

Instituto Politécnico de Tomar

Escola Superior de Tecnologia de Tomar

Mariana Rodrigues da Fonseca Duarte

REDESIGN E OTIMIZAÇÃO DO JORNAL ÚNICO

Relatório de Estágio

Orientado por:

Prof.ª Doutora Regina Aparecida Delfino (IPT)

Relatório de Estágio
apresentado ao Instituto Politécnico de Tomar
para cumprimento dos requisitos necessários à
obtenção do grau de Mestre em Design Editorial.

RESUMO

Este relatório pretende demonstrar o resultado do estágio de seis meses desenvolvido no Jornal Único, da Empresa Imbativeletra, em São João da Madeira.

Durante este período foram realizados trabalhos de paginação, realização de anúncios e otimização da publicidade, entre outros.

O que despertou a maior atenção foi a situação difícil do jornal, pois a publicação era gratuita e com alguns problemas de gestão e comercial. Daí surgiu a hipótese do jornal se tornar pago e com nova periodicidade. Neste momento propus fazer o projeto de análise do jornal e seu redesign. A base da análise consistiu na revisão bibliográfica de autores reconhecidos no design editorial, da experiência adquirida no estágio e também das consultas e entrevistas realizadas aos seus colaboradores. Desta análise resultou uma proposta de redesign do Jornal Único visando a sua otimização.

PALAVRAS-CHAVE:
Design editorial; publicidade; redesign; grelha e tipografia

ABSTRACT

This report intends to demonstrate the result of the six-month internship at Jornal Único newspaper, hold by Imbativeletra, in São João da Madeira.
During this period pagination, advertising and advertising optimization were carried out, among other activities.
One of the aspects that aroused our attention was the newspaper's difficult situation, as the publication was free and with some management and commercial problems. Hence the hypothesis of the newspaper to be paid and with a new periodicity. At that time I proposed to do the analysis project of the newspaper and its redesign. The basis of the analysis consisted in a bibliographical review of editorial design recognized authors, the experience gained in the internship and also the research and interviews to its collaborators. This analysis resulted in a redesign proposal of Jornal Único aiming at its optimization.

KEYWORDS

Editorial design; advertising; redesign; grids and typography

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço à Professora Regina Aparecida Delfino, minha orientadora, pela sua dedicação e orientação durante todo este processo. Agradeço igualmente a toda a equipa do Jornal Único, principalmente ao meu orientador inicial de estágio, Rui Santos e ao proprietário da empresa detentora do Jornal Único, Jorge Lima, pela oportunidade de trabalho, disponibilidade e acolhimento excepcional ao longo do período de estágio.

A todos os meus amigos e família que direta ou indiretamente me acompanharam neste processo.

Aos meus poucos e verdadeiros amigos, que sempre se mostraram presentes e que nunca desistiram de mim e sempre me incentivaram em períodos difíceis durante todo este caminho com a sua amizade e confiança.

Por fim, quero também agradecer aos meus pais, Fernando Fonseca e Maria Amélia, que apesar de todos os conflitos nunca deixaram que me faltasse nada e em especial ao meu tio Cristiano Rodrigues pelo seu papel imprescindível na minha vida, tio, irmão, pai e mãe.

Um sincero obrigado a todos.

ÍNDICE GERAL

Resumo / Palavras Chave
Abstract / Keywords

Introdução 15

Capítulo 1.
A importância do Design Editorial nos Jornais Impressos 17

Capítulo 2.
Apresentação do Estágio 29
2.1. A Redação
2.2. Integração na equipa
2.3. Metodologia e processo de trabalho

Capítulo 3.
Jornal Único 33
3.1. Enquadramento
3.2. Principais problemas detetados

Capítulo 4.
Análise do Jornal Único 37
4.1. Funcionamento de um jornal
4.2. Grelhas e Layout
4.3. Tipografia
4.4. Capa ou Primeira Página
4.5. Publicidade
4.6. Páginas Internas

Capítulo 5.
Proposta de Redesign 67

Conclusão 71

Referências Bibliográficas 73

Anexos 75

ÍNDICE GERAL DE FIGURAS

Fig. 1. Arte Rupestre - Caverna de Chauvet. 20
Fig. 2. Escrita Cuneiforme sobre argila. 20
Fig. 3. Escrita Hieroglífica Egípcia gravada em pedra. 20
Fig. 4. Prensa vinícola em madeira de Johannes Gutenberg. 24
Fig. 5. Desenvolvimento gráfico das letras do alfabeto grego a partir das do fenício. 22
Fig. 6. Edição N.º34 | Secção Destaque e Reportagem. 35
Fig. 7. Exemplo da linha gráfica de algumas publicidades publicadas. 35
Fig. 8. Sistema de Grelhas na Vertical. 40
Fig. 9. Sistema de Grelhas na Horizontal. 40
Fig. 10. Sistema de Grelhas Modular. 40
Fig. 11. Sistema de Grelhas Assimétricos. 41
Fig. 12. Sistema de Grelhas angular de 45º 42
Fig. 13. Sistema de Grelhas Assimétrico, baseado em módulos e colunas. 43
Fig. 14. Layout concebido a partir de um Sistema de Grelhas Assimétrico, baseado em módulos e colunas. 43
Fig. 15. Edição Nº46 - Jornal Único - Publicado a 15 de Fevereiro de 2016. 43
Fig. 16. Helvetica LT STD - ROMAN 45
Fig. 17. Helvetica LT STD - BOLD 45
Fig. 18. Helvetica LT STD - LIGHT 45
Fig. 19. Helvetica LT STD - OBLIQUE 45
Fig. 20. Helvetica LT STD - CONDENSED 45
Fig. 21. Helvetica LT STD - BLACK 45
Fig. 22. Minion Pro - REGULAR 45
Fig. 23. Minion Pro - DISPLAY 45
Fig. 24. Minion Pro - ITALIC 45
Fig. 25. Minion Pro - MEDIUM 45
Fig. 26. Minion Pro - BOLD 45
Fig. 27. Minion Pro - CONDENSED 45
Fig. 28. Secção Grande Entrevista - Edição 37 46
Fig. 29. Secção Destaque - Edição 39 47
Fig. 30. Secção Reportagem - Edição 48 47
Fig. 31. Edição N.º01 | Publicada a 28 de Abril de 2014 48
Fig. 32. Edição N.º36 | Publicado a 28 de Setembro de 2015 48
Fig. 33. Edição N.º41 | Publicada a 7 de Dezembro de 2015 50
Fig. 34. Edição N.º42 | Publicada a 21 de Dezembro de 2015 50
Fig. 35. Edição N.º43 | Publicada a 4 de Janeiro de 2016 50
Fig. 36. Edição N.º46 | Publicado a 15 de Fevereiro de 2016 50
Fig. 37. Grelha - publicidade página inteira. 53
Fig. 38. Grelha - publicidade meia página. 53
Fig. 39. Grelha - publicidade 1/4 página 53
Fig. 40. Grelha - publicidade 1/8 página 53
Fig. 41. Grelha - publicidade 1/8 de página 54
Fig. 42. Grelha - publicidade cartão de visita - composto por 3 módulos 54
Fig. 43. Grelha - publicidade rodapé grande 54
Fig. 44. Grelha - publicidade rodapé pequeno 54
Fig. 45. Publicidade página inteira - Publicada na edição N.º 46 55
Fig. 47. Publicidade 1/4 de página - Publicada na edição N.º 48 55
Fig. 46. Publicidade meia página. - Publicada na edição N.º 47 55

Fig. 48. Publicidade 1/8 de página. - Publicada na edição N.º 49 55
Fig. 49. Publicidade página inteira. 56
Fig. 50. Duas publicidades meia página 57
Fig. 51. Publicidade página inteira. - Publicada na edição N.º 45 58
Fig. 52. Publicidade meia página. - Publicada na edição N.º 41 58
Fig. 53. Reportagem - Edição 41 - Publicado a 7 de Dezembro de 2015 63
Fig. 54. Reportagem - Edição 47 - Publicado a 29 de Fevereiro de 2016 63

ÍNDICE GERAL DE TABELAS

Tabela 1. Calendarização do Estágio ____ 31
Tabela 2. Especificações Técnicas ____ 34
Tabela 3. Características da Publicidade ____ 52
Tabela 4. Número de Publicidades - Edição Impressa ____ 57

INTRODUÇÃO

O presente relatório pretende ser uma compilação dos trabalhos executados durante o período de estágio curricular, no decorrer do 2.º ano de Mestrado em Design Editorial, que foi realizado na Empresa IMBATIVELETRA, detentora do JORNAL ÚNICO, durante seis meses (entre Outubro de 2015 a Março de 2016), sob a orientação da Doutora Regina Aparecida Delfino. O Jornal Único encontra-se agora suspenso, mas espera-se que num futuro próximo volte à atividade.

Tem como principal objetivo apresentar uma descrição e análise pormenorizada desse Jornal Único, bem como de todas as dificuldades e barreiras encontradas ao longo do estágio.

O relatório debruça-se primeiramente numa fundamentação historicamente informada acerca da importância tanto do design como do designer na sociedade atual, pois ao longo dos tempos e com a evolução da tecnologia, tornou-se necessário criar formas de interação entre o jornal impresso e a sua versão *online*.

Em seguida, dá-se a descrição do estágio, começando pela apresentação da redação, descrevendo como decorreu a integração na equipa, apresentando a metodologia de trabalho utilizada nas tarefas de intervenção relativas ao estágio.

O terceiro capítulo apresenta o Jornal Único, focando-se num enquadramento sobre o mesmo e os principais problemas detetados, remetendo para o quarto capítulo, onde se efetuou a análise dos principais aspetos de uma publicação jornalística.

Um jornal é um veículo para a transmissão de notícias e ideias. O design é parte integrante desse processo, faz-se uma análise dos diferentes sistemas de grelhas existentes, da tipografia, da capa, da publicidade e das páginas internas. Este capítulo apresenta os detalhes do Jornal Único e descreve cada um dos seus componentes com base em bibliografia selecionada de autores como Zappaterra (2014), Mario Garcia (2002), e David Jury (2007).

Por fim, uma proposta de redesign é apresentada no quinto capítulo. Como produto final do Estágio Curricular, apresentam-se aqui sugestões para as limitações do jornal, e alternativas, como proposta a utilizar futuramente, caso o Jornal Único se torne novamente ativo.

CAPÍTULO 1.

A IMPORTÂNCIA DO DESIGN EDITORIAL NOS JORNAIS IMPRESSOS

Uma publicação editorial pode informar, instruir, comunicar, educar ou ser uma combinação das mesmas. Para determinar a definição de design editorial e os aspetos que o diferenciam das outras áreas do design gráfico, podemos considerar as seguintes interpretações:

> «"Design Editorial" – ou "editorialismo", como eu lhe gosto de chamar – é a arte da organização de complexos agregados de informação numa totalidade significativa e acessível, equilibrando função (o aspecto da interface) e estética (o aspecto expressivo). Literalmente, a palavra latina "editor" significa "produtor": "edo" (edere) significa "criar", "pôr a descoberto", "dar a conhecer", "publicar", "apresentar", "entregar", "revelar", "causar". Todas estas palavras associadas entre si sugerem que o Design Editorial se dedica à preparação da estrutura, forma e acessibilidade das publicações."»[1] ***(Tradução da Autora)***

> «O Design Editorial envolve a conceção de conteúdos editoriais, tanto para impressão como para ecrã. É também designado como design de publicações.
> O designer editorial torna o conteúdo acessível, interpreta conteúdo para melhoramento da comunicação, amplia a experiência do leitor, cria um interesse visual e oferece voz, carácter e estrutura à publicação.
> Os formatos de design editorial entre os média incluem o design de livros, de revistas, de jornais e folhetos. Bem como adicionalmente, em formato digital, estão incluídos os *Vlogs, Mologs* e *Blogs*.»[2] ***(Tradução da Autora)***

---

[1] "Editorial design - or "editorialism", as I like to term it - is the craft of organizing complex aggregates of information into a meaningful and accessible totality, balancing function (the interface aspect) and aesthetics (the expressive aspect). Literally, the Latin word 'editor' means 'producer': 'edo' (edere) means 'to bring forth', 'bring out in the open', 'make known', 'publish', 'present', 'deliver', 'reveal', 'cause'. All these associated words suggest that editorial design is concerned with preparing structure, form and accessibility of publications." (BRUINSMA, Max. (2006) Masters Of Editorialism, no website ico-D, em http://www. ico-d. org/connect/features/post/201. php)

[2] "Editorial design envolves the design of editorial content for print or screen; it is also called publication design. The editorial designer makes content accessible, interprets content to improve communication, enhances the reader's experience, creates visual interest, and establishes a voice, character, and structure for a publication. Editorial design formats across media include book design, magazine design, newspaper design, newsletters, and booklets; on screen, in addition they include vlogs, mologs, and blogs." (LANDA, Robin, 2014, p. 3).

Com base nestas citações, entende-se que o design editorial está diretamente relacionado com toda a organização de elementos textuais e imagens que compõem uma publicação com o objetivo de comunicar ou transmitir uma ideia, conferindo expressão e personalidade ao conteúdo. De acordo com a segunda citação, os produtos de design editorial podem ser impressos (livros, revistas, jornais, entre outros) ou digitais (*vlogs, mologs, blogs,* entre outros). Estes são os suportes onde, segundo uma hierarquia, se pretende transmitir informação e/ou uma mensagem. É através das estruturas concebidas pelo designer que a informação será lida e interpretada.

Mencionado no Livro «Design Editorial - Jornais e Revistas / Mídia impressa e digital», 2014, (p. 10), para o diretor de arte, Martin Venezky:[3]

> «O design editorial é a estrutura por meio da qual uma determinada história é lida e interpretada. Ele consiste tanto na arquitetura geral da publicação (e a estrutura lógica que isso implica) como no tratamento específico da história (à medida que ela força ou mesmo desafia essa própria lógica).»

No que toca ao Design Editorial - especificamente em jornais este tem como função apresentar todo o conteúdo de forma lógica, tornando-o apelativo e de fácil acesso, atraindo os leitores e tornando-os fieis à leitura.

Os jornais são publicações periódicas que relatam graficamente acontecimentos considerados dignos de evidência e divulgação, num ou mais domínios, nomeadamente políticos, sociais, económicos, culturais, entre outros. Neste sentido, uma publicação periódica torna-se fundamental para a disseminação de conhecimentos nas mais diversas áreas. Publica notícias no fundo tudo aquilo que é novo - o que torna neste caso os jornais, um meio de excelência para a divulgação contínua de saberes e ideias.

Para cumprir convenientemente essa função de comunicar e transmitir ideias, os jornais necessitam de apresentar soluções gráficas apelativas e que facilitem a leitura, com o intuito de estabelecer uma relação com o indivíduo que o lê.

---

[3] Martin Venezky é professor e designer gráfico com sede em San Francisco, Califórnia. O trabalho dele desfigura as fronteiras entre arte, fotografia, colagem e design comercial. O seu estúdio Appetite Engineers criou trabalhos para Adobe, Facebook, The New York Times e Wired, bem como para o cineasta Wes Anderson

Há 20 anos não existiam os meios de comunicação que existem nos dias de hoje, como por exemplo a *internet* e os dispositivos móveis. Por este motivo, é importante percebermos a importância tanto do design como do designer na sociedade atual, pois ao longo dos tempos, com a evolução da tecnologia, tornou-se necessário criar formas de interação entre o jornal impresso e o *online* (*site*, redes sociais e publicações digitais) a fim de captar novos seguidores, sem deixarem de interagir com a versão impressa.

