), e organizei em gráficos circulares.

Cada gráfico tem um degradé de uma cor e cada cor corresponde a um ano, sendo o amarelo 2019, azul 2020 e verde 2021. O tamanho dos gráficos refere-se ao total das imagens presente nesse mesmo jornal.

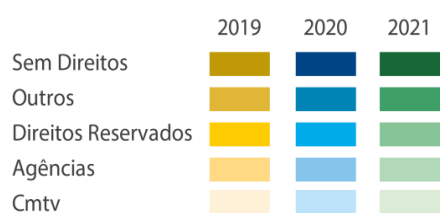


Fig.37 Legenda cromática Fotografias

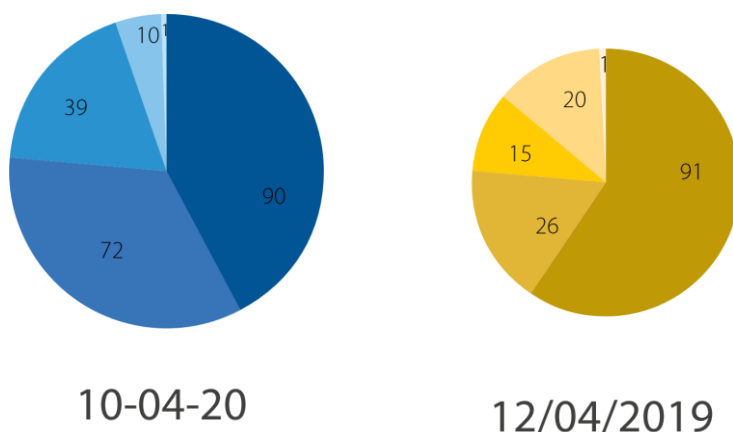


Figura 39 Análise fotográfica do dia com mais casos na 1ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

O gráfico referente à data 10-04-20 apresenta um total de 212 imagens, enquanto no gráfico ilustrado à data 12-04-2019 só se observam 153 Fotografias.

Analisando todos os gráficos no anexo II, verifica-se que em média o ano de 2020 apresentou maior número de imagens no jornal, o que pode ser justificado pela ausência de notícias e ser necessário colmatar o espaço com imagens

Verifica-se que as imagens eram maioritariamente imagens sem direitos reservados.

Era de esperar que em tempos como os que decorrem o CM aposta-se nos profissionais da casa, e é possível verificar isso nos gráficos do anexo II, o número de imagens de classificados como outros era quase sempre o mais relevante.

Através desta análise também verifiquei que as imagens usadas no ano de 2019, eram muitas vezes imagens de agências (Fig.38), o que dava uma imagem ao jornal mais impessoal, com uma imagem de pouca qualidade e pouco cuidado na sua seleção.

Podemos ver que na edição de 2019 as imagens escolhidas para ilustrar as páginas especiais são imagens que consideramos imagens genéricas.

Enquanto na edição de 2020 onde as imagens mais usadas foram de fotógrafos da casa, nota-se uma maior qualidade e maior cuidado nas fotografias (fig.39).



Fig.38 Exemplo de imagens de 2019 (Fonte: Autor)



Fig.40 Exemplo de imagens de 2020 (Fonte: Autor)

6.3.3 Infografias em tempos de Pandemia

Com o objetivo de estudar as infografias a nível quantitativo e qualitativo e de forma a entender como a pandemia afetou esses fatores no jornal, foi feito um levantamento com base nos seguintes fatores:

- **Fixas** – Infografias que estão em quase ou todas as edições, tais como o tempo, audiências e a lotaria
- **Desporto** – Infografias criadas para lançar dados relacionados ao desporto, seja formação das equipas ou resultados dos jogos
- **Originais** – Infografias criadas para temas únicos, como acidentes de automóvel
- **Covid Fixas** – Durante esse período criaram-se infografias fixas para o tema covis como o número de casos diário, o número de infetados em todo o mundo
- **Covid Originais** – Tal como nas outras infografias também o tema covid por vezes trazia-nos novidades, como o uso da máscara e eram criadas infografias específicas para essa demonstração.

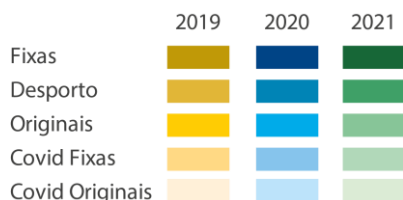


Fig.41 Legenda cromática Infografias

Antes de iniciar este levantamento ia com a perceção que o número de infografias tinha aumentado drasticamente, tendo em conta todos os novos dados muito numéricos do tema Covid-19.

Realizem então o levantamento de todas as infografias dos jornais referidos na (Tabela 2), e organizei em gráficos circulares.

Cada gráfico tem um degradé de uma cor e cada cor corresponde a um ano, sendo o amarelo 2019, azul 2020 e verde 2021. O tamanho dos gráficos refere-se ao total das infografias presente nesse mesmo jornal.

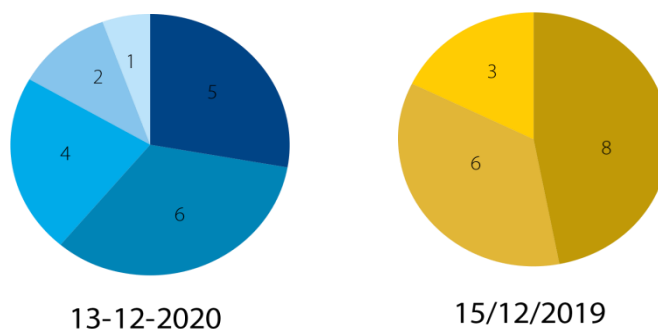


Gráfico 15 Análise das infografias do dia com mais mortes na 2ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

Vamos analisar o gráfico representado no Gráfico 17 do Anexo I, referente ao dia com mais casos na 1ª fase da pandemia

Através do tamanho dos gráficos podemos verificar de imediato que a quantidade de infografias presente nos dois jornais é diferente, vejamos.

A quantidade de infografias fixas manteve-se quase inalterada, sendo que logo na 1ª fase surgiram as infografias referentes ao tema covid, sendo as infografias de desporto e originais que mais sofreram com a pandemia (ver anexo I). Também se verifica que no tempo antes da pandemia a maior parte das infografias eram dedicadas ao desporto.

Fazendo uma média de todas as infografias o valor ronda as 13 infografias por jornal, isto deve-se ao facto de apesar de no período pré pandémico a variedade das infografias ser muito pouco, restringindo-se as infografias fixas e desporto, estas últimas tinham um grande impacto na quantidade.

Já em tempos de Pandemia as infografias do desporto diminuíram drasticamente e deram lugar às infografias relacionadas com o Covid, ou seja, começou a haver uma maior variedade apesar de numericamente não haver grandes alterações.

Mesmo em tempos de pandemia havia um cuidado e dedicação nas infografias das páginas especiais como é o exemplo da fig.41.



Fig.42 Exemplo de infografia original e apelativa
Jornal: 29-09-21(Fonte: Autor)

6.3.4 Publicidade em tempos de Pandemia

Foi feito o levantamento de toda publicidade presente em todos os jornais, com o intuito de entender até que ponto a pandemia afetou ou não a quantidade e qualidade da publicidade, isto é, se porventura as publicidades começaram a ser autopromoções ou se começou a surgir publicidade referente ao tema Covid-19.

Para analisar estes dados e tendo como base a (Fig.40, Anexo III)., para o número de módulos ocupado por cada publicidade, foram criadas tabelas individuais para cada jornal com o número de módulos, o tema e a página onde a publicidade se encontra (par ou ímpar).

Tomando como exemplo o dia com mais mortes referentes à 1ª e à 3ª:

Verifica-se que tanto na 1ª fase como na 3ª o número de publicidades diminuiu drasticamente comparando ao mesmo período do ano anterior.

Assim como os conteúdos publicitados sofreram grandes alterações, durante a fase pandémica as publicidades presentes no jornal começaram a ser muito mais autopromoções, ou publicidades de “acordo” como é o caso da nossa aposta, do que publicidades pagas. Como se pode verificar nas Tabelas 4 e 8 presentes infra.

Segundo o Diretor gráfico do jornal “Existiu uma quebra acentuada na publicidade, cerca de 80%” (Freire, 2021)

Verifica-se que entre a 1ª fase e a 3ª fase também se verificou uma queda no volume publicitário, este acontecimento devesse à falta de rendimentos dos negócios e a todo o prejuízo que a pandemia trouxe ao país, um dos primeiros sectores a ser afetado aquando do fecho dos comércios, restaurantes, e entretenimento, foi o sector publicitário.

Analisando todas as tabelas presentes no Anexo 3 também se verifica que durante a fase pandémica as poucas publicidades que saíam no jornal estavam situadas numa página ímpares que são por norma as páginas mais caras de publicar.

Publicidade - 03/04/2020		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Autopromoção CMTV	Impar
75	Autopromoção CM	Impar
15	Autopromoção CM	Par
10	Autopromoção Sábado	Par
1,5	Nossa Aposta	Par
10	Facility Services	Par
10	Nossa Aposta	Impar
75	Nossa Aposta	Impar
18	Informação Popular	Impar
75	Autopromoção CM	Par
8 Páginas	Classificados	

Publicidade - 05/04/2019		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Fiat	Impar
75	Vodafone	Impar
18	EDP	Impar
10	Penhores	Impar
40	Vinho - Porca da Murça	Impar
75	Aparelho Auditivo	Impar
75	Autopromoção CM Saúde	Par
75	Casamento Santo António	Par
10	Teatro Politeama	Impar
10	Doçaria Portalegre	Par
10	Teatro Politeama	Impar
10	Mara Cosméticos	Par
10	Semana Santa	Impar
20	Novela Prémios	Impar
10	Redguardman	Par
10	Clínica S. João	Par
1,5	Nossa Aposta	Par
12 Páginas	Classificados	

Tabela 3 Análise da Publicidade do dia com mais mortes na 1ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

Publicidade - 28/01/2021		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Autopromoção CM	Impar
18	Santa Casa	Impar
35	Articulações	Impar
75	Autopromoção CM	Par
10	Segurança	Impar
10	Maya	Impar
10	Autopromoção Sábado	Par
10	Autopromoção Sábado	Par
8 Páginas	Classificados	

Publicidade - 31/01/2019		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Autopromoção CM	Impar
18	Campo Pequeno - Tourada	Impar
3	Autopromoção CM	Par
75	Aparelho Auditivo	Impar
75	Autopromoção CM	Impar
75	Nossa Aposta	Par
10	Nossa Aposta	Impar
10	Maya	Impar
10	Autopromoção Sábado	Impar
10	Clube TT Oeiras	Par
10	Autopromoção Record	Par
1,5	Nossa Aposta	Par
12 Páginas	Classificados	

Tabela 4 Análise da Publicidade do dia com mais mortes na 3ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

...Conclusão...

Conclusão

A dissertação passou por várias etapas ao longo do ano de estudo, foi efetuada uma análise, observação e aprendizagem ao longo dos seis meses de estágio, onde pode colocar em prática todo o meu conhecimento teórico.

O estágio realizou-se no jornal Correio da Manhã, onde trabalhava numa equipa multidisciplinar. Aprendi que o método de trabalho em equipa multidisciplinar é muito importante quando se trata de um trabalho tão complexo. A coordenação entre editores, fotógrafos e jornalistas tinha que ser o mais eficiente possível, para que o jornal ficasse pronto a tempo da impressão.

Este estágio realizou-se durante a pandemia do covid-19, por esse motivo os níveis de higienização e de segurança obrigavam a que maior parte dos meus colegas estivessem em teletrabalho. Algo que não foi muito complicado de gerir visto estarem sempre disponíveis para contacto, e a equipa se manter sempre animada, e focada no trabalho. O que me custou mais foram mesmo as notícias pois durante o tempo da pandemia eram sempre muito negativas.

Durante o meu estágio comecei a perceber que as novas informações relativas ao covid, como infografias e gráficos de contágios, estavam a tomar espaço nas páginas do jornal, e que páginas que promoviam atividades culturais desapareceram, devido ao confinamento.

Estas mudanças levaram-me a elaborar uma dissertação onde avaliei o impacto do covid-19 nas mudanças do jornal e qual o impacto que este teve no seu Design Gráfico e Editorial.

Percebi que a primeira grande mudança foi o jornal deixar ter edições especiais para Braga, Porto e Algarve, (característica marcante do CM) e passar a ter uma única edição nacional, de forma a reduzir os custos de distribuição e impressão. Esses custos aumentaram pelo facto de o jornal não ter tantos anúncios, (grande parte da sua receita), devido ao confinamento.

Neste relatório fiz uma análise quantitativa e qualitativa das páginas do jornal das três fases mais críticas da pandemia, onde pode concluir que as notícias relativas as pandemias afetaram o design gráfico e editorial do jornal. Estas notícias devido a sua importância ocupavam cerca de 80% do jornal, o que obrigou a que houvesse uma reestruturação do jornal. Algo que estudo e analiso mais aprofundadamente ao longo do trabalho.

O jornal passou a ser um bom arquivo de tudo o que se passava no país relativamente ao covid, pois era tudo relatado diariamente, dando uma boa perceção do que se passou durante aqueles meses tão complicados,

Como este trabalho analisou as três primeiras fases da pandemia e sendo um tema que ainda é atual, o projeto pode continuar a ser desenvolvido, aprofundado e atualizado.

...Bibliografia...

Referências Bibliográficas

Sites consultados:

Acerca da Cofina - [Em linha] [Consult. 19 abr. 2021]. Disponível em WWW:<URL:http://www.cofina.pt/about-cofina.aspx?sc_lang=pt-pt>.

CM é o único jornal com mais de 3 milhões de leitores online - [Em linha], atual. 11 mar. 2020. [Consult. 17 jun. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.cmjornal.pt/tv-media/detalhe/cm-e-o-unico-jornal-com-mais-de-3-milhoes-de-leitores-online>>.

Cofina - [Em linha], atual. 2021. [Consult. 22 jun. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<http://www.cofina.pt/>>.

Cofina - [Em linha] [Consult. 28 set. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://quiosque.cofina.pt/correio-da-manha-2070/20200403>>.

Cofina - [Em linha] [Consult. 28 set. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://quiosque.cofina.pt/correio-da-manha-2070/20190405>>.

Cofina - [Em linha] [Consult. 28 set. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://quiosque.cofina.pt/correio-da-manha-2070/20200410>>.

Cofina - [Em linha] [Consult. 28 set. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://quiosque.cofina.pt/correio-da-manha-2070/20190412>>.

Cofina - [Em linha] [Consult. 28 set. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://quiosque.cofina.pt/correio-da-manha-2070/20191215>>.

Cofina - [Em linha] [Consult. 28 set. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://quiosque.cofina.pt/correio-da-manha-2070/20201213>>.

Cofina - [Em linha] [Consult. 28 set. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://quiosque.cofina.pt/correio-da-manha-2070/20201104>>.

Cofina - [Em linha] [Consult. 28 set. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://quiosque.cofina.pt/correio-da-manha-2070/20190131>>.

Cofina - [Em linha] [Consult. 28 set. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://quiosque.cofina.pt/correio-da-manha-2070/20210128>>.

Cofina - [Em linha] [Consult. 28 set. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://quiosque.cofina.pt/correio-da-manha-2070/20190408>>.

Cofina - [Em linha] [Consult. 28 set. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://quiosque.cofina.pt/correio-da-manha-2070/20190409>>.

Cofina - [Em linha] [Consult. 28 set. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://quiosque.cofina.pt/correio-da-manha-2070/20190411>>.

Cofina - [Em linha] [Consult. 28 set. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://quiosque.cofina.pt/correio-da-manha-2070/20190407>>.

Cofina - [Em linha] [Consult. 28 set. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://quiosque.cofina.pt/correio-da-manha-2070/20200406>>.

COFINA_Proposta1_RC2020_PT.pdf - [s.d.]).

Correio da Manhã Canadá - [Em linha] [Consult. 24 set. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.correiodamanhacanada.com/>>.

Correio da Manhã líder da informação online - [Em linha] [Consult. 25 set. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.cmjornal.pt/tv-media/detalhe/correio-da-manha-lider-da-informacao-online>>.

Correio da Manhã lidera reach entre sites de informação - [Em linha], atual. 26 fev. 2019. [Consult. 17 jun. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.marktest.com/wap/a/n/id~24af.aspx>>.

Correio da Manhã lidera vendas com 62,1% do mercado - [Em linha] [Consult. 25 set. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.cmjornal.pt/tv-media/detalhe/correio-da-manha-lidera-vendas-com-621-do-mercado>>.

Correio da Manhã (Portugal) - Em Wikipédia, a enciclopédia livre [Em linha] [Consult. 19 jun. 2021]. Disponível em WWW:<URL:[https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Correio_da_Manh%C3%A3_\(Portugal\)&oldid=61144336](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Correio_da_Manh%C3%A3_(Portugal)&oldid=61144336)>.

COVID-19 - [Em linha], atual. 25 jun. 2021. [Consult. 9 set. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.sns24.gov.pt/tema/doencas-infecciosas/covid-19/>>.

Estratégia - [Em linha] [Consult. 24 set. 2021]. Disponível em WWW:<URL:http://www.cofina.pt/about-cofina/strategy.aspx?sc_lang=pt-pt>.

Histórico da pandemia de COVID-19 - OPAS/OMS | Organização Pan-Americana da Saúde - [Em linha], atual. 2020. [Consult. 23 set. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>>.

Jornais - [Em linha], atual. 11 jun. 2021. [Consult. 12 jun. 2021]. Disponível em WWW:<URL:http://www.cofina.pt/business-overview/newspapers.aspx?sc_lang=pt-pt>.

Jornais - [Em linha] [Consult. 26 set. 2021]. Disponível em WWW:<URL:http://www.cofina.pt/business-overview/newspapers.aspx?sc_lang=pt-pt>.

Linguagem tablóide (1) - O nosso idioma - Ciberdúvidas da Língua Portuguesa - [Em linha], atual. 25 ago. 2008. [Consult. 17 jun. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://ciberduvidas.iscte-iul.pt/artigos/rubricas/idioma/linguagem-tabloide-1/1924#>>.

O perfil dos leitores de imprensa - [Em linha] [Consult. 19 jun. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.marktest.com/wap/a/n/id~1bbe.aspx>>.

Pandemia de COVID-19 em Portugal - Em Wikipédia, a enciclopédia livre [Em linha] [Consult. 11 jul. 2021].