Para termos uma noção dessa importância, apresento em seguida um breve esquema da evolução dos meios de comunicação do ser humano, desde os tempos da Pré-história. É através da comunicação que o homem se conhece e se dá a conhecer. Ao longo dos tempos, desde o homem primitivo até ao homem da atualidade, a evolução dos meios de comunicação tem contribuído para o alargamento das relações entre as comunidades e sociedades humanas de todo o mundo. *(OLIVEIRA, 2012)*

30. 000 a 25. 000 a. C.
Aparecimento e desenvolvimento da Pictografia.

A Pré-História é marcada pela ausência da escrita, sendo a arte rupestre e a comunicação verbal,[4] os meios de comunicação da época. Esta arte consistia numa forma de escrita, pela qual o homem primitivo transmitia ideias, sinais e palavras, através de desenhos figurativos. Os simples desenhos que o homem utilizava passaram a ser mais elaborados, com cores e com a ilusão de movimento. Representavam na sua maioria animais a correr, a saltar e a enfrentar os caçadores. (Fig. 1.)

4. 000 a 3. 500 a. C.
Origem da escrita cuneiforme e hieroglífica

4 Os primeiros sons vocais do homem primitivo eram aleatórios, instintivos e sem significado, mas com o decorrer do tempo, foram tomando consciência desses sons, memorizando-os e transmitindo-os para toda comunidade. Após memorizarem um determinado som, davam-lhe um significado para que todos os elementos da comunidade se pudessem compreender entre si. (COSTA, Joan & RAPOSO, Daniel. ; 2010, p. 32)

Segundo vários sociólogos, antropólogos e historiadores, foi somente na antiga Mesopotâmia que um tipo de escrita foi elaborado e criado. Os sumérios criaram a escrita cuneiforme (Fig. 2), enquanto os egípcios desenvolviam outro tipo de escrita que recebeu a designação de escrita hieroglífica[5] (Fig. 3).



Fig. 1.
Arte Rupestre.
Caverna de Chauvet.



Fig. 2.
Escrita Cuneiforme sobre argila



Fig. 3.
Escrita Hieroglífica Egípcia gravada
em pedra.

5 Hieroglífica provém da palavra grega hierosque significa sagrado e da palavra eghyhhein que significa gravar

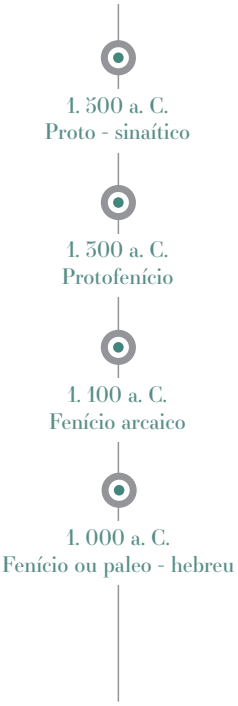
O surgimento da escrita representa a transição da Pré-História para a História.

Até chegarmos aos sistemas alfabéticos utilizados atualmente, a escrita passou por um extenso processo de evolução. Ultrapassados os tempos antigos, o homem tem nas suas mãos a posse da escrita, que resumidamente consiste num código capaz de transmitir e conservar ideias e valores concretos.

Joan Costa e Daniel Raposo no livro "A rebelião dos signos - A alma da letra", no capítulo "O enigma do nosso alfabeto" pag. 61, mencionam a filiação do alfabeto, segundo M. A. Ouaknin[6], do seguinte modo:



Ao longo dos tempos, o homem ao decompor o som das palavras percebeu que cada palavra era independente e nitidamente diferenciável das restantes. Daí surgiram dois tipos de escrita: a silábica, fundamentada em grupos de sons, e a alfabética, onde cada sinal corresponde a uma letra. Desta progressão resultou a escrita em fonogramas simples, que representam um único som, chamadas letras, cujo conjunto constitui o alfabeto *(OLIVEIRA,2012)*



6 Marc-Alain Ouaknin nasceu em Paris em 1957. É rabino, doutorado em filosofia, diretor do Centro Aleph de Estudos Judaicos, em Paris e professor associado no Departamento de Literatura Comparada na Universidade de Bar-Ilan, em Israel.
É autor de vários livros, como «Os mistérios do alfabeto», «O mistério dos números», «Símbolos do judaísmo», entre outros.

«Os Fenícios não escreviam as vogais; apenas as consoantes. No alfabeto grego, as 22 consoantes fenícias passaram a ser consoantes e vogais; a elas, os Gregos acrescentaram ainda três signos (...) (Fig. 5) No Ocidente, o alfabeto fenício serviu de base ao alfabeto grego, que por sua vez inspirou o etrusco e o latino [...] Qualquer que seja a origem do alfabeto fenício, produto do comércio ou da espontaneidade local, devemos ver nele, e em nenhuma outra fonte, a base exclusiva dos sistemas alfabéticos modernos.» *(COSTA & RAPOSO, 2010)*

800 a. C.
Alfabeto grego

800 a 700 a. C.
Alfabeto etrusco

600 a. C.
Alfabeto latino
Alfabeto moderno, entre o século III e o nascimento da imprensa (século XV)

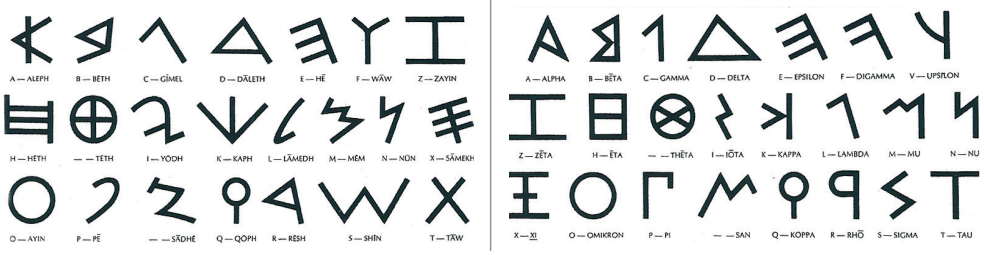


Fig. 5.
Desenvolvimento gráfico das letras do alfabeto grego a partir das do fenício.

Até este período da história, os manuscritos encontrados eram feitos essencialmente de materiais da natureza, nomeadamente, pedra, argila, madeira, cobre, bronze, ferro, entre outros.

Foi no Egipto, em meados de 2. 700 a. C. que surgiu uma contribuição importante que permitiu preservar grande parte da produção artística e cultural desse país: a invenção de folhas de papiro.

> «Feitas com feixes de papiro sobrepostos, dispostos entrecruzados e amassados até formarem uma folha homogênea, essa invenção possibilitou grande avanço para a humanidade, pois permitia multiplicar o registo de informações [...] O papiro era mais barato do que a pele da qual os pergaminhos eram feitos e mais fáceis de inscrever, manipular e armazenar do que tabuletas de argila e placas de pedra. Pouco depois do aparecimento do papiro, os escribas começaram a colar folhas umas nas outras de modo a formar um longo rolo. Dessa forma, os egípcios inventaram tanto o livro, como o material no qual o primeiro deles seria escrito. Grande parte do que se sabe sobre o antigo Egipto chegou até nós por meio do papiro.» *(Guia Segredos do Egito, 2017, p. 21)*

Ultrapassados os tempos antigos, o homem tem nas suas mãos a possa da escrita, que consiste num código capaz de transmitir e conservar ideias abstratas ou valores concretos, em palavras.

Já na Idade Média, o livro continua a sua evolução, com o aparecimento das margens, das páginas em branco, da pontuação, bem como o uso de letras maiúsculas.

Um marco desta evolução foi a substituição do pergaminho e do papiro pelo papel., Este contribuiu para que o formato do livro também viesse a sofrer alterações, passando apresentar-se como uma composição de páginas.

105
Invenção do Papel - China

Final da Idade Média - Sec. XVI
Invenção da Impressão

Inicialmente o livro era praticamente uma exclusividade da igreja, até que no final da Idade Média, surge a invenção mais importante de todas - A impressão que inicialmente consistia na gravação do conteúdo de cada página em blocos de madeira.. Estes eram mergulhados em tinta e o conteúdo era transferido para o papel.

Entre 1440 e 1450, na Alemanha, Johannes Gutenberg inventa os tipos móveis (também conhecidos como "tipos fundidos" ou "tipos de metal") e desenvolve a imprensa. (Fig. 4)

1447
Inversão da Prensa vinícola em madeira de Johannes Gutenberg,

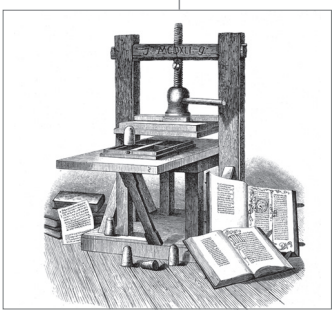


Fig. 4.
Prensa vinícola em madeira de Johannes Gutenberg, com caracteres móveis de chumbo permitiu a reprodução de milhares de livros, iniciando-se a era do jornal.

Com a invenção da prensa com caracteres móveis de metal, inicia-se a era do jornal moderno, que a partir do século XVII se expandiram por toda a Europa, especialmente na França e na Alemanha.

1588
Primeira folha noticiosa manuscrita portuguesa

1829
Louis Jacques Mandé Daguerre
Inventou a fotografia

1835
Samuel Finley Breese Morse - inventa o telégrafo.
A primeira transmissão ocorreu em 1844, nos EU.

1860
Invenção do Telefone

1863
Primeiros passos para a descoberta da rádio

1864
Primeiro jornal diário - Diário de Noticias

Ao longo do tempo, o jornal sofreu vários progressos e os fatores que contribuíram para isso foram: a urbanização crescente, o desenvolvimento dos transportes e meios de comunicação, ampliação do campo de informação dos jornais e das curiosidades dos seus leitores.

Em Portugal, as primeiras emissões de rádio começaram em 1924.

1920 a 1955
Desenvolvimento da Televisão

1946
ENIAC - o primeiro computador electrónico, criado por John Mauchly

1957
Primeiro canal Televisivo de Portugal Radiotelevisão Portuguesa (RTP)

Década de 1990
Expanção da Internet

A grande expansão mundial da televisão permitiu que, em 50anos, se tornasse o meio de comunicação mais presente na vida da população mundial.

O computador e a *Internet* geraram grandes transformações, atualmente é impossível pensar no mundo sem *Internet.* Estar conectado à rede mundial passou a ser uma necessidade de extrema importância. A *Internet* está presente nas escolas, nas faculdades, empresas entre outros locais, possibilitando acesso às informações e às notícias mundiais em apenas um *click.*

(OLIVEIRA, Marisa Toste), na sua dissertação de Mestrado em Jornalismo, (p.14), conclui que ao contrário da progressão da imprensa que foi bastante lenta, os meios audiovisuais provocaram, pela rapidez e caráter forte da sua inserção na vida dos cidadãos, uma verdadeira revolução, que no futuro será, cada vez maior, devido à evolução das tecnologias.

O Design Editorial foi acompanhando esta evolução de forma a captar o espírito de cada época. O próprio conceito de design editorial tem vindo a sofrer grandes alterações, isto porque nos encontramos numa época de grande competição entre versões impressas e digitais. É importante conseguirmos acompanhar a evolução de cada uma de forma a continuar a "agarrar" a atenção do leitor.

Como refere Steven E. Ames no livro Elements of Newspaper Design:

> «O segredo de uma publicação jornalística não se trata apenas de atrair leitores, mas de os manter fiéis.»

Encontramo-nos numa era em que o advento da *internet,* das novas tecnologias se estão a transformar em ferramentas cada vez mais essenciais no nosso dia a dia. Deparamo-nos numa sociedade cada vez mais globalizada, obcecada pelas redes sociais e pela informação imediata que estas nos proporcionam.

Segundo Mark Porter, in (ZAPPATERRA, 2014, p.15):

> «Hoje, quando você faz o novo design de um jornal, também está criando um site, páginas para os dispositivos móveis e aplicativos. Está começando a se tornar incomum apenas fazer um trabalho para impressão. Conceitualmente, tudo tem de se encaixar e tudo se resume a ter uma identidade visual para a marca que trabalha na versão impressa e também em outros canais.»

Deste modo, é importante que o designer adquira conhecimentos aprofundados sobre como apresentar visualmente uma publicação jornalística respondendo às necessidades da sociedade, de forma a potenciar a informação, ou seja, como captar a atenção inicial do leitor, como conduzi-lo ao longo da informação, o poder da imagem, a importância da cor, as possibilidades da apresentação do texto e as relações que se podem estabelecer entre as duas formas de informação – visual e escrita, tanto impressa como nas novas plataformas digitais.

CAPÍTULO 2.

APRESENTAÇÃO DO ESTÁGIO

2.1. A REDAÇÃO

A Redação inicialmente era formada por dois jornalistas - Rui Santos, licenciado em Jornalismo e Comunicação, no IPP (Instituto Politécnico de Portalegre) e Catarina Silva, licenciada em Ciências da Comunicação na UM (Universidade do Minho) - dois comerciais sem habilitações académicas na área comercial, e dois designers em regime *freelancer* - António Loureiro, licenciado em Design de Comunicação na ESAD (Escola Superior de Artes e Design de Matosinhos) e Teresa Soares com Pós graduação em Educação especial e especialização em Surdez na FPCEUP (Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade do Porto).

O Jornal Único nasceu em 2014 com o compromisso de marcar a diferença na cidade de S. João da Madeira. Surgiu da vontade do empresário sanjoanense Jorge Lima em investir num projeto editorial.

O seu pai era tipógrafo, pelo que Jorge cresceu mergulhado num mundo de jornais, o que o levou a concretizar o sonho de criar o seu próprio jornal. Reuniu uma equipa jovem que pensou o projeto ao milímetro, procurando diferenciar-se dos seus principais concorrentes: os semanários Labor e O Regional.

O Jornal Único nasceu com periodicidade quinzenal e distribuição gratuita. A nível de cobertura, vai para além das fronteiras do concelho de S. João da Madeira, informando também sobre o que passa nas freguesias vizinhas.

Focado essencialmente em grandes reportagens e dando um importante relevo à cultura, foi conquistando leitores ao longo do tempo. No seu *layout*, sobressaem as fotografias a preto e branco e os títulos e destaques a vermelho.

Ao fim de dois anos, e sendo que o modelo de negócio se baseava exclusivamente na receita gerada pela publicidade, o projeto foi reestruturado pensando na sua sustentabilidade e rentabilização. Neste sentido, em Abril de 2016, o jornal passou de distribuição gratuita para paga, e alterou também a sua publicação de quinzenal para semanal. O objetivo seria angariar alguma receita através da venda em banca e da possibilidade de assinaturas, criando também a fidelização de leitores através da mudança da sua periodicidade de quinzenal para semanal.

Ao longo do tempo, a equipa foi sofrendo algumas alterações, contudo o designer gráfico que concebeu o projeto desde o início manteve-se, pelo que o grafismo do jornal não apresenta mudanças significativas, sem prejuízo de se sentir a sua evolução.

2.2. INTEGRAÇÃO NA EQUIPA

O primeiro contacto que tive com a redação deu-se umas semanas antes de iniciar o estágio. Consistiu numa breve visita ao espaço de trabalho e numa entrevista à qual fui submetida, onde me foi pedido para fazer uma breve análise do jornal do ponto de vista de designer.

Durante a primeira semana de estágio, iniciou-se o processo de integração na equipa de trabalho. Inicialmente, reuni-me com o diretor do jornal e com o designer responsável pela paginação, de forma a distribuir tarefas. Nesta reunião foram referenciados todos os aspetos relacionados com a publicação: o formato do jornal, as margens, o número de páginas, a gráfica que procedia à impressão, bem como a data de previsão de fecho. O seu conteúdo foi discutido, bem como os itens a melhorar ou a manter.