Para cada jornal online seu perfil de leitor - Internet - SAPO Tek - [Em linha] [Consult. 19 jun. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://tek.sapo.pt/noticias/internet/artigos/para-cada-jornal-online-seu-perfil-de-leitor>>.

Ponto de Situação Atual em Portugal - COVID-19 - [Em linha] [Consult. 1 jun. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://covid19.min-saude.pt/ponto-de-situacao-atual-em-portugal/#>>.

Revistas - [Em linha] [Consult. 12 jun. 2021]. Disponível em WWW:<URL:http://www.cofina.pt/business-overview/magazines.aspx?sc_lang=pt-pt>.

SIC Notícias | Adaptações do jornalismo em tempos de pandemia - [Em linha], atual. 5 set. 2020. [Consult. 5 mai. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://sicnoticias.pt/especiais/coronavirus/2020-09-05-Adaptacoes-do-jornalismo-em-tempos-de-pandemia>>.

SILVA, Filipa - **No meio da pandemia, o jornalismo refaz-se para continuar a ser feito** - JPN [Em linha], atual. 6 abr. 2020. [Consult. 5 mai. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.jpn.up.pt/2020/04/06/no-meio-da-pandemia-o-jornalismo-re-faz-se-para-continuar-a-ser-feito/>>.

Sobre Nós | Nossa Aposta - [Em linha], atual. 28 fev. 2017. [Consult. 26 set. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.nossaaposta.pt/sobre-nos>>.

Tabloide - Em Wikipédia, a enciclopédia livre [Em linha] [Consult. 19 jun. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Tabloide&oldid=58346620>>.

Documentos Consultados:

Adaptações do jornalismo em tempos de pandemia - [Em linha] [Consult. 5 mai. 2021].

CARVALHO, Claudia - **Análise do Design de Jornais Diários generalistas Portugueses.**: IPT, 3 Set. 2012

CHAÍÇA, Inês - **Primeiro caso em Portugal foi há três meses. Dos infectados, 60% já recuperaram** [Em linha], atual. 06. 2020. [Consult. 9 set. 2021].

DGS BOLETIM - 32_DGS_boletim_20200403. 2020).

DGS BOLETIM - 39_DGS_boletim_202000410. 2020).

DGS BOLETIM - 247_DGS_boletim_20201104. 2020).

DGS BOLETIM - 286_DGS_boletim_20201213. 2020).

DGS BOLETIM - 332_DGS_boletim_20210128. 2021).

DGS BOLETIM - 335_DGS_boletim_20210131. 2021).

DGS_boletim_20200315_3.pdf - [2021.]).

DUARTE, Andreia - **Correio da Manhã: A realidade de um jornal diário sensacionalista.**: IPT, 2020

FREIRE, Pedro - Entrevista Diretor Gráfico Cofina, 31 Mar. 2021.

GARCÍA, Mario. Contemporary Newspaper Design. The Poynter Institute for Media Studies. Prentice Hall, 1993, 3.^a Edição.

GARCÍA, Mario, "Compacting newspaper without changing size". Ideas – The magazine of Newspaper marketing, INMA, setembro de 2005.

GARCÍA, Mario. Newspaper Evolutions. The Poynter Institute for Media Studies, 1997.

GARCÍA, Mario. Pure Design, Miller Media. St.Petersburg Florida, 2002.

GARCÍA, Mario e Stark, Pegie. Eyes on the News. The Poynter Institute for Color Research. Ed Miller, 1991.

GARCÍA, Mario. SND, Update, When "nada" can be "mucho", 2001,

GARCÍA, Mario, SND, Update, A return to simpler times, 2001,

GRAY, Dave, SND, Understanding comics, 1994, issue 51. GONÇALVES, Daniela - **O diabo nos detalhes**

GONÇALVES DE OLIVEIRA, Hebe Maria; GADINI, Sérgio - **Jornalismo em tempos da pandemia do novo coronavírus**. 1^a edição ed.: Ria editora, 2020. ISBN 978-989-8971-26-5.

LACAVA, Lucie. "Where's the art in our design?" Design Journal, ND, 2001, 80.^a Edição

MACHADO, Cláudia - Editora da Secção de Portugal, 28 Mar. 2021.

MARTINHO COELHO, Carina - **O LUGAR DA FOTOGRAFIA NA CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA: UMA ANÁLISE À PERCEÇÃO DOS FOTOJORNALISTAS SOBRE OS CRITÉRIOS DE NOTICIA-BILIDADE NO FOTOJORNALISMO PORTUGUÊS**: IPT, 2015

MOSCO, Vincente - **Political economy of communication**

MULLER-BROCKMANN, Josef - **Grid Systems in Graphic Design**. ISBN 978-3-7212-0145-1.

PAGINADORES - Entrevista colegas Paginadores, Set. 2020.

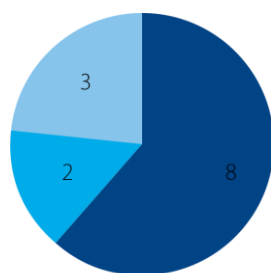
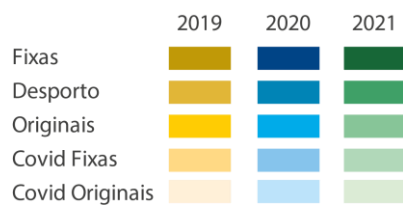
PAULINO, Rita; RODRÍGUEZ-HIDALGO, Claudia - **Jornalismo, sociedade e pandemia**. 1^a Edição ed.: Ria editora, 2020. ISBN 978-989-8971-34-0.

SPIEKERMANN, Erick & Ginger, Stop Stealing Sheep & Find Out how type works. Adobe Press Book, second edition, 2003

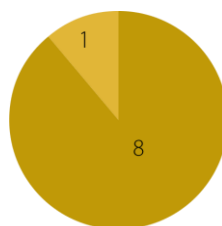
...Anexos...

Anexos I

Análise infográfica quantitativa dos Jornal

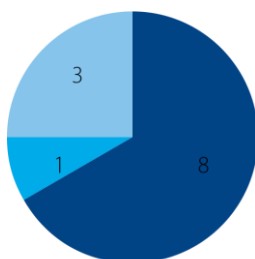


03-04-2020

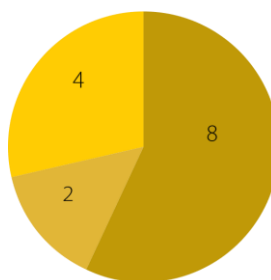


05/04/2019

Gráfico 16 Análise das infografias do dia com mais mortes na 1ª fase da pandemia (Fonte: Autor)



10-04-2020



12/04/2019

Gráfico 17 Análise das infografias do dia com mais casos na 1ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

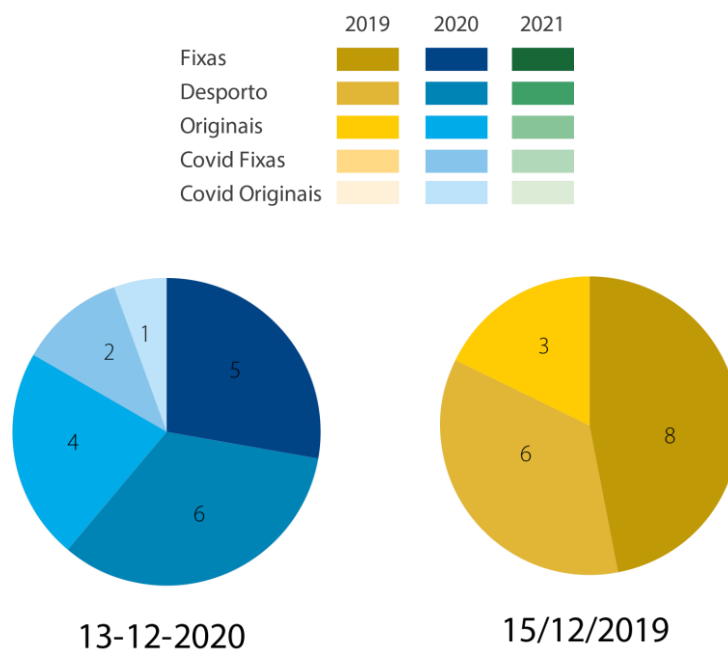


Gráfico 18 Análise das infografias do dia com mais mortes na 2ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

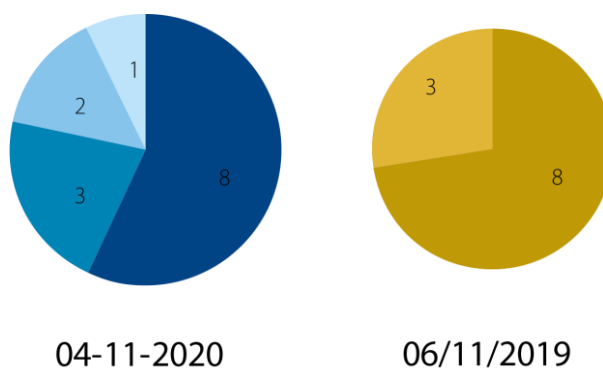


Gráfico 19 Análise das infografias do dia com mais casos na 2ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