2.3. METODOLOGIA E PROCESSO DE TRABALHO

Visto tratar-se de um jornal com periodicidade quinzenal, foi-me proposto que começasse por me focar nos pontos fracos do jornal. Este tinha uma grelha definida, mas como os jornalistas não tinham um número limite de caracteres definido, percebi que embora a linha gráfica fosse a mesma, existiam muitos *layouts* "improvisados", o design das publicidades precisava de ser melhorado e também era necessário desenvolver grelhas e medidas definitivas para as mesmas.

Posto isto, a primeira experiência que tive consistiu no desenvolvimento de um grupo de grelhas para as diferentes publicidades. O jornal encontrava-se com falhas a nível de tratamento de texto e design de publicidades, durante o período de estágio trabalhei nestas duas áreas de forma a melhorar a qualidade do jornal.

Ao longo de todo o processo foi fundamental a constante partilha de ideias e opiniões, e de dúvidas, e o *feedback* que se apresentava prontamente disponível por qualquer um dos elementos da redação.

Todos os projetos foram criados digitalmente, usando o softwares da *Adobe*. Para a paginação e *layout* de projetos editoriais era utilizado o programa *InDesign;* para as ilustrações vectoriais das publicidades era usado o programa *Illustrator* e por último, como ferramenta complementar, para o tratamento gráfico de imagens e fotografias eram utilizadas as funcionalidades do programa *Photoshop*.

O cronograma que se segue discrimina as tarefas que foram desenvolvidas durante o período de estágio curricular.

Este período teve a duração de 6 meses, entre o dia 1 de Outubro de 2015 e o dia 31 de Março de 2016.

TABELA 1. CALENDARIZAÇÃO DO ESTÁGIO

MESES	TAREFAS	
OUTUBRO	Desenvolvimento de grelhas para os diferentes tamanhos de publicidade; Iniciação ao processo de paginação;	**Edição 37** Paginação das secções: Política, Opinião, Artes e Futebol. Solução Gráfica ***Life&style*** **Edição 38** Paginação da Grande Entrevista e das secções: Futsal, Política e ***Life&style;*** Desenvolvimento de uma publicidade.
NOVEMBRO	Desenvolvimento de layout's para a secção de Desposto, Opinião e ***Life&style*** - Definição do número limite de caracteres - opções com e sem publicidade;	**Edição 39** Paginação ilustrada da secção Destaque e desenvolvimento de três publicidades. **Edição 40** Paginação de uma Publireportagem e da secções: ***Life&style***, Tecnologia e Desporto.
DEZEMBRO		**Edição 41** Paginação de uma Reportagem e das secções: ***Life&style***, Futebol e Ilustração; Elaboração e desenvolvimento de três publicidades; **Edição 42 - Especial Natal** Paginação de uma Entrevista, de uma Publireportagem e da Página "Especial Natal"; Secções: ***Life&style***, Andebol e Futebol; Elaboração e desenvolvimento de vinte publicidades.
JANEIRO		**Edição 43** Paginação da Grande Entrevista e de uma Reportagem e uma Publireportagem; Secções: Life&style e Cultura; **Edição 44** Paginação da Grande Entrevista, de uma Entrevista e de uma Publireportagem; Secções: ***Life&style***, Política, Futebol e Última; Elaboração e desenvolvimento de uma publicidade;
FEVEREIRO		**Edição 45** Paginação de duas Reportagens e das secções: ***Life&style***, Basquetebol, Ilustração e Cucujães; Elaboração e desenvolvimento de uma publicidade. **Edição 46 - Especial Santa Maria da Feira** Paginação da Grande Entrevista e das secções: Cultura, Desporto, Política e ***Lyfe&style***.
MARÇO		**Edição 47** Paginação de uma Entrevista e uma Reportagem e das secções: Cultura, Empreendorismo e ***Life&style***. **Edição 48** Paginação de duas Entrevistas e uma Reportagem ilustrada. Elaboração e desenvolvimento de uma publicidade.
		Edição 49 - Ano III - Edição Especial

CAPÍTULO 3.

JORNAL ÚNICO

Este capítulo enquadra a apresentação do Jornal Único, integrando uma análise crítica constituída pela observação de vários tópicos fundamentais ao estudo e avaliação de um projeto editorial. Com base nas fontes bibliográficas, é feita uma análise dos métodos mais corretos para chegar a um produto final bem composto técnica e esteticamente.

3.1. ENQUADRAMENTO

A sua primeira edição impressa foi lançada a 28 de Abril de 2014, contando com a produção de 5 mil exemplares. O *feedback* inicial foi bastante positivo, vindo a adquirir um público fiel entre os 25 e os 55 anos de idade.

Segundo Jorge Lima, proprietário da empresa detentora do Jornal Único, "O jornal evoluiu sempre positivamente no respeitante à informação e serviço prestado aos leitores". Segundo o diretor Rui Santos, responsável pela direção da redação e também jornalista do mesmo, o objetivo da equipa fundadora seria transmitir, desde o início, uma imagem de objectividade, criatividade e, sobretudo, integridade, respeitando sempre as regras elementares do bom jornalismo.

A nível editorial, este jornal consiste numa compilação de várias secções, grandes reportagens, grandes entrevistas, secções de cultura, sociedade, política, desporto e opinião. Tem como objetivo manter a população do concelho de São João da Madeira e arredores, informada sobre as mais diversas temáticas.

O designer surge como um agente principal na busca de novos leitores e suas fidelizações para que sejam possíveis novas mudanças nas formas de tratar e expor a informação.

Pretendeu-se analisar as estratégias de design presentes nos projetos editoriais existentes e, com base nessa análise, a criação de novas soluções gráficas.

A nível gráfico, a publicação emprega fotografias a preto e branco, equilibrando-as com apontamentos a vermelho nos títulos e destaques, e com perguntas a azul nas entrevistas. Tem um total de 32 páginas, que engloba anúncios publicitários. Visualmente, evoca um estilo gráfico moderno, utilizando um *layout* simples e minimalista.

Ver especificações técnicas na próxima página - Tabela 2.

TABELA 2. ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

PAPEL	
IMPRESSÃO	Offset a quatro cores
FORMATO	27,6 cm × 36,8 cm
MARGEM SUPERIOR E INFERIOR	1,5 cm
MARGEM EXTERIOR E INTERIOR	1,8 cm
PÁGINAS	32
GRELHA	Variável Entre 6 a 12 colunas
TIPOS DE LETRA	Helvetica Minion Pro
CAPA	Cabeçalho 3 a 4 Chamadas de Capa Logótipo 1 Fotografia - 1 Título - 1 Destaque Publicidade
PUBLICIDADE	Página Inteira; Meia página; 1/4 de página; 1/8 de página vertical; 1/8 e página horizontal; Rodapé Grande; Rodapé Pequeno;

3.2. PRINCIPAIS PROBLEMAS DETETADOS

Pelo facto do Jornal Único ser uma publicação periódica gratuita, sem qualquer tipo de apoio financeiro, foi estabelecido que não iriam existir gastos dispendiosos e, por esse motivo, os tipos de letra utilizados são gratuitos.

A nível estrutural existem grelhas variáveis de cinco, oito, dez, onze e doze colunas. No entanto, não existem normas gráficas que guiem o planeamento e a preparação do jornal.

Um dos maiores problemas está na questão do número limite de caracteres que os jornalistas devem escrever. Grande parte das vezes, devido à falta de tempo e por não existirem mais colaboradores, o designer opta por improvisar o *layout*. O segundo maior problema está na questão da publicidade, que inicialmente não tinha uma grelha de tamanhos definida. Para além disso, muitas das publicidades não tinham qualidade gráfica, o que comprometia o grafismo das páginas. Existia, por isso, uma grande necessidade de implementar regras para a publicidade. (Fig. 6 e 7).











Fig. 6.
Edição N.º34 | Secção Destaque e Reportagem
Publicada a 31 de Agosto de 2015
Grelha variável; Tamanho das publicidades não vai ao encontro das grelhas aplicadas.



Fig. 7
Exemplo da linha gráfica de algumas publicidades publicadas

CAPÍTULO 4.

ANÁLISE DO JORNAL ÚNICO

4.1. FUNCIONAMENTO DE UM JORNAL

Segundo GARCIA (2002) "o design dos jornais reside numa realidade prática e tem um carácter mais orgânico do que teórico abstrato" e que o design torna o jornal mais fácil de ler utilizando uma tipografia clara e legível. Refere também que o conteúdo é mais fácil de encontrar, torna o jornal muito mais apelativo, e fornece carácter à publicação, levando um bom conteúdo a estar de acordo com a sua boa aparência.

Para o editor do jornal The Sunday Times, Harold Evans[1], in ZAPPATERRA, (2014, p. 27):

«Um jornal é um veículo para a transmissão de notícias e ideias. O design é parte integrante do processo. Começamos com uma folha de jornal em branco e um mosaico de ideias que queremos comunicar, e é função do design de notícias apresentar esse mosaico de forma organizada e compreensível. Para tanto, o designer de jornais usa fontes de texto, títulos, fotografias, desenho a traço, espaço em branco, e uma sequência de páginas nas combinações mais apropriadas.»

Mario Garcia (2002), aponta que a forma como alcançamos o equilíbrio de uma página depende de vários fatores: O tamanho, o formato e o tempo investido fazem a diferença. Para ele, o projeto editorial de um jornal bem concebido deve ter uma grelha precisa, com combinações de colunas baseadas num conjunto básico - digamos cinco ou seis, a partir dessas, outras combinações são criadas.

Antes de iniciar o redesign do Jornal Único, com base nos principais problemas detetados, é feita uma abordagem analítica das soluções gráficas existentes.

[1] Harold Evans é um dos grandes inovadores do jornalismo. Em 1973 editou "Editing and Design" Cinco volumes sobre arte de edição, tipografia e layout.

4.2. GRELHAS E LAYOUT

A grelha define as divisões geométricas internas da página. O *layout* está referente ao modo como são formatados e colocados os elementos gráficos em relação a uma grelha. O principal objetivo do *layout* é apresentar os elementos visuais e textuais de forma organizada e de maneira a que o leitor os interprete com o mínimo de esforço.

> «O uso da grelha como um sistema de ordenamento é a expressão de uma determinada atitude mental, pois mostra que o designer concebe sua obra em termos construtivos e orientados ao futuro. » ***(BROCKMANN, 1982)***

Antes de iniciar o processo de estruturação de grelhas, o designer deve pensar em todos os elementos gráficos que o *layout* vai conter. Quais as margens que a página vai ter, superior, inferior, exterior e interior, qual o tipo de letra, tamanho e entrelinhamento dos títulos e texto corrido, imagens e legendas?

A grelha é uma ferramenta fundamental na estruturação de páginas de uma publicação, pois ajuda o designer a gerar grafismos mais organizados, dinâmicos e funcionais.

A construção de grelhas deve ser estudada e planeada em função do projeto a que se destina.

Timothy Samara[2] (2007), no livro "GRID Construção e Desconstrução" refere que o projeto de um sistema de grelhas depende de duas fases de desenvolvimento:

Primeiro, o designer tenta avaliar as características informativas e as exigências de produção do material. Esta fase é de extrema importância. O sistema de grelhas, depois de definido, é um sistema fechado. Ao construí-lo, o designer precisa de atender as necessidades do conteúdo e de prever eventuais problemas que possam surgir ao paginar o conteúdo dentro da grelha (como títulos compridos demais, cortes de imagens ou espaços vazios em alguma secção por falta de material).

A segunda fase consiste em dispor o conteúdo de acordo com as diretrizes dadas pelo sistema de grelhas definido. Este possibilita ao designer tomar decisões consistentes, o que evita a disposição aleatória dos elementos, e ajuda a assegurar que os vários componentes funcionem como um conjunto integrado no design.

---

[2] Timothy Samara é designer gráfico, autor e educador. Atualmente é membro da School of Visual Arts, NYU, da Purchase College e da Parsons School of Design. Já foi diretor de arte da Ruder Finn, a maior empresa de relações públicas de Nova Iorque, e da Pettistudio, um pequeno escritório multidisciplinar de design; Durante sete anos foi diretor da Physiologic no norte de Nova Iorque. Autor do livro: "Grid - Construção e Desconstrução"; "Guia de Tipografia - Manual Prático para o uso de tipos no design gráfico"; "Evolução do Design.

No livro "Sistemas de grelhas" de Brockmann[3] (1982), este menciona que no caso de optarmos por uma grelha de duas colunas, esta pode subdividir-se, formando uma página de quatro colunas.

Três colunas pode igualmente responder a uma variedade de oportunidades de posicionamento de texto e fotografias com tamanhos distintos.

Os inconvenientes de um *layout* com uma grelha de três ou seis colunas estão nas linhas do texto. Estas dependendo do formato podem tornar-se relativamente estreitas e consequentemente terá que se optar por um tipo de letra pequeno, embora grelhas com um maior número de colunas seja mais flexível, assim como o layout.

> «A utilização de uma estrutura organizada através de uma grelha, permite, além de clarividência e objectividade, a eficácia do trabalho, uma economia de meios, tempo e espaço, assegurando a continuidade e permitindo destacar a diversidade. Uma grelha dá consistência a uma publicação pois apresenta ao leitor uma série de páginas que podemos relacionar visualmente. A coerência visual contribui, deste modo, para que o leitor se foque no conteúdo e não na forma» ***(Baines, 2005, p. 145).***

Existem várias formas de estruturação de grelhas. Algumas valorizam o texto, outras, as imagens existem ainda as que se preocupam mais com o equilíbrio visual da página, priorizando ambos os elementos. Estes podem ser verticais, horizontais, modulares, simétricos, assimétricos e diagonais.

Sistema de Grelhas Vertical: Consiste em dividir o *layout* em colunas com caixas de texto dispostas na vertical, de cima para baixo e de maneira sequencial. É um tipo de grelha que valoriza o texto e por essa razão, é muito empregado em *layouts* de jornais. Esse tipo de paginação pode, no entanto parecer monótono ao leitor. (Fig. 8.)

Sistema de Grelhas Horizontal: Subdivide o *layout* posicionando as caixas de texto de modo horizontal, seguindo o sentido de leitura: da esquerda para a direita. Em comparação com o sistema de grelhas vertical, pode ser mais atraente e facilitar a leitura, no entanto, também pode causar cansaço visual. (Fig. 9.)

Sistema de Grelhas Modular: Este sistema é variável, mistura caixas de texto e imagens de modo vertical e horizontal, tornando a composição mais dinâmica, quebrando a monotonia da página. Os elementos podem ocupar um ou mais módulos, de acordo com o tipo de composição pretendida. (Fig. 10.)

---

3 Josef Muller - Brockmann, era um designer gráfico e professor suíço. Ele estudou arquitetura, design e história da arte, na Universidade de Kunstgewerbeschule em Zurique.