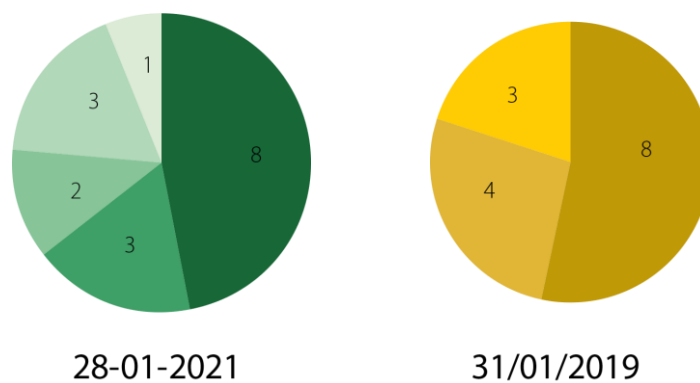


Gráfico 20 Análise das infografias do dia com mais mortes na 3ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

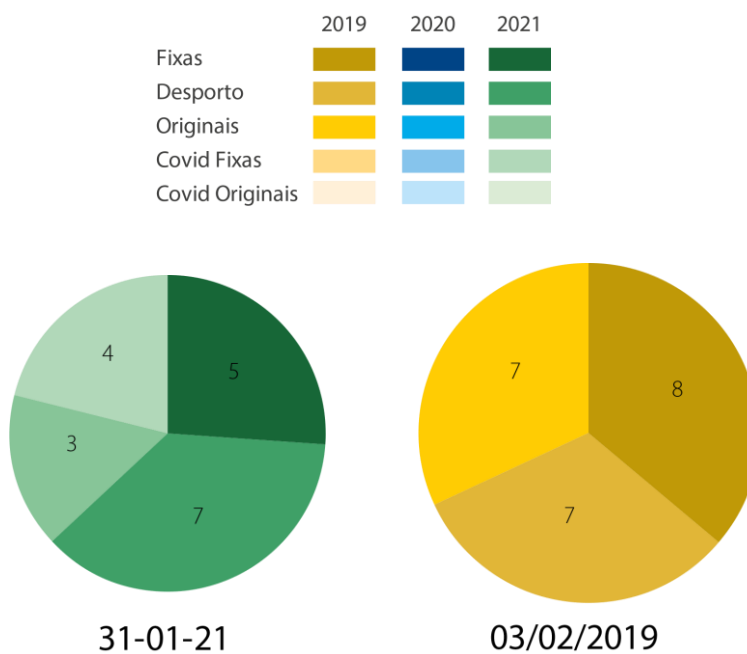


Gráfico 21 Análise das infografias do dia com mais casos na 3ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

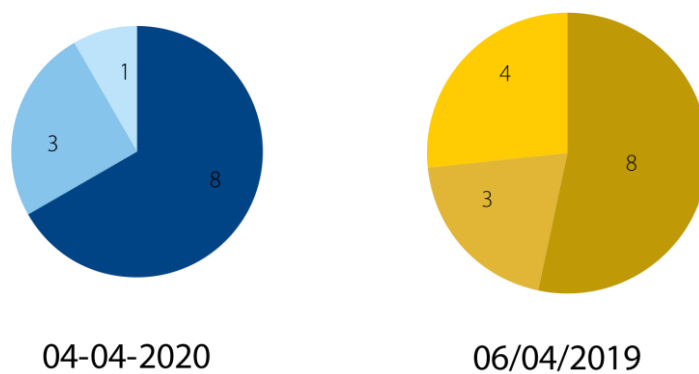


Gráfico 22 Análise das infografias -Sábado (Fonte: Autor)

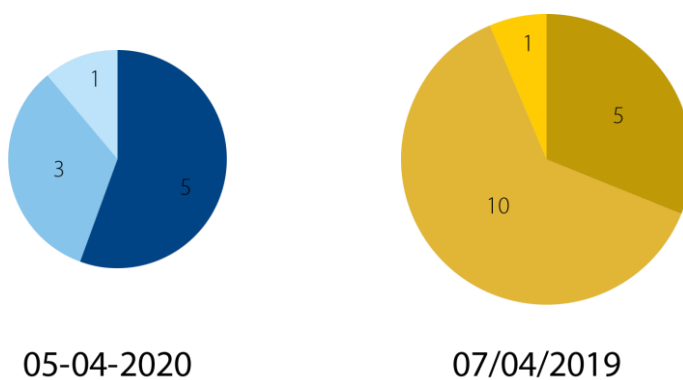
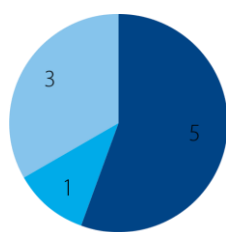
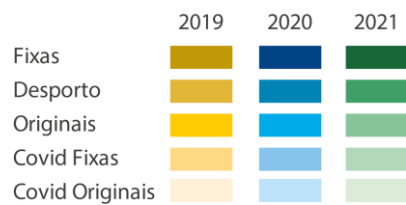
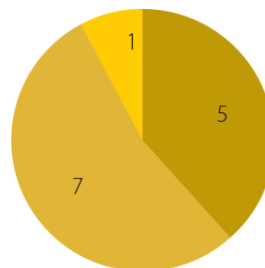


Gráfico 23 Análise das infografias -Domingo (Fonte: Autor)

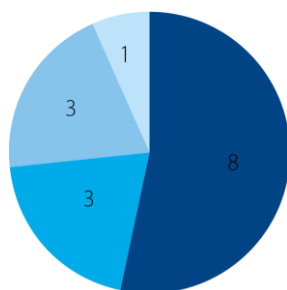


06-04-2020

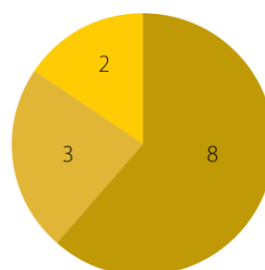


08/04/2019

Gráfico 24 Análise das infografias -Segunda-feira
(Fonte: Autor)

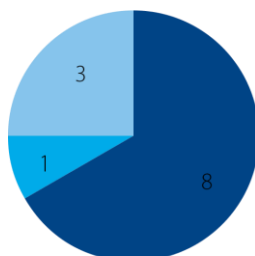


07-04-2020

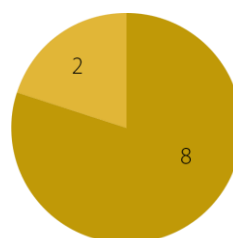


09/04/2019

Gráfico 25 Análise das infografias -Terça-feira (Fonte: Autor)

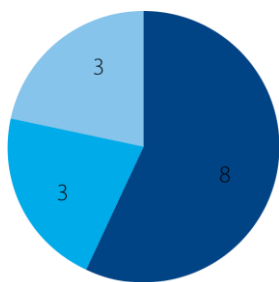


08-04-2020

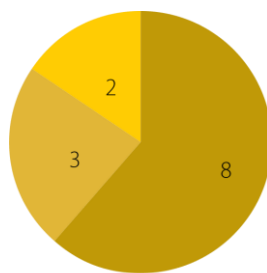


10/04/2019

Gráfico 26 Análise das infografias -Quarta-feira (Fonte: Autor)



09-04-2020



11/04/2019

Gráfico 27 Análise das infografias -Quinta-feira (Fonte: Autor)

Anexos II

Análise fotográfica quantitativa dos Jornal

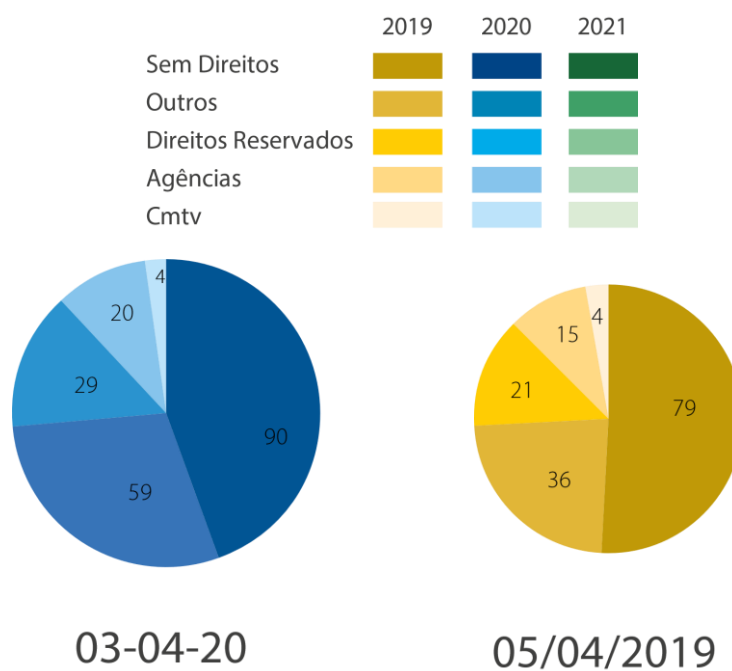


Gráfico 28 Análise fotográfica do dia com mais mortes na 1ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

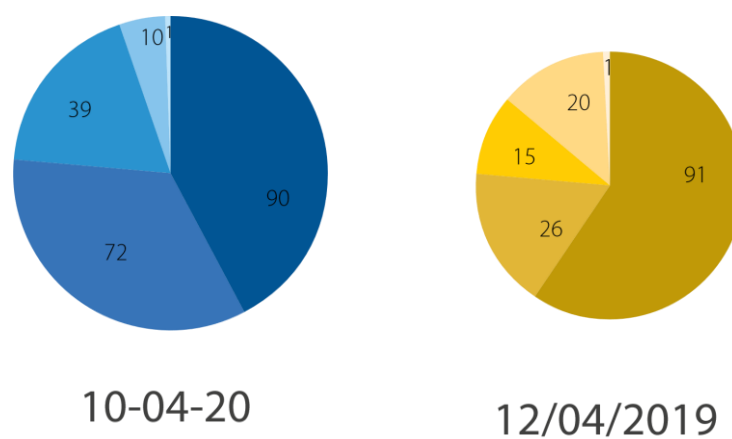


Gráfico 29 Análise fotográfica do dia com mais casos na 1ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