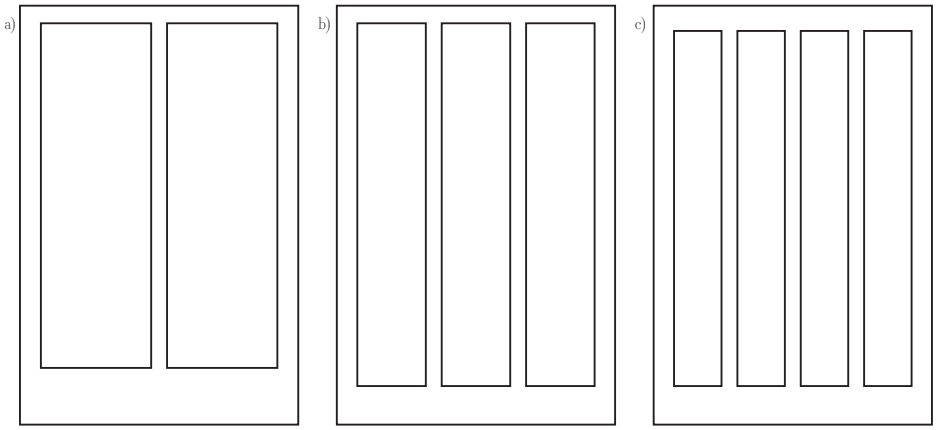


Fig. 8. Sistema de Grelhas na Vertical
a) Duas Colunas
b) Três Colunas
c) Quatro Colunas

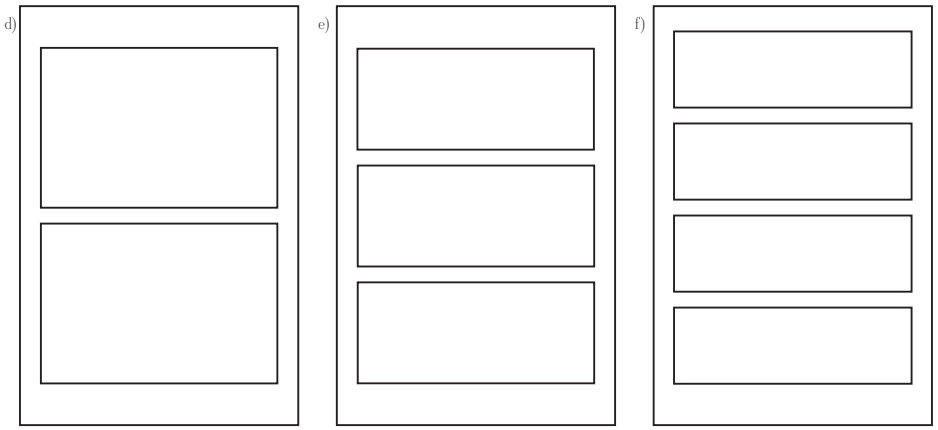


Fig. 9. Sistema de Grelhas na Horizontal
d) Duas Caixas
e) Três Caixas
f) Quatro Caixas

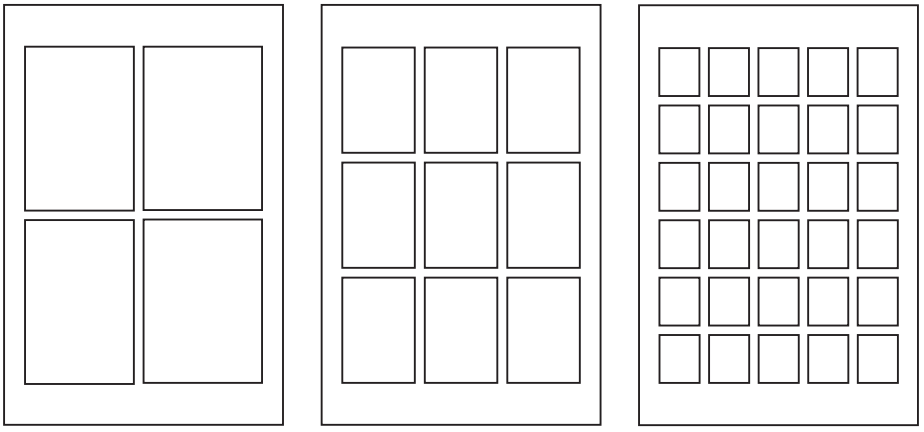


Fig. 10. Sistema de Grelhas Modular

Sistema de Grelhas Simétrico: Conforme o nome sugere, faz correspondência entre os elementos de ambos os lados e a estrutura da página ímpar é reflectida na página par em relação à largura e ao posicionamento das colunas. Este sistema organiza as informações e proporciona equilíbrio ao longo de um conjunto de páginas duplas.

Sistema de Grelhas Assimétrico: Pode ser baseado em colunas e módulos. Pode, por exemplo, ter uma coluna mais estreita do que as outras a fim de introduzir um desvio para um dos lados da página, possibilitando o tratamento criativo de certos elementos, legendas, notas, ícones, entre outros. (Fig. 11.)

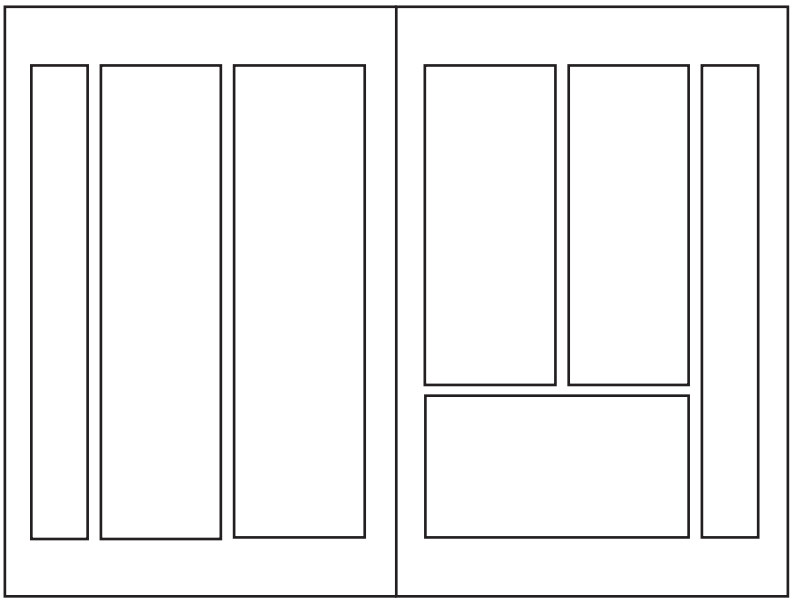


Fig. 11. Sistema de Grelhas Assimétricos

Sistema de Grelhas Diagonal ou Angular: Este tipo de grelha é pouco usado, pois é mais difícil de ser ajustado e quebra o sentido horizontal de leitura. A sua vantagem é o dinamismo e movimento que proporciona à página. É possível criar uma grelha com qualquer angulação, porém, o recomendado é usar no máximo dois ângulos diferentes por página, pois a presença de muitos ângulos pode tornar o *layout* confuso.

O ângulo mais utilizado neste tipo de grelha é o de 45º, (Fig. 12.)

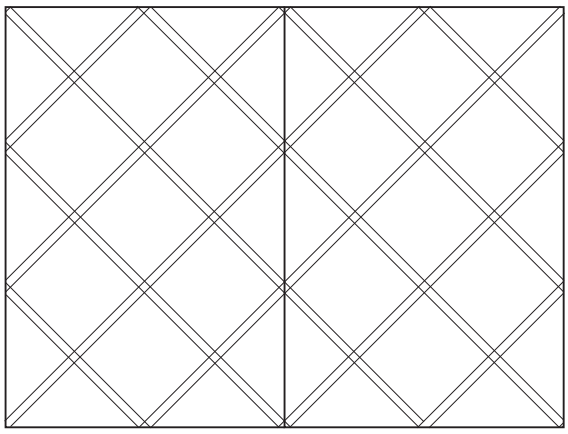


Fig. 12. Sistema de Grelhas angular de 45º

O sistema de grelhas é uma ferramenta indispensável na edição de uma publicação. Contribui para que o designer organize toda a hierarquia visual dos conteúdos, seja de um anúncio, de um flyer, livro ou publicação periódica de forma mais racional e objectiva. (Fig. 13 a 15)

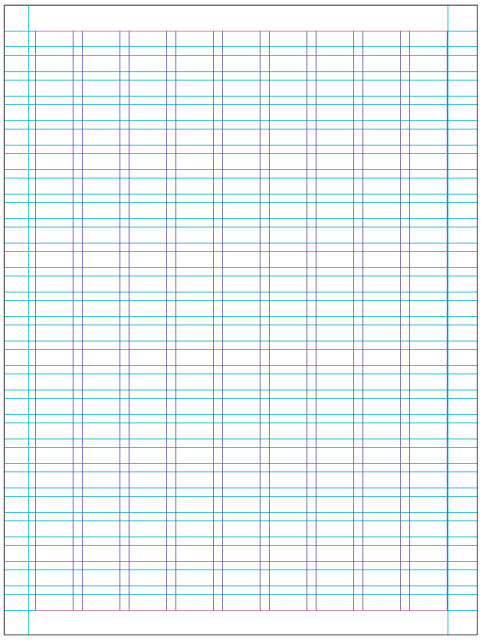


Fig. 13. Sistema de Grelhas Assimétrico, baseado em módulos e colunas.

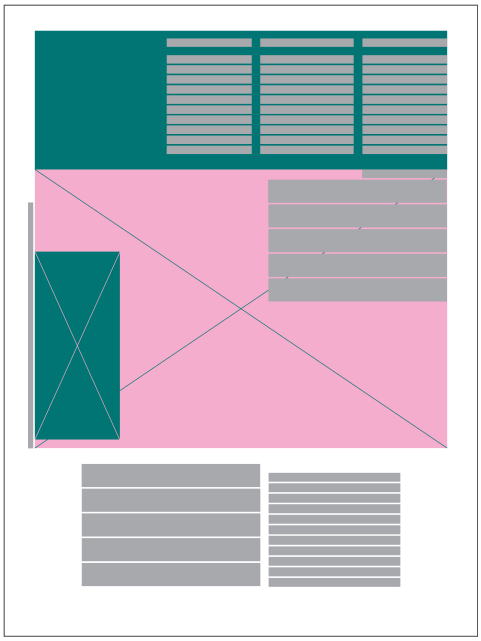


Fig. 14. Layout concebido a partir de um Sistema de Grelhas Assimétrico, baseado em módulos e colunas.



Fig. 15. Sistema de Grelhas Assimétrico, baseado em módulos e colunas.
Edição Nº46 - Jornal Único - Publicado a 15 de Fevereiro de 2016
Erros de alinhamento nas caixas de texto e logótipo.

4.3. TIPOGRAFIA

Um jornal é, sobretudo, para ser lido. De facto, cerca de 85% do conteúdo na maioria dos jornais é texto.

> «A tipografia é a chave para a aparência e sensação que o jornal passa - o que os leitores percebem nos primeiros 10 segundos em que os olhos percorrem uma página. É através das sensações evocadas pela tipografia que se transmite seriedade, jovialidade, bom humor, e assim por diante. A paleta de cores é o segundo critério mais importante. Nós reagimos de imediato à combinação de tipo e cor em uma página e, como resultado, o espaço em branco e sua localização na arquitetura da página desempenha o terceiro papel mais importante.» ***(GARCIA, 2002)***

Nos jornais, para além de um bom sistema de grelhas, a prioridade é sempre a legibilidade das fontes. A tipografia define a imagem do jornal, fornece carácter, espírito e personalidade à publicação. É importante fazer uma seleção tipográfica para títulos, subtítulos, texto corrido e legendas.

> «A tipografia, deve convidar à leitura, revelar o teor e o significado do texto, tornar a estrutura e a ordem do texto claras, conectar o texto a outros elementos existentes e induzir a um estado de repouso energético, que é a condição ideal de leitura.» *(BRINGHURST, 2005, p. 31)*

O tipos de letra do Jornal Único são: *Helvetica* e *Minion Pro*.

Helvetica é a fonte utilizada nos títulos, destaques e legendas e a *Minion Pro* é utilizada no texto corrido. (Fig. 29-31).

A *Helvetica* foi criada em 1957 pelos designers Max Miedinger e Eduard Hoffmann. É um tipo de letra sem serifa, considerado uma dos mais populares. A *Minion Pro*, com serifas, foi criada em 1990 por Robert Slimbach para a *Adobe Systems*. (Fig. 17-28)

Visto estarmos limitados no que toca à escolha de tipos de letra, resta-nos tirar o máximo proveito das virtudes de ambas as fontes.

Como Robert Bringhurst, refere no livro "Elementos do estilo tipográfico":

> «De um modo geral, uma fonte com méritos modestos deve ser tratada com grande discrição, formalidade e cuidado. Ela deve ser composta em tamanhos modestos (ou, ainda melhor, em um tamanho único), com as maiúsculas bem espacejadas, as entrelinhas generosas e a caixa-baixa bem ajustada, com kerning modesto. O comprimento de linha deve ser ótimo e as proporções da página, impecáveis.» ***(BRINGHURST, 2005, p. 108)***

Mario Garcia[4] (2002, p. 44.), menciona alguns aspetos que devemos ter em consideração quando nos deparamos com situações de escolha de tipos de fonte:

Devem ser fáceis de ler, especialmente quando são para texto corrido. Neste caso é melhor usar o tipo com 9 pontos ou acima: muitos jornais optam por um corpo maior, por ex. 10 pontos por saberem que os seus leitores mais velhos apreciam isso.

Os títulos devem ser a negrito e em tamanhos grandes. A fonte deve incluir um número razoável de variações de estilo para que haja contraste entre títulos, subtítulos, texto corrido e legendas. Estilos como o itálico e o condensado devem estar incluídos nas variações do tipo de letra (Fig. 16-27).



Fig. 16. Helvetica LT STD - ROMAN



Fig. 17. Helvetica LT STD - BOLD



Fig. 18. Helvetica LT STD - LIGHT



Fig. 19. Helvetica LT STD - OBLIQUE



Fig. 20. Helvetica LT STD - CONDENSED



Fig. 21. Helvetica LT STD - BLACK



Fig. 22. Minion Pro - REGULAR



Fig. 23. Minion Pro - DISPLAY



Fig. 24. Minion Pro - ITALIC



Fig. 25. Minion Pro - MEDIUM



Fig. 26. Minion Pro - BOLD



Fig. 27. Minion Pro - CONDENSED

4 Mario Garcia é um dos designers mais famosos na área do design de publicações jornalísticas. É responsável pelo redesign de mais de 400 publicações. É professor da disciplina de Jornalismo Visual, de Mass Comunication e de Design Gráfico. Autor das obras: Contemporary Newspaper Design; Eye on the News, Newspaper Evolutions e Pure Design.