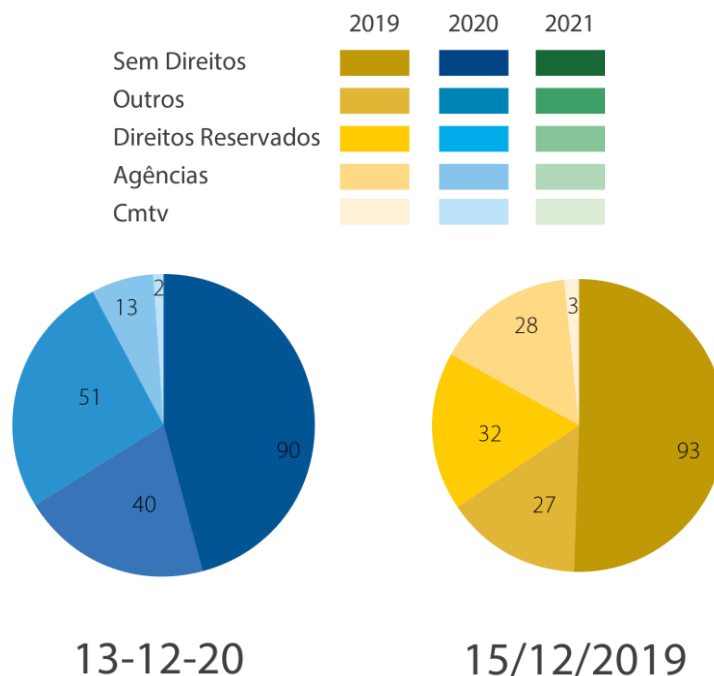


Gráfico 30 Análise fotográfica do dia com mais mortes na 2ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

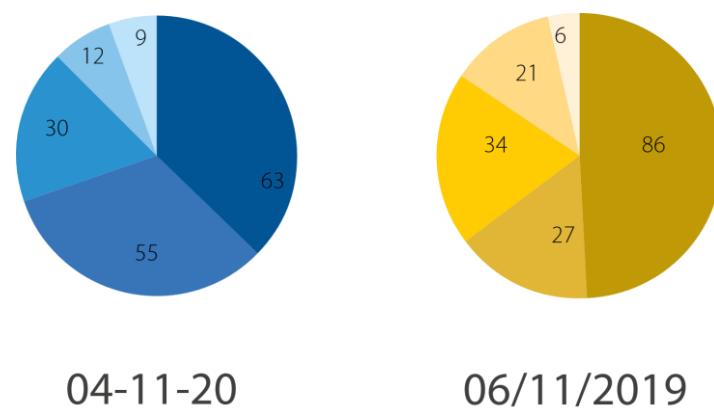


Gráfico 31 Análise fotográfica do dia com mais casos na 2ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

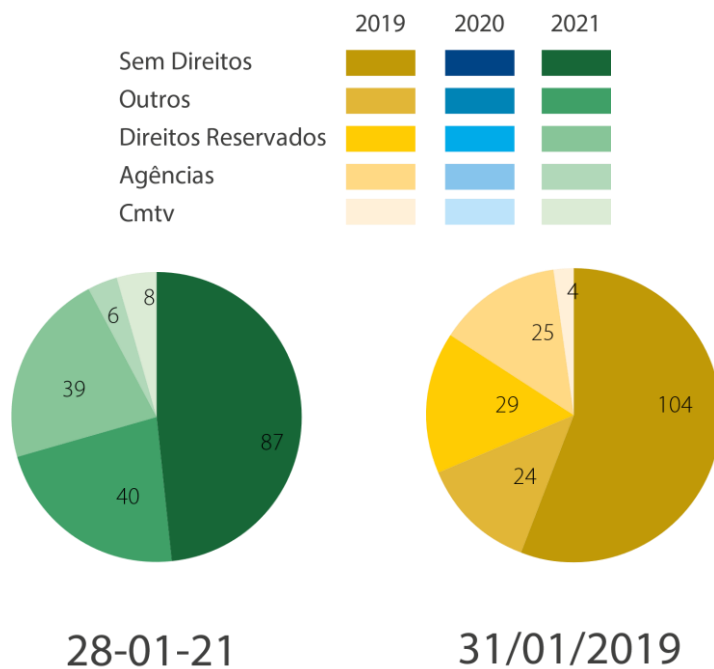


Gráfico 32 Análise fotográfica do dia com mais mortes na 3ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

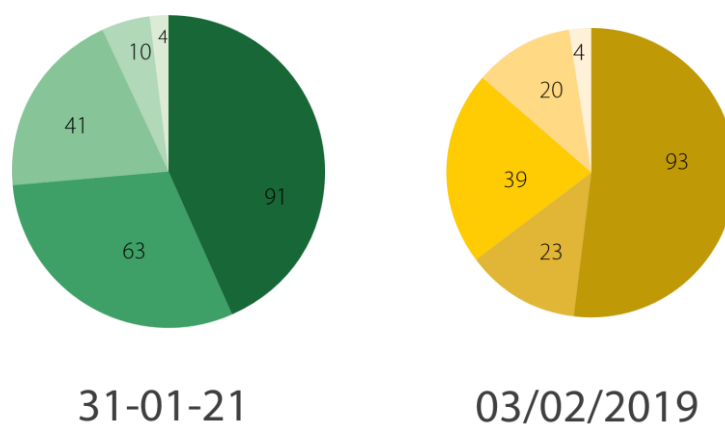


Gráfico 33 Análise fotográfica do dia com mais casos na 3ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

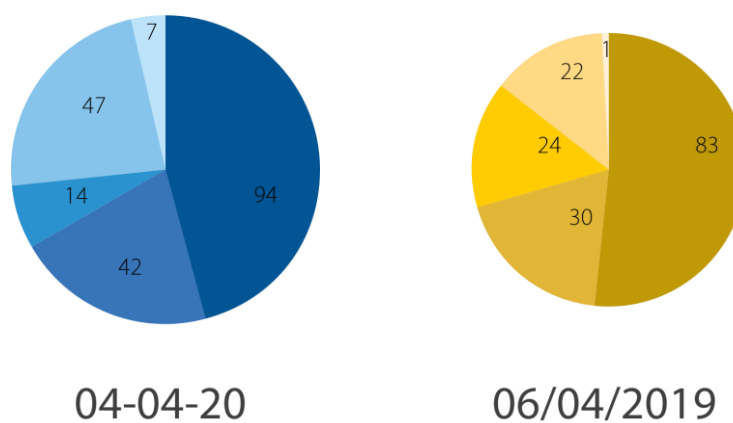
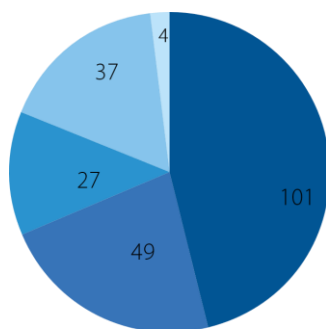
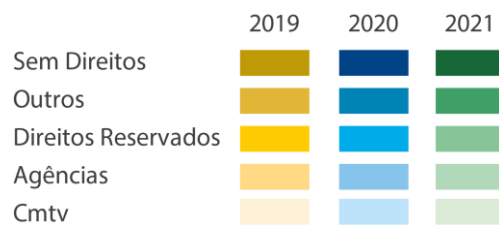
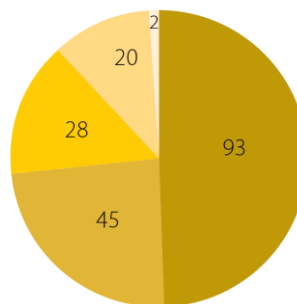


Gráfico 34 Análise fotográfica -Sábado (Fonte: Autor)

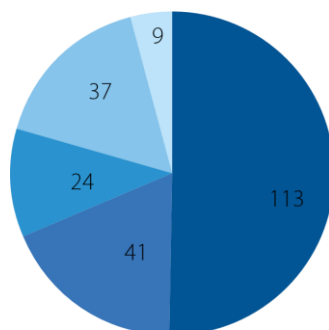


05-04-20

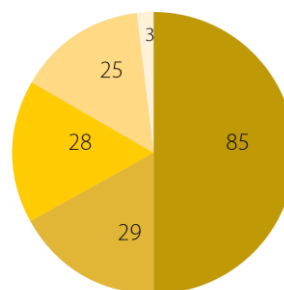


07/04/2019

Gráfico 36 Análise fotográfica -Domingo (Fonte: Autor)