Título: Helvetica LT STD - ROMAN - 30 pt

Texto: Minion Pro - REGULAR - 11 pt



Entrada: Helvetica LT STD - LIGTH - 16 pt

Destaque: Helvetica LT STD - ROMAN - 16 pt



Fig. 28. Secção Grande Entrevista - Edição 37 - Publicada a 12 de Outubro de 2015

Paginação realizada pela autora no decorrer do estágio curricular

Título: Helvetica LT STD - ROMAN - 63 pt

Secção: Helvetica LT STD - LIGTH - 16 pt

Legenda: Helvetica LT STD - ROMAN E BOLD - 8 pt



Entrada: Helvetica LT STD - LIGTH - 18 pt

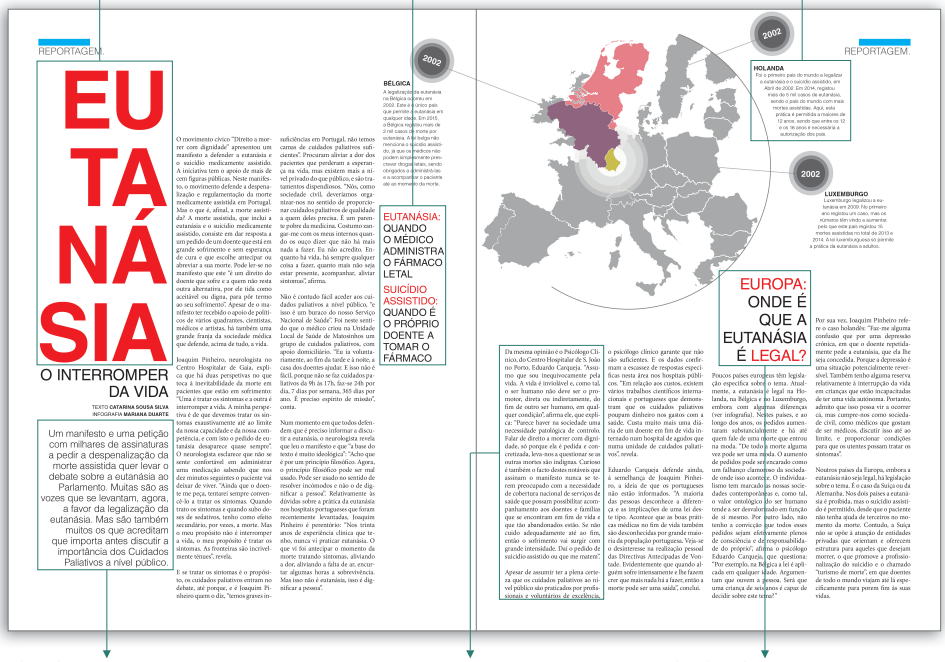
Fig. 29. Secção Destaque - Edição 39 - Publicada a 9 de Novembro de 2015

Paginação e ilustração realizada pela autora no decorrer do estágio curricular

Título: Helvetica LT STD - BOLD - 135 pt

Destaque: Helvetica LT STD - ROMAN - 16 pt

Legenda: Helvetica LT STD - BOLD E ROMAN - 8 pt



Entrada: Helvetica LT STD - LIGTH - 16 pt

Texto: Minion Pro - REGULAR - 11 pt

Subtítulo: Helvetica LT STD - ROMAN - 26 pt

Fig. 30. Secção Reportagem - Edição 48 - Publicada a 14 de Março de 2016

Paginação e infografia realizada pela autora no decorrer do estágio curricular

4.4. CAPA OU PRIMEIRA PÁGINA

A capa é a primeira (e a mais importante) parte de qualquer publicação e tem como objetivo atrair o olhar do público e expressar o carácter da publicação, bem como o seu conteúdo.

Neste caso, como se trata de um jornal, é chamada de primeira página, para além de ser marcante, deve ser familiar aos leitores regulares. É importante manter uma linha gráfica muito própria, de forma a que qualquer leitor a reconheça. De edição para edição esta deve parecer suficientemente diferente das edições anteriores, de forma a que o leitor reconheça que se trata de uma nova edição.

Seguidamente, podemos observar seis capas do Jornal Único, entre elas, três que contêm publicidade.

Excluindo a primeira edição, todas elas começam com um cabeçalho a vermelho (situado na parte superior da página), onde dispõem três ou quatro "chamadas de capa"[5] na primeira página. (Fig. 31 e 32)

Segundo a hierarquia visual, o olhar do leitor é, em seguida, direcionado para a fotografia e título. Este nem sempre aparece da mesma forma: o seu posicionamento e tamanho são variáveis. O designer opta por alterar o posicionamento do título e destaque de forma a encontrar um equilíbrio entre "chamadas de capa", fotografia, título, destaque e publicidades, criando assim uma certa harmonia no movimento do olhar do leitor.



Fig. 31. Edição N.º01 | Publicada a 28 de Abril de 2014



Fig. 32. Edição N.º36 | Publicado a 28 de Setembro de 2015

5 Breve introdução do tema de uma determinada secção, estas servem para seduzir o leitor.

Na edição 41 e 42 deparamo-nos com títulos compridos demais, o designer opta por sobrepor elementos (texto sobre imagem) embora perca legibilidade mantém o equilíbrio da página (Fig. 33 e 34)

Mario Garcia em "Pure Design" enuncia vários aspetos que podem contribuir para uma boa capa:

· Os temas escolhidos aqueles que podem provocar maior impacto;

· O título de maior importância deverá ser apresentado com maior destaque e acompanhado de uma fotografia de grande dimensão, funcionando como foco visual. As restantes fotos não podem competir com a foto principal, devendo apresentar uma escala mais reduzida;

· Deverá ser definida uma estratégia de distribuição hierárquica para que o leitor percorra a página de acordo com a importância das notícias apresentadas;

· O número de colunas usado não deve ser muito reduzido, pois dificulta a paginação;

· O texto justificado confere à página um aspecto mais arrumado, o texto não-justificado aplica-se melhor a páginas de lazer;

· Deverá ser dada importância aos espaços brancos para que os elementos ocupem o espaço necessário e de destaquem na página;

· As notícias breves, na primeira página, devem ser colocadas numa única coluna, de preferência na primeira ou na última, ou ainda sobre o logótipo ou abaixo dele. *(GARCIA, 2002)*

Relativamente à publicidade na primeira página, esta é que garante a sobrevivência do jornal, por isso, é fundamental que esta persista. O espaço reservado à publicidade na capa é no rodapé, são os espaços mais caros, por terem maior visibilidade.

Podemos observar três exemplos de publicidade na primeira página (Edição 41 (Fig. 33) e Edição 43 (Fig. 35) - Rodapé grande e Edição 42 (Fig. 34) - Rodapé pequeno) é importante que o designer procure que a sua presença não interfira com o conteúdo informativo. Neste sentido, a utilização de espaços brancos, torna-se primordial.



Fig. 33. Edição N.º41 | Publicada a 7 de Dezembro de 2015



Fig. 34. Edição N.º42 | Publicada a 21 de Dezembro de 2015



Fig. 35. Edição N.º43 | Publicada a 4 de Janeiro de 2016



Fig. 36. Edição N.º46 | Publicado a 15 de Fevereiro de 2016

4.5. PUBLICIDADE

Visto não existirem normas gráficas de publicidade que guiem o planeamento e a preparação do jornal, juntamente com a equipa comercial, foram desenvolvidas normas específicas, de forma a melhorar a sua qualidade gráfica e comunicativa.

A publicidade é o que garante a sobrevivência do jornal e este encontrava-se com um número reduzido de publicidades. Assim que defini a tabela de medidas e respectivas grelhas estas foram de imediato aplicadas, no entanto as restantes normas e condições só foram implementadas mais tarde devido à reformulação da equipa da área comercial e às alterações internas do jornal. Ver as características da publicidade na Tabela 3. Este em Abril de 2016, passou de distribuição gratuita para paga, e alterou também a sua publicação para semanal.

> Conceito de publicidade[6]
> 1 - Considera-se publicidade, para efeitos do presente diploma, qualquer forma de comunicação feita no âmbito de uma atividade comercial, industrial, artesanal ou literal, com objetivo de promover o fornecimento de bens ou serviços, incluindo direitos e obrigações.
> 2 - Considera-se também publicidade qualquer forma de comunicação que vise promover ideias, princípios, iniciativas ou instituições, sem prejuízo do disposto no número seguinte.
> 3 - Não se considera publicidade, para efeitos do presente diploma, a propaganda política.
> 4 - A denominada «publicidade de Estado ou oficial», em qualquer das suas formas, é equiparada a publicidade para efeitos de sujeição ao disposto no presente diploma.
> 5 - Para efeitos de presente diploma, considera-se publicidade de Estado ou oficial toda aquela que é feita por organismos e serviços da administração central e regional, bem como por institutos públicos nas modalidades de serviços personalizados e de fundos públicos.

O PORQUÊ DE PUBLICITAR NO JORNAL ÚNICO

· Edição periódica gratuita - maior visibilidade
· Distribuição em São João da Madeira e nos conselhos de Oliveira de Azeméis e Santa Maria da Feira;
· Pontos de venda estrategicamente posicionados;
· Abordagem de temas importantes da região;
· Desenvolvimento de temas especiais;
· Website com cerca de 11mil visitantes por mês;

---

6 *(Decreto - Lei N.º 330/90 de 23 de Outubro de 1990 - Código da Publicidade - Artigo 3.º)*

· Gramagem do papel superior;
· Detalhe na cor e pormenor de impressão;
· Jornal aparado e agrafado para uma melhor leitura;
· Design moderno;

CONDIÇÕES:
Data de Saída: 3.ª Feira
Data limite de entrega de anúncios: Quarta-feira anterior à data de saída.
· A Imbativeletra reserva-se o direito de recusar publicidade que não se enquadre na sua orientação editorial ou qualidade gráfica.
· A localização dos anúncios será da responsabilidade da Imbativeletra de acordo com as regras internas de paginação, excepto quando a reserva é efetuada sobre a taxa de localização obrigatória.
· A taxa de localização obrigatória é de 10% sobre o valor de tabela.
· Todos os preços não incluem IVA à taxa em vigor.
· Todos os preços são por edição.
· Preços da publicidade na carrinha Jornal Único são por mês.
· **Cancelamentos** só serão aceites por escrito uma semana antes da data de saída.
· A produção do grafismo do anúncio acresce 20% ao valor de tabela.

TABELA 3. CARACTERÍSTICAS DA PUBLICIDADE

	MEDIDAS/CM (LARGURA × ALTURA)	ESPECIFICAÇÕES GRÁFICAS
CONTRACAPA OU ÚLTIMA PÁGINA	24cm × 33,8cm	Texto entre 250 a 400 caracteres; 2 a 4 imagens de alta resolução (300dpi, mínimo 70mm × 100mm); Logótipo (se possível formato TIFF ou PNG) Contactos
PÁGINA INTEIRA	24cm × 33,8cm	
1/2 PÁGINA	24cm × 16,67cm	Texto entre 175 a 275 caracteres; 1 a 2 imagens de alta resolução (300dpi, mínimo 70mm × 100mm); Logótipo (se possível formato TIFF ou PNG) Contactos
1/4 PÁGINA	11,77cm × 16,67cm	Texto entre 100 a 175 caracteres; 1 a 2 imagens de alta resolução (300dpi, mínimo 70mm × 100mm); Logótipo (se possível formato TIFF ou PNG) Contactos
1/8 PÁGINA	11,77cm × 8,10cm	
ORELHA CAPA	5,67cm × 5,25cm	
RODAPÉ GRANDE	24cm × 8,10cm	
RODAPÉ PEQUENO	24cm × 3,82cm	
CARTÃO DE VISITA HORIZONTAL	8,75cm × 5,25cm	

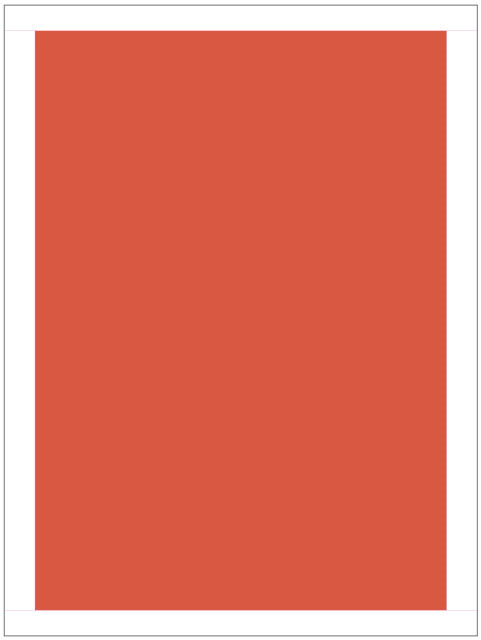


Fig. 37. Grelha - publicidade página inteira.
Margem superior e inferior: 1,5 cm
Margem exterior e interior: 1,8 cm

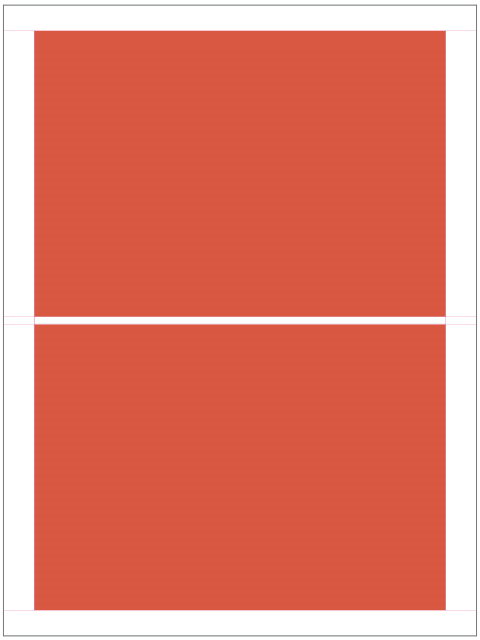


Fig. 38. Grelha - publicidade meia página.
As colunas ou módulos da grelha estão sempre separados por espaços intermédios de modo a que os elementos gráficos não se toquem ou sobrepõem de forma a garantir uma correta legibilidade.

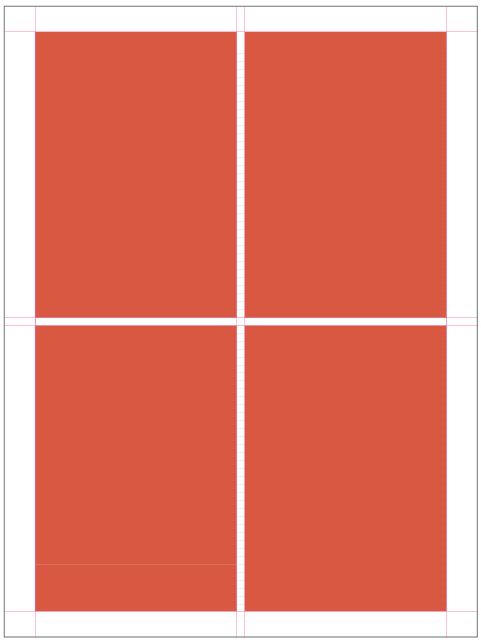


Fig. 39. Grelha - publicidade 1/4 página

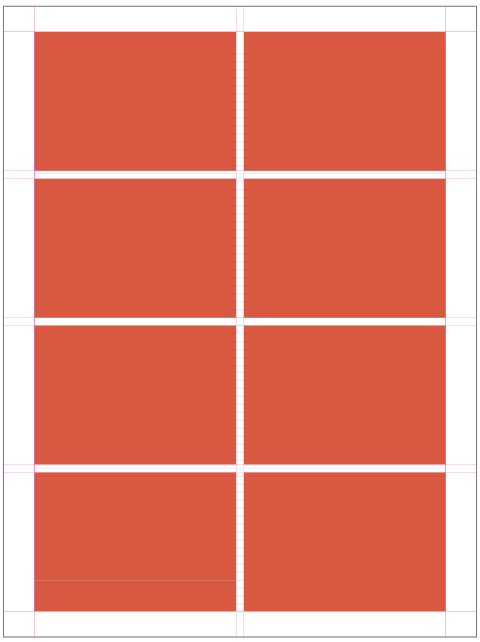


Fig. 40. Grelha - publicidade 1/8 página

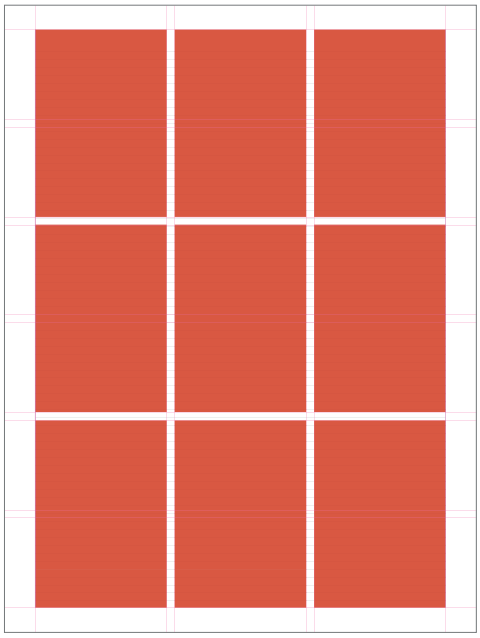


Fig. 41. Grelha - publicidade 1/8 de página

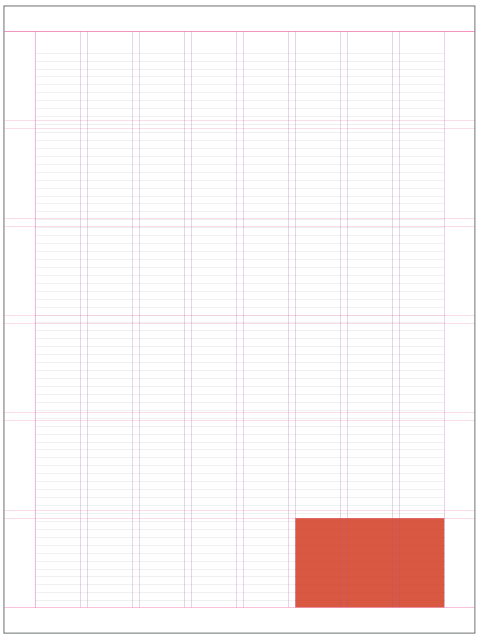


Fig. 42. Grelha - publicidade cartão de visita - composto por 3 módulos

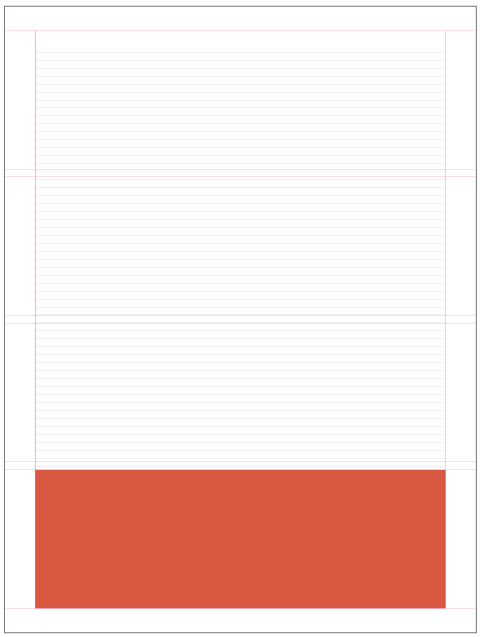


Fig. 43. Grelha - publicidade rodapé grande



Fig. 44. Grelha - publicidade rodapé pequeno

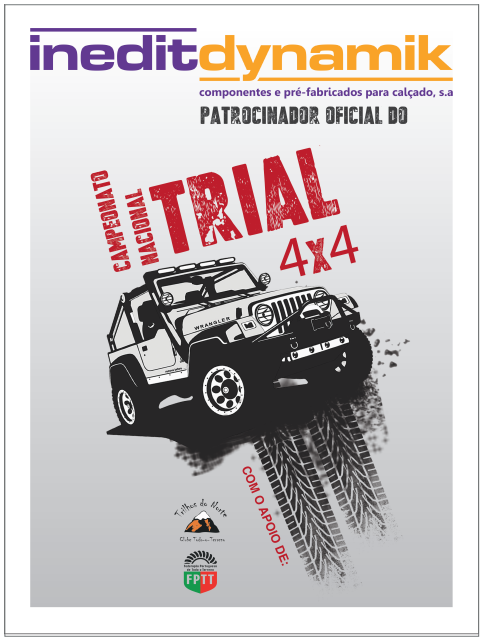


Fig. 45. Publicidade página inteira.
Desenvolvida pela autora no decorrer do estágio curricular;
Cliente: Federação Portuguesa de Todo o Terreno;
Publicada na edição N.º 46



Fig. 46. Publicidade meia página.
Desenvolvida pela autora no decorrer do estágio curricular;
Cliente: Beauty - Centro de Estética e Depilação;
Publicada na edição N.º 47

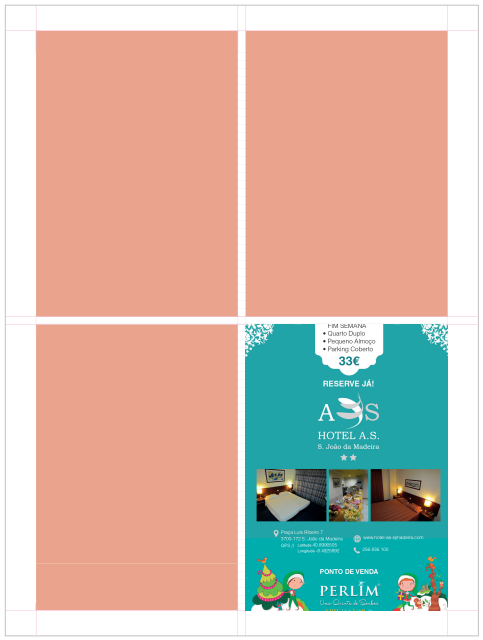


Fig. 47. Publicidade 1/4 de página
Desenvolvida pela autora no decorrer do estágio curricular;
Cliente: Hotel A. S.
Publicada na edição N.º 48

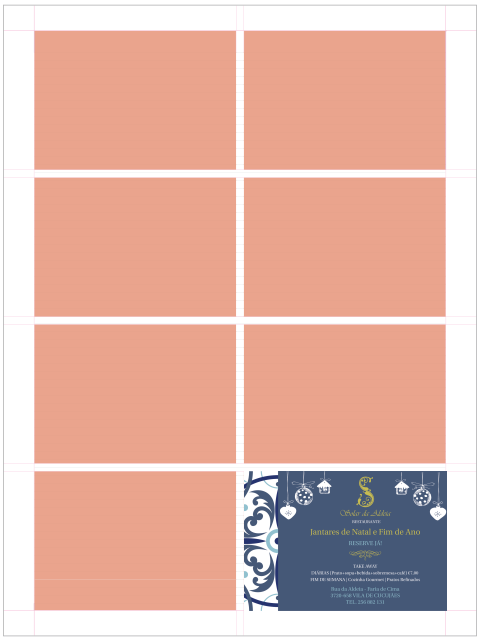


Fig. 48. Publicidade 1/8 de página
Desenvolvida pela autora no decorrer do estágio curricular;
Cliente: Restaurante Solar da Aldeia;
Publicada na edição N.º 49



Fig. 49. Publicidade página inteira.
Desenvolvida pela autora no decorrer do estágio curricular;
Cliente: IneditDynamik





Fig. 50. Duas publicidades meia página
Desenvolvidas pela autora no decorrer do estágio curricular;
Cliente: IneditDynamik

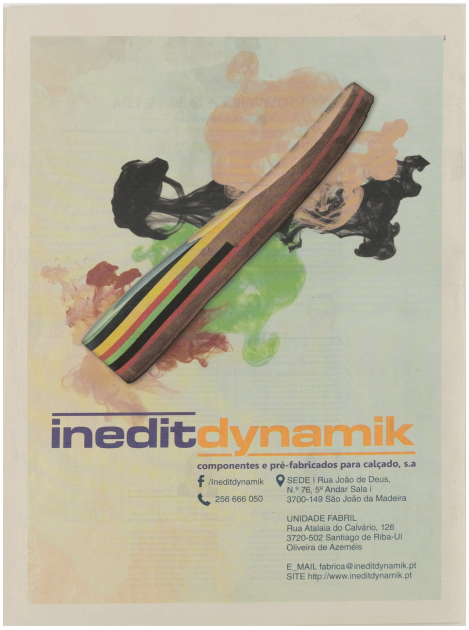


Fig. 51. Publicidade página inteira.
Desenvolvidas pela autora no decorrer do estágio curricular;
Cliente: Ineditdynamik
Publicada na edição N.º 45



Fig. 52. Publicidade meia página.
Desenvolvidas pela autora no decorrer do estágio curricular;
Cliente: Empresa setor componentes p/calçado.
Publicada na edição N.º 41

Ao longo do tempo, a publicidade tem sido uma ferramenta de comunicação imprescindível para qualquer um dos meios de comunicação e informação (televisão, rádio, jornais, *internet*, etc.). Neste caso ajudava a sustentar o Jornal Único e portanto para além dos restantes problemas detetados, este era o fator mais importante. Ao melhorar a sua qualidade gráfica e comunicativa talvez conseguíssemos um aumento de vendas.

Infelizmente não me foi fornecido o relatório de vendas de publicidades do jornal mas através da análise de edições impressas é possível verificar uma diminuição de vendas a partir da edição 34. (Tabela 4) Em Dezembro de 2015 (edição 41 e 42) o número de vendas subiu mas o ano de 2016 iniciou com uma drástica descida de vendas. É de salientar que nesta altura a equipa comercial ficou sem um elemento, o que certamente contribui para esta drástica queda. Por este motivo e outros problemas internos o principal investidor do Jornal Único, Jorge Lima refere que "O Único, como projeto empresarial, requer um envolvimento muito significativo do acionista/fundador, e essa disponibilidade não existe neste momento. Apesar de toda a dedicação e esforço por parte da equipa, o jornal encontra-se suspenso.

TABELA 4. NÚMERO DE PUBLICIDADES - EDIÇÃO IMPRESSA

EDIÇÃO N.º	N.º DE PUBLICIDADES	TAMANHO	CLIENTE
34 PUBLICADA A 31. 07. 2015	18	1/8 de página; 3 | Rodapé pequeno; 1/4 de página; 5 | Orelha de capa 2 | Cartão de visita 3 | Tamanho indefinido; 2 | Meia página; Página Inteira;	Centro de explicações - Gineceu Movimento Independente SJM Sempre; Vanguarda Prodígio Smart Key; Café das Bombas; Restaurante Nevoeiro; Restaurante Take Way O Açoriano. Arrifana Natura; Travel4Life - viagens & eventos; Wall Street English; Instituto de línguas Helena Nicolau; Ivaxane Cosméticos; Estores Santos; Óptica Cucujães; FisioPinho; Ineditdynamik; Payout Cervejaria Bar; Escola Arte do Som;
37 PUBLICADA A 12. 09. 2015	15	2 | 1/9 de página 1/4 de página 2 | Rodapé pequeno 3 | 1/8 de página 2 | Cartão de visita Rodapé Grande 2 | Orelha de capa 2 | Tamanho indefinido;	Empresa setor componentes p/caçado; Cineteatro António Lamoso; Movimento Independente SJM Sempre; Ineditdynamik; Cabeleireiro SR. Torrão de mel; Óptica Cucujães; Supermercado Prócuco Café Milagrense; Restaurante Mafuta; Café Social; Victoria GYM Take Away Pra Quem Gosta Travel4Life

EDIÇÃO N.º	N.º DE PUBLICIDADES	TAMANHO	CLIENTE
38 PUBLICADA A 26. 09. 2015	14	2 | Rodapé Grande 3 | Tamanho indefinido Meia página 3 | 1/8 de página 3 | Orelha de capa Rodapé Pequeno; Cartão de Visita;	Cineteatro António Lamoso; Empresa setor componentes p/ calçado; Banco Popular; Associação de Desenvolvimento de S. J. M. Smart Key; Restaurante O Açoriano; Ineditdynamik; Óptica Cucujães; Victoria GYM; FisioPinho; VsComb
39 PUBLICADA A 9. 11. 2015	14	Meia página; 2 | Rodapé Pequeno; 1/9 de página; 2 | Cartões de Visita; 2 | Orelha de capa 3 | Tamanho indefinido; Página Inteira	Banco Popular; Ineditdynamik; Movimento Independente SJM Sempre; Restaurante Mafuta; Padaria e Pastelaria Torrão de Mel; Restaurante Nevoeiro; Café Milagrense; Restaurante O Açoriano; Óptica Cucujães; Cineteatro António Lamoso; Hotel A. S. Paróquia S. J. M. : Centro de Estética e Ginásio Feminino; Campeonato Nacional de Trial;
40 PUBLICADA A 23. 11. 2015	12	Página Inteira; 2 | Rodapé Grande; Meia página; 1/4 página 2 | Rodapé Pequeno; 4 | Tamanho indefinido; Cartão de Visita;	Ineditespiral; Movimento Independente SJM Sempre; Banco Popular; Associação de Desenvolvimento de S. J. M. ; Hotel A. S. ; Capital da Francesinha; Óptica Cucujães; Restaurante Nevoeiro; Lar Fácil; Spavolution; FisioPinho; Ineditdynamik;
41 PUBLICADA A 7. 12. 2015	16	3 | Rodapé Grande; 3 | Meia página; 2 | Rodapé Pequeno; Cartão de Visita; 3| Tamanho indefinido; Cartão de visita; Orelha de capa; 1/4 de página;	Copypinho; Banco Popular; Movimento Independente SJM Sempre; Capital da Francesinha; Empresa setor componentes p/calçado; Hotel A. S. ; Padaria e Pastelaria Torrão de Mel; Lar Fácil; Associação de Desenvolvimento de S. J. M. , Café Milagrense; Ineditdynamik; Spavolution; Restaurante Solar da Aldeia; Restaurante Mafuta; PC Touch You;

EDIÇÃO N.º	N.º DE PUBLICIDADES	TAMANHO	CLIENTE
42 PUBLICADA A 21. 12. 2015	32	6 | Página Inteira; 2 | Rodapé Pequeno; 8 | Meia Página; 16 | 1/4 de página;	Associação de Desenvolvimento de S. J. M. Centro Médico da Praça; Ineditdynamik; Empresa Setor Componentes p/ Calçado; Restaurante Mutamba; FisioPinho; Rodeça & Eça, Lda. Ineditespiral; Imbativeletra; Cabeleireiro SR. CoffeeCofee café; Smart Key; Óptica Cucujães; Federação Portuguesa de Todo o Terreno; Feetland; Óptica Charme; Capital da Francesinha; Restaurante e Eventos - Sabores do Campo; Cafetaria e Padaria Oliveira & Brito, Lda. Tonikel - Pão Quente - Cafetaria Cibernet Café; Restaurante Solar da Aldeia; PC Touch You; Restaurante Nevoeiro; Casa das Prendas; Vanguarda Prodígio; Tecmacal Industral Solutions; Beauty Centro de Estética e Fotodepilação; Empresa setor componentes p/ calçado; Restaurante Snack - Bar Nova Praça; Mychoos;
43 PUBLICADA A 4. 01. 2016	8	2 | Rodapé Grande; Rodapé Pequeno; 4 | Cartão de visita; Meia Página;	Europarque Symphonic Clapton; Associação de Desenvolvimento de S. J. M. ; Ineditdynamik; Padaria e Pastelaria Torrão de Mel; PC Touch You; Restaurante Nevoeiro; Empresa setor componentes p/ calçado; Capital da Francesinha;
44 PUBLICADA A 18. 01. 2016	9	2| Página Inteira; 1/9 de página; Rodapé Pequeno; 2 | 1/8 de página; 2 | Cartão de visita; Meia página;	Associação de Desenvolvimento de S. J. M. ; Hotel A. S. ; Ineditdynamik; S. J. M. Sempre; Café Snack Bar Campismo; FisioPinho; Restaurante Nevoeiro; PC Touch You; Empresa setor componentes p/calçado;
45 PUBLICADA A 1. 02. 2016	8	Página Inteira; 2 | Rodapé Grande; 2 | 1/9 de página; 3 | Cartão de visita;	Cineteatro António Lamoso; Hotel A. S. ; Ineditdynamik; Empresárias de salto alto; Restaurante Nevoeiro; Padaria e Pastelaria Torrão de Mel; PC Touch You;
46 PUBLICADA A 15. 02. 2016	7	1/9 de página 2 | 1/4 de página 1/8 de página; Rodapé Pequeno; Cartão de Visita; Página Inteira;	Hotel A. S. ; Empresa de comunicação e marketing; FisioPinho; Ineditdynamik; Cineteatro António Lamoso; Smart Key; Único;

EDIÇÃO N.º	N.º DE PUBLICIDADES	TAMANHO	CLIENTE
47 PUBLICADA A 29. 02. 2016	7	2	Rodapé Grande; 2	1/4 de página; Cartão de visita; Meia página; Página Inteira;	Cineteatro António Lamoso; Hotel A. S. ; Ineditdynamik; Padaria e Pastelaria Torrão de Mel; Empresa setor componentes e pré-fabricados p/ calçado; Golgata;
48 PUBLICADA A 14. 03. 2016	6	Rodapé Grande Rodapé Pequeno 1/4 página 2 | Cartões de visita 2 |. 1/8 página 1 Publireportagem Tamanho indefinido Associação de Pais	Cineteatro António Lamaroso; Ineditdynamik; Hotel A. S. Café Social Snack Bar Numisfeira FisioPinho Federação Portuguesa de Todo Terreno

4.6. PÁGINAS INTERNAS

Segundo Mario Garcia, a primeira página atrai o leitor mas são as páginas interiores que contribuem para que o leitor se mantenha fiel.