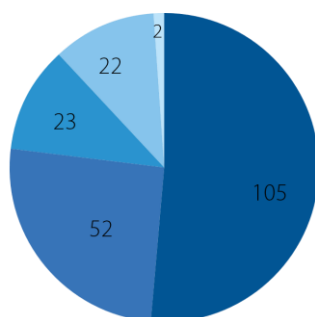


06-04-20

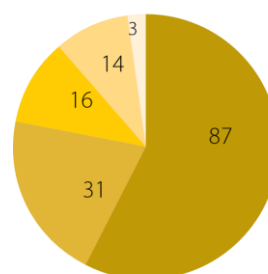


08/04/2019

Gráfico 35 Análise fotográfica -Segunda-feira (Fonte:Autor)



07-04-20



09/04/2019

Gráfico 37 Análise fotográfica -Terça-feira (Fonte: Autor)

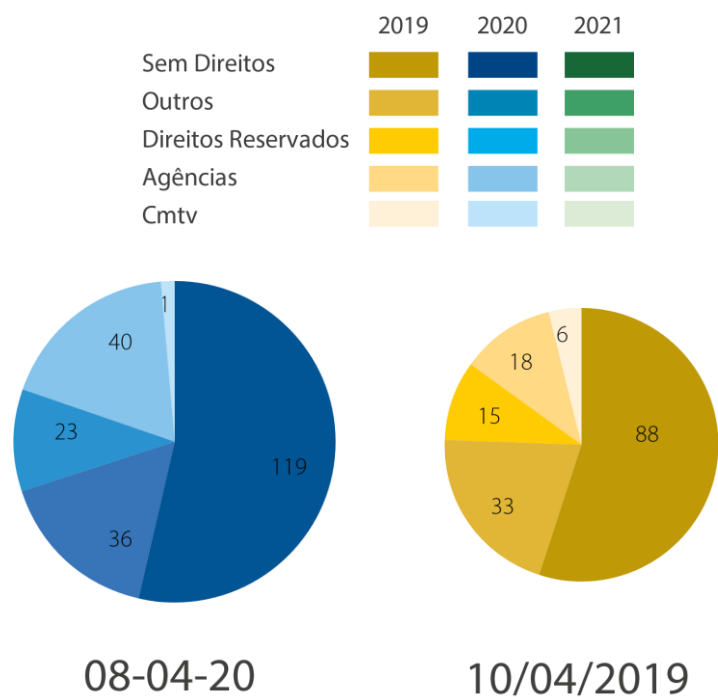


Gráfico 38 Análise fotográfica -Quarta-feira (Fonte: Autor)

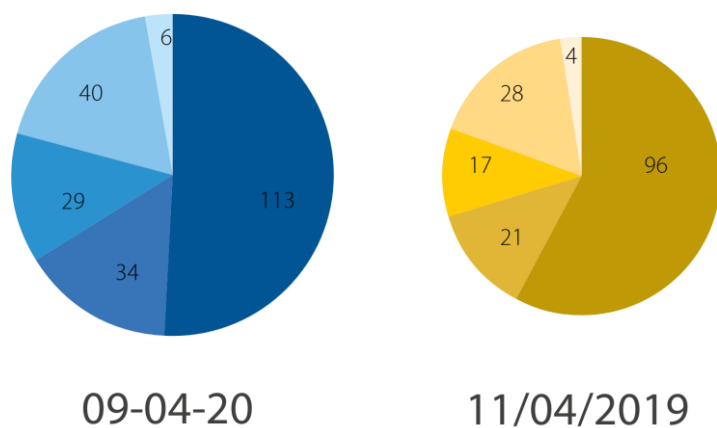


Gráfico 39 Análise fotográfica -Quinta-feira (Fonte: Autor)

Anexos III

Análise quantitativa e qualitativa da Publicidade

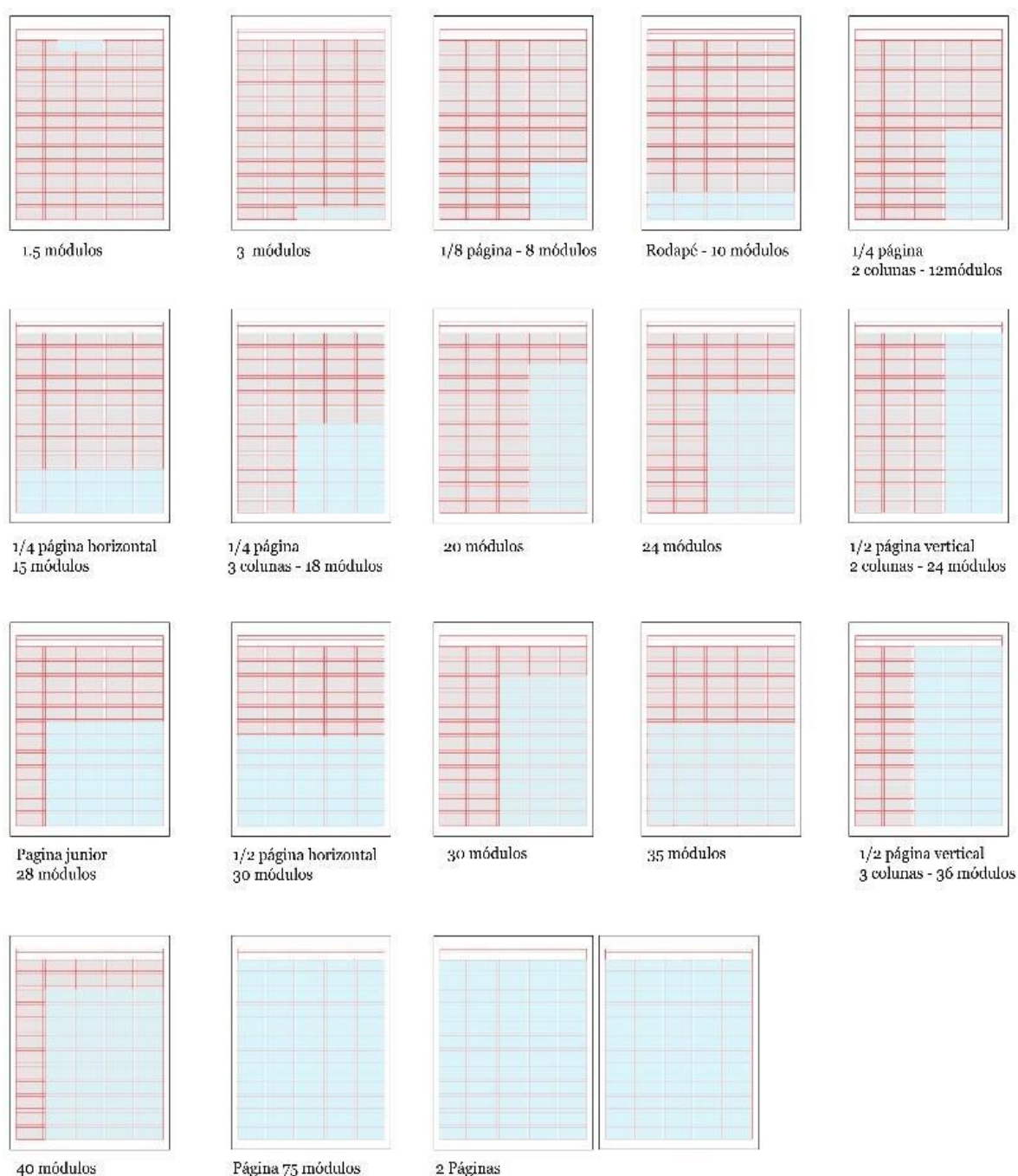


Figura 43 Legenda das Publicidade existentes no Correio da Manhã

Publicidade - 03/04/2020		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Autopromoção CMTV	Impar
75	Autopromoção CM	Impar
15	Autopromoção CM	Par
10	Autopromoção Sábado	Par
1,5	Nossa Aposta	Par
10	Facility Services	Par
10	Nossa Aposta	Impar
75	Nossa Aposta	Impar
18	Informação Popular	Impar
75	Autopromoção CM	Par
8 Páginas	Classificados	

Publicidade - 05/04/2019		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Fiat	Impar
75	Vodafone	Impar
18	EDP	Impar
10	Penhores	Impar
40	Vinho - Porca da Murça	Impar
75	Aparelho Auditivo	Impar
75	Autopromoção CM Saúde	Par
75	Casamento Santo António	Par
10	Teatro Politeama	Impar
10	Doçaria Portalegre	Par
10	Teatro Politeama	Impar
10	Mara Cosméticos	Par
10	Semana Santa	Impar
20	Novela Prémios	Impar
10	Redguardman	Par
10	Clinica S. João	Par
1,5	Nossa Aposta	Par
12 Páginas	Classificados	

Tabela 6 Análise da Publicidade do dia com mais mortes na 1ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

Publicidade - 10/04/2020		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Pingo Doce	Impar
40	Santa Casa	Impar
75	Autopromoção Cofina	Impar
24	EDP	Impar
75	Autopromoção Cofina	Impar
8	Desaparecimento	Par
75	Nossa Aposta	Impar
10	Nossa Aposta	Impar
10	Autopromoção Sábado	Par
10	Autopromoção CM	Par
1,5	Nossa Aposta	Par
8 Páginas	Classificados	