Conforme os autores do livro «Design Editorial - Jornais e Revistas / Mídia impressa e digital» (ZAPPATERRA, 2014, p. 78), um jornal é dividido em áreas de conteúdo: *hard news* ou noticiário (o imprevisível, incluindo notícias e negócios internacionais); análise e opinião sobre as notícias; o conteúdo previsto e reportagens excepcionais.

O folhear de qualquer jornal irá revelar que as diferentes áreas são frequentemente sinalizadas por diferentes *layouts* ou sistemas de grelhas diferentes: a largura das colunas varia, o tamanho das fontes e seus pesos, imagens e assim por diante, são todos provavelmente um pouco diferentes entre si, identificando as secções e tornando a navegação mais fácil para o leitor. , Quando isto acontece o designer deve ter consistência no fluxo e navegação para compensar a falta de familiaridade do leitor com a estrutura.

(GARCIA, 2002, p.48) Menciona ainda que depois de desenvolvermos uma equilibrada estrutura de páginas e definidos todos os elementos que nelas vão constar, devemos pensar primeiro no texto, uma vez que cerca de 80% daquilo que aparece nas páginas é texto, devido a esse facto, devemos elaborar estratégias centradas nos elementos tipográficos, de forma a combinar boas fontes de texto, com uma arquitetura interessante, adicionando-lhes toques de contraste (*bold*, itálico, *ligth,* condensado) permitindo criar situações hierárquicas, tendo em conta o espacejamento entre letras e palavras e espaço entre linhas.

A *baseline grid* permite alinhar textos com tipos de tamanhos variados. Essas guias baseiam-se no tamanho do tipo de letra. Por exemplo texto com corpo de 9 pontos e entrelinha de 11 pontos, significa que os outros tamanhos de fonte precisam de se encaixar em entrelinhas que são múltiplas de 11. Para tornar o texto mais

atraente e compreensível, um bom designer, para além de aproveitar as variantes de estilo de fontes, procura oferecer carácter ao texto, ajustando o *kerning* (espaços entre letras) ou o *tracking* (espacejamento geral entre letras e palavras) a fim de remover uma única palavra no final de um parágrafo (viúva) ou uma única palavra no topo de uma coluna (orfã).

Posto isto, um jornal, por norma, contém quatro níveis tipográficos:

O primeiro nível é o que contém o conteúdo/informação mais importante e, por isso, deve ser o elemento tipográfico mais imediato e visível da página de um jornal. Deve apresentar corpo de letra maior e, caso seja necessário, utilizar a variante bold para criar maior destaque;

O segundo nível ajuda a organizar as diferentes secções ou a informação relacionada com o primeiro nível. Deve ser imediatamente visível, contudo não pode causar mais impacto que a informação presente no primeiro nível. O objectivo é ajudar o leitor a navegar na página com facilidade e direcioná-lo para diferentes partes da página de um jornal;

O terceiro nível é por norma aquele que contém o texto corrido sobre a reportagem, pode ser um artigo longo ou uma breve descrição, o importante é que seja legível e fácil de ler. O tamanho da fonte é mais pequeno e é apresentado com peso regular ou médio;

Por último, o quarto nível que corresponde às legendas. Contém o corpo de letra menor, é apresentado com peso *light* ou *bold*.

Título: Helvetica LT STD - ROMAN - 30 pt.
Espacejamento entre linhas - 32 pt.
Alinhado à direita com franja à esquerda.

Olho: Helvetica LT STD - ROMAN - 16 pt
Espacejamento entre linhas - 18 pt.
Alinhado à esquerda com granja à direita.

Uso de aspas duplas.



REPORTAGEM

ARQUITETO SANJOANENSE DISTINGUIDO COM PRÉMIO INTERNACIONAL

TEXTO CATARINA SOUSA SILVA
FOTOGRAFIA DIOGO PEREIRA

O arquiteto sanjoanense Tiago Oliveira viu, recentemente, o seu projeto Pátio Huguenot distinguido com um prémio internacional de arquitetura. Com o seu atelier sediado em S. João da Madeira, Tiago acredita que a cidade tem maltratado o património que tem.

2 WWW.JORNALUNICO.PT

3 WWW.JORNALUNICO.PT

NÃO ESCREVO PARA ARQUITETOS, ESCREVO PARA PESSOAS FORA DA ÁREA

GOSTAVA DE NÃO MORRER SEM CONHECER A PRAÇA COM O SOL A PÔR-SE

Texto corrido: Minion Pro - REGULAR - 11 pt
Espacejamento entre linhas - 13,2 pt.
Alinhado à esquerda com franja à direita

Fig. 33. Reportagem - Edição 41 - Publicado a 7 de Dezembro de 2013

Paginação realizada pela autora no decorrer do estágio curricular

No Jornal Único as páginas internas contêm elementos fixos e constantes em todas elas, como o nome da publicação, o *link* do *site*, e a identificação da secção. Estes dados são encontrados na parte superior da página. (Fig. 54.)

Conclui-se então que numa publicação jornalística:

· Os títulos geralmente têm o maior tamanho pois o seu objectivo é estimular a curiosidade sobre a reportagem e fazer com que o leitor continue a ler, podendo usar também a variante bold para ter maior impacto visual.

· Os subtítulos, citações e olhos geralmente residem dentro do texto, mas podem ser maiores, mais escuros, em caixa alta (letras maiúsculas), coloridos ou ser de uma família de tipos diferente. Os olhos são selecionados pelo jornalista ou pelo subeditor, mas é o designer que deve ter voz ativa sobre a sua quantidade, posicionamento e comprimento. Para criar um interesse extra, podemos usar aspas simples (' ') ou duplas (" "), desde que a seu uso seja consistente. Quando a citação é extraída do texto, mas não foi feita por um entrevistado e se trata de um outro tema, as aspas não são utilizadas. (Ver exemplo - secção reportagem desporto - Jornal Único; Fig. 54.)

· O texto corrido é apresentado com peso regular ou médio e pode ser tratado de várias maneiras: as colunas de texto podem ser justificadas (texto alinhado dos dois lados da coluna), alinhados à esquerda com franja à direita ou alinhados à direita com franja à esquerda. O texto justificado é o mais comum.

· As legendas tem o menor tamanho de fonte do layout, aparecem próximas ou diretamente sobre uma imagem, fornecendo informações sobre o conteúdo da imagem, razão para a sua presença.

Legibilidade: Alinhamento de texto - Justificado ou alinhado à esquerda com franja à direita?

Segundo David Jury no livro "O que é a tipografia", (p. 100), a composição justificada confere neutralidade à aparência do texto. O argumento para a composição justificada dos textos é o da uniformidade: a forma do texto (justificado) varia tão pouco de página para página que o leitor encontra menos elementos que o desconcentram do ato da leitura. (Exemplo de texto justificado - Fig. 54.)

Quando se opta pela composição alinhada à esquerda para texto principal, a razão para tal pode ser de natureza semântica, a franja irregular à direita não é nada mais do que uma consequência da aplicação de um conjunto específico de preferências tipográficas. O que é necessário não é a margem irregular, mas sim o espaçamento uniforme das palavras e o mínimo de translineação, este fato implica que o designer recorra ao kerning e ao tracking com o intuito de proporcionar uma margem direita irregular mas com aspecto natural e de grande simplicidade. (Fig. 54.)

«A intenção é assegurar que nenhuma palavra fique isolada ou pareça desviar-se do seu lugar» *(JURY, David, 2007, p. 105)*

Mario Garcia, no livro "*Comtemporary Newspaper Design*" menciona alguns fatores de legibilidade que proporcionam leiturabilidade ao texto. Num jornal o texto deve ser justificado ou alinhado à esquerda; A entrelinha, entreletra e variações de peso dos tipos de letra devem prevalecer sendo que o regular deve ser aplicado em grandes quantidades de texto; o tamanho do corpo deve variar entre 9 pt e 11 pt;

A largura das colunas não devem exceder o número máximo de 65 a 52 caracteres por linha, dependendo do corpo de letra e deverá ser feita uma subdivisão nos parágrafos de forma a tornar o texto menos denso.

Conclui-se que ambas as opções são credíveis no entanto é importante configurar ambas opções corretamente.



Fig. 54. Reportagem - Edição 47 - Publicado a 29 de Fevereiro de 2016
Paginação realizada pela autora no decorrer do estágio curricular
Colunas com texto justificado.

CAPÍTULO 5.

PROPOSTA DE REDESIGN

Com base na análise feita nos capítulos anteriores, este tem como objectivo apresentar novas soluções gráficas para o redesign do Jornal Único.

No livro Design Editorial (Cald, Cath & Zappaterra, Yolanda, 2014, p.198) no subcapítulo "Novo design - quando e porquê?", o autor alega que muitas publicações são redesenhadas quando as vendas começam a cair ou em tempos de recessão económica quando a receita da publicidade cai, que é o que se enquadra na situação do Jornal Único.

Refere ainda que enquanto que reformulações gráficas acontecem frequentemente nas revistas, os jornais raramente o faziam. À medida que a população envelhece e os hábitos e gostos mudam, as publicações devem acompanhar essas mudanças.

Segundo Mark Porter[1]:

> «A reformulação gráfica de um jornal é geralmente voltada para o mercado. Há uma tendência de os editores acharem que o que eles estão fazendo é totalmente bem sucedido. É somente quando as vendas começam a cair que eles percebem que talvez precisem mudar. Mas, esse é um momento particularmente interessante porque o público leitor do jornal está em declínio em todo o mundo, e a pressão da televisão e da internet esta forçando jornalistas e designers a questionarem suas suposições sobre o que os leitores modernos precisam. Nunca houve tantas reformulações gráficas e mudanças de formato acontecendo.»

A planificação do redesign do Jornal Único é planeada à volta de quatro fatores: tipografia, *layout*, grelha e cor.

No que toca à tipografia, como já foi mencionado devido ao facto de nos ter sido estabelecido que não iriam existir gastos dispendiosos, optei por utilizar as mesmas fontes no redesign, pois apesar de se tratar de fontes gratuitas, estas são legíveis e possuem características suficientes para obedecer a todos os critérios de legibilidade. O objectivo não é alterar por completo a sua aparência, mas sim apresentar soluções gráficas mais apelativas e corrigir as principais falhas existentes.

---

[1] Ex diretor de arte do jornal britânico The Guardian. Uma referência de design editorial contemporâneo. Autor de projectos editoriais numa série de revistas e jornais premiados, incluindo, o jornal Público (Portugal), as revistas Wired e Colors, para além dos Internazionale (Itália), Het Financieele Dagblad (Holanda) and NZZ am Sonntag (Suíça).

Serão adicionadas mais cores, estas atraem o leitor e melhora aspetos funcionais do jornal (ajuda o leitor a ler e a navegar melhor entre as diferentes secções do jornal), este fator cria diferentes focos visuais, estabelece hierarquias dando uma indicação imediata daquilo que o leitor deve ler, contudo não deve ser usada em exagero, devendo manter um aspeto fiel à publicação existente.

Por último o layout e as grelhas, estas vão continuar a ser variáveis de forma a proporcionar uma navegação simples e rápida.

CONCLUSÃO

Concluído o relatório de estágio, é possível apontar várias razões pelas quais o Estágio no Jornal Único foi positivo.

Primeiramente, a partilha constante de ideias e conhecimentos adquiridos, o ganho de experiência ao trabalhar com a equipa do Jornal Único foi notória.

Em segundo lugar, apesar das várias limitações encontradas no Jornal, foi muito positivo encontrar soluções e contribuir para uma melhoria da qualidade do Jornal. Um mês após a introdução dessas novas ideias e propostas, verificou-se uma subida nas vendas de publicidade, o que pode ser um bom indicador de sucesso.

A nível de aplicação de conhecimentos, este estágio também se revelou importante. Permitiu-me não só aplicar todas as bases teóricas e práticas previamente adquiridas durante a Licenciatura em Design e Tecnologia das Artes Gráficas, mas também todo o conhecimento adquirido no 1.º ano de Mestrado em Design Editorial.

Permitiu-me lidar com casos reais de design, colocados no mercado, o que me possibilitou um razoável progresso e crescimento, tanto a nível profissional como pessoal, tornando-me mais experiente e dotada de ferramentas para lidar com eventuais problemas que requeiram uma rápida tomada de decisões e resolução de problemas.

No que toca ao Redesign do Jornal Único, destacam-se a tipografia, o layout, a grelha e a cor como fatores a modificar, como proposta.

Infelizmente, e porque o Jornal Único se encontra suspenso, não se prevê o quando poderão ser aplicadas as ideias de restruturação para a otimização do Jornal. Contudo, este relatório de estágio pretende deixar o seu contributo, com a esperança de que isso venha a acontecer num futuro próximo

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LIVROS

BAINES, Phil, & Andrew Haslam. *A. Type and Typography*. (2. ª. ed.) London: Laurence King, 2005

BRINGHURST, Robert, *Elementos do estilo tipográfico*,(versão 3.0), São Paulo: Cosac Naify, 2005

BROCKMANN, Josef M. *Sistema de Grelhas,* Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S. A. , 1982

JURY, David, *O que é a Tipografia?*, Barcelona: Editorial Gustavo Gili, RotoVision, 2006

LANDA, Robin. *Essential Graphic Design Solutions.* (1. ª. ed.) 2014

GARCIA, Mario. *Pure Design*, St. Petersburg, Florida : Miller Media, 2002

ZAPPATERRA, Yolanda, & Cath Caldwell. *Design Editorial, Jornais e Revistas/Mídia impressa e digital.* 1.ª ed. Traduzido por Edson Furmankiewicz. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.

DISSERTAÇÕES / TESES

OLIVEIRA, Marisa Toste - *O poder das notícias de crime: Imprensa versus Televisão.* 2012. Dissertação de Mestrado, Universidade da Beira Interior.

PUBLICAÇÕES *ONLINE*

Guia Segredos do Egito, 2.ª ed. - On Line Editora, 2017

Masters Of Editorialism, no website ico-D

ANEXOS

GRANDE ENTREVISTA





OPINIÃO



POLÍTICA



ARTES





GRANDE ENTREVISTA



GRANDE ENTREVISTA

“FAZER RIR AS PESSOAS É VICIANTE”

TEXTO RUI ALBERTO SANTOS
FOTOGRAFIA SÉRGIO SANTOS

Joel Ricardo Santos entrou para o mundo da comédia quase por acaso, mas rapidamente se tornou num caso sério. Atualmente, espalha gargalhadas um pouco por todo o país e além-fronteiras. Diz-se um privilegiado por fazer o que gosta, num país que, acredita, precisa de muito humor para atastar as agruras da vida. Dia 7 de novembro, atua no Festival Rí, em Santa Maria da Feira, e foi o hostel, pelo terceiro ano consecutivo, do TEDx Feira.