Publicidade - 12/04/2019		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Vodafone	Impar
10	Empréstimo e Penhores	Impar
30	Iberdrola	Impar
75	Wells	Impar
30	Clube de Desporto	Impar
18	Left online	Impar
18	Capital do Folar	Impar
10	Feira usados Renault	Impar
3	Autopromoção CM	Par
40	Porca da Murça - Vinho	Impar
24	Domingo de Ramos	Par
30	Gedore	Impar
10	Feira de Março	Impar
12	Dia Nacional do ar	Impar
75	Aparelho Auditivo	Impar
10	Campo Pequeno - Tourada	Impar
75	Autopromoção CM	Impar
10	Redguardman	Impar
10	Maya	Par
10	Semana Santa	Impar
3	Autopromoção CMTV	Impar
10	Ávinho	Par
10	Feira de Viagens	Par
1,5	Nossa Aposta	Par
16 Páginas	Classificados	

Tabela 5 Análise da Publicidade do dia com mais casos na 1ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

Publicidade - 13/12/2020		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Autopromoção CM	Impar
40	Santa Casa	Impar
35	Citizen Relógios	Impar
40	Matrizauto	Impar
40	Real Companhia Velha-Vinho	Impar
18	Hotel Fim do Ano	Impar
30	Aspiradores	Impar
18	Sigma Academy	Impar
10	Nossa Aposta	Par
15	Autopromoção CM	Impar
10	Autopromoção CM	Par
10	Autopromoção Jornal Negócios	Impar
10	Segurança	Par
10	Gresilva grelhadores	Par

8 Páginas

Classificados

Publicidade - 15/12/2019		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Timberland	Impar
10	Cinfães - Aldeia de Natal	Impar
18	Instituto Nacional de Estatística	Impar
18	Festina - relógios	Impar
40	Jogos Santa Casa	Impar
30	Citizen - Relógios	Impar
40	Porca da Murça - Vinho	Impar
18	Óculos para Todos	Impar
8	Amore Nostrum - agência matrimónio	Impar
10	Gresilva cabeçalho - Nossa Aposta	Par
10	Autopromoção Sábado	Par
10	Restaurante Curral dos Caprimos	Impar
10	Nossa Aposta	Impar
75	Autopromoção CM	Par
75	Nossa Aposta	Impar
10	Science4you	Impar

12 Páginas

00/01/1900

Tabela 7 Análise da Publicidade do dia com mais mortes na 2ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

Publicidade - 04/04/2020		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Autopromoção CM	Impar
10	Vinho - Ermelinda	Impar
75	Autopromoção CM	Impar
15	EDP	Impar
75	Autopromoção CM	Impar
75	Nossa Aposta	Impar
8	Obituário particular	Par
18	Autopromoção Sábado	Impar
10	Expresso Viagem	Par
10	Glutamine-dieta	Impar
10	Autopromoção CM	Par
10	Autopromoção CM	Par
1,5	Nossa Aposta	Par

8 Páginas

Classificados

Publicidade - 06/04/2019		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Casa Peles	Impar
18	Decation	Impar
18	Vulcano	Impar
30	Associação Salvador	Impar
40	Vinho - Porca da Murça	Impar
40	Renault	Impar
10	Quadro Óscares	Par
20	Autopromoção CMTV	Impar
75	Millennium Estoril Open	Impar
10	EDP	Impar
10	Pedro Abrunhosa Coliseus	Par
10	Teatro Politeama	Impar
18	Camara Ceiras	Impar
10	Concurso Fado Cerveja Sagres	Impar
10	Festival Lampreia	Impar
10	Mara Cosméticos	Par
10	Costa Caparica	Impar

16 Páginas

Classificados

Tabela 8 Análise da Publicidade do dia com mais casos na 2ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

Publicidade - 28/01/2021		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Autopromoção CM	Impar
18	Santa Casa	Impar
35	Articulações	Impar
75	Autopromoção CM	Par
10	Segurança	Impar
10	Maya	Impar
10	Autopromoção Sábado	Par
10	Autopromoção Sábado	Par
8 Páginas	Classificados	

Publicidade - 31/01/2019		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Autopromoção CM	Impar
18	Campo Pequeno - Tourada	Impar
3	Autopromoção CM	Par
75	Aparelho Auditivo	Impar
75	Autopromoção CM	Impar
75	Nossa Aposta	Par
10	Nossa Aposta	Impar
10	Maya	Impar
10	Autopromoção Sábado	Impar
10	Clube TT Oeiras	Par
10	Autopromoção Record	Par
1,5	Nossa Aposta	Par
12 Páginas	Classificados	

Tabela 10 Análise da Publicidade do dia com mais mortes na 3ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

Publicidade - 31/01/2021		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Autopromoção CM	Impar
40	Real Companhia Velha-Vinho	Impar
18	International Clube de Portugal	Impar
10	Sigma Academy	Impar
75	Autopromoção CM	Impar
75	Autopromoção Sábado	Par
30	Autopromoção Record	Impar
10	Autopromoção CM	Par
10	Seguradora	Impar
10	Academia	Impar
10	Nossa Aposta	Par
10	Autopromoção CM	Par
4 Páginas	Classificados	

Publicidade - 03/02/2019		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Mercedes Benz	Impar
24	Hotel Urgeirica	Impar
8	Amore Nostrum - agência matrimónio	Impar
75	Nossa Aposta	Par
75	Républica Portuguesa	Impar
75	Autopromoção Record	Par
10	Autopromoção Máxima	Par
10	Autopromoção CM	Impar
10	Coliseu Anjos	Impar
10	Redguardman	Par
10	Carnaval Torres	Par
1,5	Nossa Aposta	Par
16 Páginas	Classificados	

Tabela 9 Análise da Publicidade do dia com mais casos na 3ª fase da pandemia (Fonte: Autor)

Publicidade - 04/11/2020		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Autopromoção CM	Impar
10	Palhaços D'Opital	Impar
35	Município Oeiras	Impar
75	Aparelho Auditivo	Impar
75	Autopromoção CM	Par
10	Nossa Aposta	Impar
10	Autopromoção TV Guia	Impar
10	Maya	Par
10	Autopromoção CM	Par
8 Páginas	Classificados	

Publicidade - 06/11/2019		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
30	Deco Pro Teste	Impar
24	Autopromoção CM	Impar
75	Audição Ativa	Impar
30	Autopromoção CM	Impar
75	Escola Equestre	Impar
10	Concurso Fado Cerveja Sagres	Impar
10	Maya	Par
10	Autopromoção CM	Impar
10	Autopromoção CM	Impar
10	Autopromoção CM	Par
10	Autopromoção CM	Par
1,5	Nossa Aposta	Par
12 Páginas	Classificados	

Tabela 11 Análise da Publicidade -Sábado (Fonte: autor)

Publicidade - 05/04/2020		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Autopromoção CM	Impar
10	Ascendi	Impar
75	Autopromoção CM	Impar
15	EDP	Impar
75	Autopromoção CMTV	Impar
10	Facility Services	Par
10	Nossa Aposta	Impar
10	Autopromoção Sábado	Par
1,5	Nossa Aposta	Par
8 Páginas	Classificados	

Publicidade - 07/04/2019		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Autopromoção CM	Impar
10	Festival Lampreia	Impar
18	Decation	Impar
40	Vinho - Porca da Murça	Par
40	Jopsport	Impar
75	Autopromoção Record	Par
75	Bankinter	Impar
8	Agência Motivacional	Impar
10	Autopromoção TV Guia	Par
10	Redguardman	Impar
10	Concurso Fado Cerveja Sagres	Impar
10	EDP	Par
10	Feira de Viagens	Par
1,5	Nossa Aposta	Par
12 Páginas	Classificados	

Tabela 14 Análise da Publicidade -Domingo (Fonte: Autor)

Publicidade - 06/04/2020		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Autopromoção CM	Impar
75	Autopromoção CM	Impar
15	EDP	Impar
18	Autopromoção CM	Par
75	Nossa Aposta	Impar
10	Nossa Aposta	Impar
10	Maya	Par
10	Autopromoção CM	Par
1,5	Nossa Aposta	Par
8 Páginas	Classificados	

Publicidade - 08/04/2019		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Autopromoção Sábado	Impar
12	Viagens Elcortinglês	Impar
30	Cofidis	Impar
10	Autopromoção Sábado	Impar
30	Audição Ativa	Impar
18	Left online	Impar
75	Aparelho Auditivo	Impar
10	Maya	Impar
75	Autopromoção CM	Impar
30	Médis	Impar
10	Autopromoção Record	Par
10	Mara Cosméticos	Par
10	Autopromoção Record	Impar
10	Eurocabe	Impar
10	Redguardman	Par
10	Gresilva	Par
1,5	Nossa Aposta	Par
12 Páginas	Classificados	

Tabela 13 Análise da Publicidade -Segunda-feira (Fonte: Autor)

Publicidade - 07/04/2020		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Autopromoção Cofina	Impar
75	Autopromoção CM	Impar
15	EDP	Impar
10	Nossa Aposta	Impar
75	Nossa Aposta	Impar
10	Facility Services	Impar
10	Maya	Par
10	Autopromoção CM	Par
1,5	Nossa Aposta	Par
8 Páginas	Classificados	

Publicidade - 09/04/2019		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Autopromoção CM	Impar
10	Empréstimos	Impar
30	Médis	Impar
18	Tomi app	Impar
75	Aparelho auditivo	Impar
18	Campo Pequeno - Tourada	Impar
75	Bankinter	Impar
75	Autopromoção CM	Impar
18	EDP	Impar
75	Millennium Estoril Open	Impar
10	Record	Impar
10	Redguardman	Impar
10	Maya	Par
10	Mara Cosméticos	Impar
10	Autopromoção CM	Par
10	Autopromoção TV Guia	Par
1,5	Nossa Aposta	Par
12 Páginas	Classificados	

Tabela 12 Análise da Publicidade -Terça-feira (Fonte: Autor)

Publicidade - 08/04/2020		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Autopromoção Cofina	Impar
75	Nossa Aposta	Impar
24	EDP	Impar
10	Nossa Aposta	Impar
10	Ermelinda Vinhos	Impar
10	Maya	Par
10	Autopromoção TV Guia	Par
1,5	Nossa Aposta	Par
8 Páginas	Classificados	

Publicidade - 10/04/2019		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Autopromoção Cofina	Impar
36	Santander	Impar
12	Dia Nacional do Ar	Impar
18	Campo Pequeno - Tourada	Impar
10	Empréstimos	Impar
75	Autopromoção Cofina	Impar
75	Audição Ativa	Impar
10	Mara Cosméticos	Impar
10	Maya	Par
10	feira Viagens	Impar
10	Segurança	Par
10	EDP	Par
1,5	Agência Funerária	Par
12 Páginas	Classificados	

Tabela 15 Análise da Publicidade -Quarta-feira (FONTE: AUTOR)

Publicidade - 09/04/2020		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Autopromoção Cofina	Impar
40	Santa Casa	Impar
24	EDP	Impar
75	CMTV	Impar
10	Ermelinda Vinhos	Impar
10	Maya	Par
10	Autopromoção TV Guia	Par
1,5	Nossa Aposta	Par
8 Páginas	Classificados	

Publicidade - 11/04/2019		
Módulos ocupados	Tema	Par ou Impar
75	Autopromoção Cofina	Impar
10	Teatro Politeama	Impar
18	Campo Pequeno - Tourada	Impar
10	Lipodietia	Impar
14	Dia Nacional do ar	Impar
20	Autopromoção CM	Par
75	Amplificador Auditivo	Impar
10	Autopromoção CM	Impar
75	Saúde Sustentável	Impar
10	Costa Caparica	Impar
10	Autopromoção Sábado	Par
10	Ávinho	Impar
10	Redguardman	Par
10	Feira de Viagens	Par
1,5	Nossa Aposta	Par
12 Páginas	Classificados	

Tabela 16 Análise da Publicidade -Quinta-feira (Fonte: Autor)

Anexos IV - Algumas das páginas criadas por mim



Página de 18 de março 2021



Página de 27 de março 2021



Página de 30 de março 2021



Páginas de 1 de abril 2021

Anexos V – Exemplo de páginas especiais



09 Janeiro 2020



04 Novembre 2020



10 Dezembro 2020



24 Dezembro 2020



15 Março 2020



02 Abril 2020



04 Abril 2020



10 Abril 2020



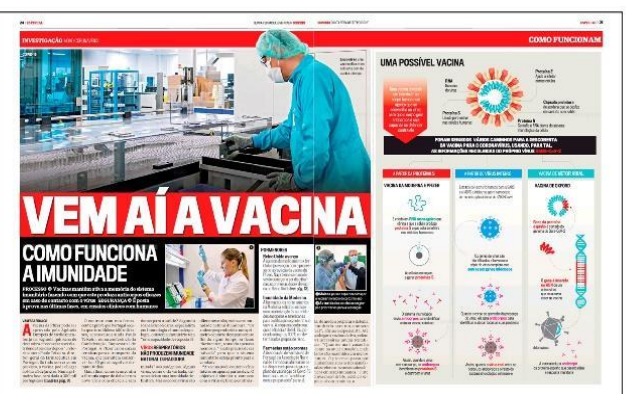
31 Janeiro 2021



19 Junho 2020



27 Julho 2020



03 Dezembro 2020

ENTREVISTAS

Entrevista Jornalista Cláudia Machado

1. Qual a sua experiência profissional no jornal e que cargo que ocupa?

Trabalho no Correio da Manhã e CMTV desde dezembro de 2013. Sou atualmente editora da secção de Portugal.

2. No passado o acesso à informação era limitado, o que levava a que a informação fosse fidedigna, que impacto é que as fake news podem ter numa notícia?

Na verdade, o facto de o acesso à informação ser limitado não significa que tudo o que chegava ao público fosse verdade. Basta tomar como exemplo o controlo da informação que era feito, através de censura, durante o Estado Novo. Atualmente, há um grande problema com a dimensão que determinadas notícias falsas assumem, de tal forma que mesmo quando é feito o trabalho jornalístico de provar que tal informação não é verdadeira, muitas pessoas ainda acreditam na mesma. As 'fake news' servem também para descredibilizar o verdadeiro trabalho dos jornalistas, que é noticiar factos.

3. Nesta nova realidade, em que a pandemia mudou inclusive hábitos de trabalho, de que forma se obtêm as notícias neste contexto?

Há menos contacto direto, menos entrevistas presenciais, mas de uma forma geral o trabalho de obter informações e noticiá-las manteve-se no mesmo formato.

4. Perante a declaração de estado de emergência, e os sucessivos períodos de confinamento, e consequentes medidas que levaram à ausência de eventos culturais e desportivos, que notícias colmataram esta ausência?

O acompanhamento da evolução da pandemia no País veio, de alguma forma, absorver os espaços vazios criados pelas próprias medidas de combate ao vírus.

5. De que forma as notícias que referem aumento de casos, de mortes associadas à covid-19 e colapso do serviço nacional de saúde, influenciam o estado psicológico do jornalista?

Penso que sofremos um impacto psicológico semelhante ao sentido pela restante população, com a agravante de termos de assumir o papel de fazer chegar informação útil e fidedigna sobre um 'inimigo' que é ainda hoje, mais de um ano depois do início da pandemia, de alguma forma desconhecido.

6. Se pudesse deixar uma mensagem para um colega jornalista, que viva uma situação pandémica daqui a 100 anos, o que lhe diria?

É preciso aceitar o desconhecido. Nada, nem a História e os detalhes conhecidos sobre outras pandemias, nos preparou para vivermos uma na primeira pessoa.

Cláudia Machado

Entrevista Diretor Departamento Gráfico

1. Qual a sua experiência profissional no jornal e que cargo que ocupa?

Trabalho há cerca de 23 anos na área editorial. Atualmente sou o diretor do departamento gráfico da Cofina Media.

2. Qual o maior impacto, que a pandemia teve na estrutura do jornal? (coordenação de pessoas, conteúdos, publicidade, seções e seções que desapareceram)?

Houve a necessidade de nos adaptarmos a uma nova realidade. Conseguimos de uma forma célere ultrapassar e manter a qualidade e a exigência que o nosso target está habituado.

3. A adaptação ao teletrabalho afetou o jornal? De que forma e que estratégias foram adaptadas?

Adaptamos muito bem, teve de haver reajustes para manter o bom funcionamento, seguro e funcional.

4. Que espaço o jornal dedicou ao tema pandémico?

Ao longo do ano, o tema 'Covid' ocupou entre 30 e 50% do jornal.

5. A publicidade do jornal teve algum impacto negativo? até que ponto? Durante a primeira e a segunda vaga, houve diferenças?

Existiu uma quebra acentuada na publicidade, cerca de 80%

6. Como é que o jornal se preparou e adaptou, para as vagas que foram assolando o país?

Adaptou-se de uma forma exemplar, refiro-me à implementação de regras de funcionamento, que permitiram assegurar a segurança dos funcionários.

7. Que ilações e aprendizagens foram retiradas neste contexto da pandemia?

Que é possível trabalhar em segurança (quer em teletrabalho, como fisicamente na empresa), houve momentos complicados, uns mais que outros, mas foi possível através do empenho de excelentes profissionais.

8. Que impacto económico é que o efeito da pandemia teve no jornal? A que níveis?

Quebra de vendas, como em qualquer outro serviço.

9. De que forma é que as novas tecnologias contribuíram para um maior acesso à informação (as notícias foram mais vistas online?)

Com uma grande parte da população em casa, a CMTV e o Online permitiram manter o acesso a toda a informação, solidificando ainda mais a liderança.

Pedro Freire

Entrevista Paginadores

COLEGAS DE PAGINAÇÃO

Durante a primeira fase da pandemia o plano do jornal, teve alterações, houve seções que desapareceram como os cartazes, cidades e o desporto ficou bastante reduzido.

Entre a primeira e a segunda fase as cidades voltaram a aparecer, mas logo a escassez de notícias e de custos, não justificam manter as diferenciações de cidades (Porto, Braga, Algarve), tendo apenas continuado esta diferenciação nos serviços por ser um serviço essencial.

As notícias que outrora ocuparam e se diferenciavam por cidades, passaram a estar presentes tanto na atualidade como na sociedade ou em Portugal.

Mesmo após a retirada de seções o jornal manteve sempre o mesmo número de páginas, sendo que o tema covid ocupava 30 a 50% do jornal, aparecendo sempre na seção atualidade em cerca de 20 páginas na primeira fase e de 8 a 10 na segunda e terceira fase.

Em fevereiro de 2021, devido à diminuição de vendas, todas as publicações da Cofina tiveram uma redução de páginas uma vez por semana. O Correio da Manhã passou a ter 44 páginas.

Entrevistados: Margarida Almeida; Rita Pardal; Cláudio Silva; Jojé Tiny; Nuno Ruivo; Pedro Miguel; Lucinda Peres; Ana Teixeira e Ludovina Matos



Instituto Politécnico de Tomar

www.ipt.pt