Ainda estás em 'lionsleep' ou hoje já a cada criação de 3 ris?

Ainda estou em 'lionsleep' porque ainda não houve tempo. Não fiveram nenhum espetro físico, vou um bocadinho sem rede. O próximo espetro é no dia 7 de novembro, no grande Cine Teatro Municipal de Santa Maria da Feira, penso eu. Não sei se foi pelo seu espetáculo, mas o que é certo é que hoje estou completamente casado e vivo da propriedade. Em 2015 vou ter um filho, e isso é espetacular que não estou a esperar!”. A comédia faz muito bem às pessoas. Não só a quem a faz, mas também a quem vê, não quer fazer outra coisa.

Já te sentiu constrangido após uma piada?

Já. Fago com humor que sinta agradar a toda a gente. Tanto não agradar o público. Como tal, não me sinto constrangido. Sinto-me, sim, envergonhado, por ela não funcionar. Já vivo isso acontecer, tal como o microfone não ligar, ou o microfone ficar sem bateria a pedir. Normalmente, quando estou em restaurantes ou bares, sinto-me acompanhado, que não calha quem eu sou, fez a viagem entre Lisboa e Setúbal, e não me vai deixar em paz. Em direto, “como você é do Norte se vocês pode ser Rio...”. Em direto, não me vai deixar em paz. Não sou de calcinha.

E passaste a ver de humor em Porto?

É. Eu vivo do humor há três anos. Consigo pensar mensalmente um modelo de negócio no Verão que se adapta às circunstâncias. Quando aconteceu o ataque ao Charlie Hebdo, tinha o gosto pelo cabo muito abalado”, mas no dia seguinte, já estava a fazer piadas sobre o ataque. Quando começa, decidi fazer muitos espetáculos por pouco dinheiro, para provarem de muitos minutos de palco. Quando tinha 30 minutos, já estava a ganhar um pouco mais, mas não deixa de ser uma profissão de desgaste rápido. Não me arrependo de nada, não sinto que tenha perdido tempo.

Quando percebeu que o humor seria a sua razão de vida?

Foi muito cedo. Aos 16 anos, tempo comigo mesmo estudioso, fui parte da escola de teatro, fiz duas peças e uma delas foi a minha vida. Foi a primeira vez que vi o Espírito e saiu-se pela peça a contar uma anedota. Estranhe-se e [G] Pedro e Ouvi, que não conhecia. Quando Pereira, deixa-me ali um telefonema, e comecei a ganhar um bocadinho de notoriedade e recebia um espetáculo. Depois, a sensação de saber a sam que não é só fazer uma piada, é saber aguentar que faça o trimestre. Sobre que quero fazer aquilo para o resto da vida.

Há muita competitividade no humor ou é um setor muito competitivo?

Há competitividade até certo ponto. A grande vantagem neste setor é que ou és bom ou não és bom. Ou fazes rir ou não fazes. Rapidamente, dentro dos todos bons, mas não deixa de ser uma área muito competitiva. Há muitos artistas, como tens sido, cada bom.



Há algumas figuras do nosso meio que te inspiram?

É fantástico percebermos que pessoas que eram apenas artistazitos pela televisão, boa convivas, começam a fazer-nos rir. Eu sempre fui muito fã do Herman José, tanto pelo seu trabalho em alguns que fazia os outros melhor do que ele, mas é importante que o façam sem copiarem. Se não, estão a copiar. Eu não sou o Herman nem ma vida. Não me esqueço do Fernando Rocha, apresenta-me pessoa.

“REPORTTV? PENSEI QUE ERA NO GOZO E, PELO PARA ME LIGARMM NO DIA SEGUINTE”

Muitos convites fizeram para tirar-lo contra do humor. Consumes pela do trimestre do Setúbal?

Não. Não, porque quando comecei a fazer comédia, porque sama coisa não havia com a outra. Comecei a perceber que ia ser uma coisa que ia fazer para o resto da vida que estava. Tive duas profissões de que profissional de futebol, mas não sinto que tenha sido uma delas. Sou um bom futebol e comecei a pensar quando mais anos ia fazer ali. Entretanto, comecei a fazer comédia, e escolhi dedicar-me a sério a partir daí. Estão, fez que não fosse uma coisa que fizesse só porque sou o ex-jogador de futebol. Não é possível manteres uma postura de ex-jogador de futebol durante 20 anos. Ou acabas com a tua profissão ou vais ser a caixa e o teu jogadores irem-se. E eu não queria isso. Não me identifico com os humanos. Os jogadores até são extraordinários, mas eles são apenas um ser incompleto. Vocês treinta chutes, compro um café ao Vieira que, passados 10 minutos, a comida, me aborrece o tempo.

Apesar desse carreira excelente, foi pequena de um Rapper Tr. de Sport Tr. Foi uma experiência incrível. Eles ligaram-me e eu fui. Não tinha nada a perder que era ex-jogo e pedi para me ligarem no dia seguinte. Quando dormi, liguei-lhe, e disse-lhe que não. Depois, a minha vida mudou muito. Foi a melhor experiência que tive. Eu vibro a ligar ao dia seguinte, pelo facto de ou ser um tremador que

Ainda no início, acha-lhe que tem uma grande carreira?

Ninguém não. Ignoro de ganhar muito de tolerância, de dizeres-se com outro tema que não o futebol. Ainda não tenho muitos contactos. Ainda não. Não sinto isso. É como eles.

O que acontece a um humorista quando descobre de mau humor?

Todos dizem que temos que estar sempre bem-dispostos, mas é uma ocorrência. Não é possível. Eu também me chateio com a vida. Tenho que engolir o problema, e a verdade é que os espetáculos acabam por ser uma terapia. Apesar de ser um pesadelo, dá-me a impressão que é quando tens um problema que tens que ir para o palco que esqueces o outro mesmo. Ricardo Araújo Pereira acha que vou pingar a carapaleta.

E qual visar em Portugal e no estrangeiro?

É completamente diferente. O contexto cultural muda muito. Não fazer tenente-francês, e desde que fazi a Paris que tenho um convite de José Cruz, mudo-lhes consultando na Escuza, para ir fazer um espetáculo. Não é possível fazeres o enquadramento sociocultural mudar para que, aquilo que nos Portugal é normal, lá fora não é. Aquilo que é normal, e vice-versa. Vou muito à comunidades portuguesas. São portugueses que estão lá há alguns anos e dificilmente vão a um espetáculo stand-up. Vão a um espetáculo de comédia porque nunca puseram. Já me disseram várias vezes “Tu consegues falar a sério”. Eu consigo falar a sério, mas não estudia e não consigo muito sério. Se eu parasse no hipotigo da Verrigem, uma pessoa não me reconhecia. Se eu parasse agora ao Central, Queen-vez contrário muito simbólico, tem que saber que está a falar com uma pessoa que vai chegar a horas que isso vai ser extraordinário vou fazer um espetáculo de uma hora e meia, e minha numerada que o digo. Não é pelo facto de serem conhecidos que devem brincar com nada.

Prefere o país ou exportado. Que sente mais falta de cá?

Nesse meio, conhecemos um monte de coisas que não incrimos. Eu sinto falta quando que se forma na comédia. “Ah, a minha do Norte e que é”. Todos os países têm as suas coisas boas e as suas coisas que não é incompatível com o futebol. Não é possível manteres uma postura de ex-jogador de futebol durante 20 anos. Ou acabas com a tua profissão ou vais ser a caixa e os teus jogadores irem-se. E eu não queria isso. Não me identifico com os humanos. Os jogadores até são extraordinários, mas eles são apenas um ser incompleto. Vocês treinta chutes, compro um café ao Vieira que, passados 10 minutos, a comida, me aborrece o tempo.

Apesar desse carreira excelente, foi pequena de um Rapper Tr. de Sport Tr. Foi uma experiência incrível. Eles ligaram-me e eu fui. Não tinha nada a perder que era ex-jogo e pedi para me ligarem no dia seguinte. Quando dormi, liguei-lhe, e disse-lhe que não. Depois, a minha vida mudou muito. Foi a melhor experiência que tive. Eu vibro a ligar ao dia seguinte, pelo facto de ou ser um tremador que

POLÍTICA

POLÍTICA

POSSIBILIDADE DE ELEIÇÕES INTERCALARES PAIRA EM S. JOÃO DA MADEIRA

TEXTO RUI ALBERTO SANTOS
FOTOGRAFIA DIOGO PEREIRA

Ricardo Figueiredo fala em "bloqueios sucessivos" e não coloca de parte avançar para eleições intercalares. Movimento Independente SJM Sempre diz que o Presidente "não percebeu os superiores interesses dos sanjoanenses e de S. João da Madeira", enquanto o PS critica discurso de "vitimização".

O chumbo dos empréstimos, mas sobre global de 1,99 milhões de euros, para financiar 22 investimentos e a "falta de vontade" do executivo em "dialogar com a oposição" são razões que fez Ricardo Figueiredo, Logo após a reunião de Câmara de 30 de setembro, em comunicado, considerou "inconcebível" que a Oposição, em vez de "colaborar", "tenha optado por uma luta desregrada uma ação de destituição da Assembleia Municipal", concretizada por 7 membros do grupo de trabalho para a Oposição. Ricardo Figueiredo não descarta a possibilidade de avançar para uma moção de censura à Assembleia Municipal, mas "acha ser prematuro" neste momento.

A vereadora não-pertencente ao município de Ricardo Figueiredo é uma moção de censura à Assembleia Municipal, mas "acha ser prematuro" neste momento.

SJM SEMPRE QUESTIONA SITUAÇÃO FINANCEIRA DA CÂMARA

Jorge Lima, vereador do Movimento Independente SJM Sempre, acredita que a autarquia "está à beira de um colapso financeiro". Em causa estão os pressupostos do município relativos aos orçamentos e prescrição de dívidas. Jorge Lima, que também é presidente da Câmara, desvaloriza a situação, lembrando que "foi um valor expressivo de empresas que nesta recibidas em dezembro, cerca de 1,5 milhões de euros, que não estamos ainda em processo e decorrer, como a venda dos terrenos para o Hotel e Spa e a venda do terreno da garagem da S. João da Madeira".

ASSOCIAÇÃO DE DESENVOLVIMENTO DE SÃO JOÃO DA MADEIRA
facebook.com/ADensenvolvimentoSJM

FUTSAL

FUTSAL

ARRIFANENSE GOLEIA DINAMO

FOTOGRAFIA DIANA PEREIRA

Conjunto de Arrifana somou os primeiros pontos da temporada, ao contrário dos sanjoanenses, que continuam a zeros.

Num duelo entre duas equipas que ainda não tinham conquistado qualquer ponto, o Arrifanense foi bastante superior ao Dinamo ao longo do jogo, vencendo com naturalidade, por 6-2.

A turma de Arrifana, orientada por Sam Cruchinho, entrou muito bem em campo e não tardou a chegar à vantagem. Ao minuto 4, Ricardo Pinto inaugurou o marcador, colocando a formação visitante a vencer novamente aos 10 minutos. Os visitantes não tardaram a gelo volvido o golo, com Ricardo Pinto a bisar no marcador, colocando o Arrifanense a vencer novamente aos 10 minutos. Os visitantes não tardaram a gelo volvido o golo, com Ricardo Pinto a bisar no marcador, colocando o Arrifanense a vencer novamente aos 10 minutos.

O Dinamo Sanjoanense foi incapaz de reagir ao início de segundo de resultado, fazendo do segundo tempo uma autêntica "dor de cabeça" para os jogadores de Sam Cruchinho, que marcaram mais quatro golos, num total de 6 golos sem resposta.

Na próxima ronda, o Dinamo Sanjoanense recebe, em casa, um adversário que também ainda não somou qualquer ponto, o Sporting de Espinho, e Arrifanense visita o Clube Futsal, um duelo de concelho de Santa Maria da Feira.

ATLETAS NACIONAIS

ARRIFANENSE

ATLETAS NA SELEÇÃO

DINAMO SANJOANENSE

ARRIFANENSE

PRÓXIMOS JOGOS

FUTSAL FEMININO

Fundo de Vila continua à liderança do Campeonato da Liga Nacional. Os números são elucidativos, mas um atleta-chave para o sucesso da equipa.

BASQUETEBOL

A Sanjoanense somou, frente ao Salesianos (98-66), o terceiro triunfo consecutivo na Liga Nacional. Os números são elucidativos, mas um atleta-chave para o sucesso da equipa.

FisioPinho
Tels.: 967 891 291 / fisiopinho
ricardopinho87@gmail.com

CASTELO
Restaurante | Agrícola | Aquecimento
AO MELHOR PREÇO
ENTREGA AO DOMICILIO
T. 913 641 330 marvelo@hotmail.com

LIFE&STYLE



Life &Style

TEXTO RITA MAGALHÃES
FOTOGRAFIA SEBASTIÃO REGUENGOS

O FENÓMENO DOS IDOSOS NO GINÁSIO

Outubro é considerado por muitos o "mês do idoso", já que no dia 1 se assinala o Dia Internacional do Idoso. Esta data foi instituída em 1991 pela Organização das Nações Unidas e tem como objetivo sensibilizar a sociedade para as questões do envelhecimento e da necessidade de proteger e cuidar a população mais idosa.

Outubro é considerado por muitos o "mês do idoso", já que no dia 1 se assinala o Dia Internacional do Idoso. Esta data foi instituída em 1991 pela Organização das Nações Unidas e tem como objetivo sensibilizar a sociedade para as questões do envelhecimento e da necessidade de proteger e cuidar a população mais idosa.

Segundo a Organização Mundial da Saúde, o que se define por idoso é todo indivíduo com 60 anos ou mais, idade em que começam a ocorrer alterações que acompanham o envelhecimento, podendo, inclusivamente, afetar a saúde e condições de saúde, nível de participação na sociedade e nível de independência.

É precisamente sobre o exercício que vos quero falar, na perspetiva. Infelizmente, os municípios e associações de idosos são os mais atividades para o exercício, mas não referendo o género e principal escolha para estas pessoas se tornam mais ativos.

Os frequentes o ginásio entre os 70/81 e os 90/91 da amarelo e, nesta altura, há uma grande diferença entre os homens e as mulheres nos níveis de habitualidade.

Segundo o estudo "Idosos Ativos", dos Idosos, dos níveis e realizam do exercício de suficiente. Ou do exercício. Ou do exercício diversão e impercussão de 1 hora de marcha. Idosos logo da marcha.

Um dos dados gerados cruzam o fato com declarar a saúde do seu praticante. Assim quase 70/81 dos idosos, mais de 90 pessoas, acreditam que a prática pode ajudar a aumentar e inter-relacionar a saúde. Entre os inquiridos, 90 pessoas consideram que a prática pode ajudar a aumentar e inter-relacionar a saúde. Entre os inquiridos, 90 pessoas consideram que a prática pode ajudar a aumentar e inter-relacionar a saúde.

Quando são do ginásio só ou grupo pessoas e nesse espaço a sua aprendizagem ou sentem também não muito conversas dessa da marcha. Falam sobre os seus problemas, sobre a sua saúde, sobre "a" e sobre o que só lida de diversão. Ou seja, é aquilo que fazemos com os [illegible] aquilo ambiente e se [illegible] Mas com os idosos, é mesmo que nos alvo também vai a moda "vai-se ver gimnio".

PUBLICIDADE 1/4 PÁGINA

EMPRESA
SETOR COMPONENTES P/ CALÇADO
PRECISA DE MODELADOR (A)
256 666 050
917 925 882

FUTEBOL.



CONCRETIZAÇÃO FALHOU EM EXIBIÇÃO POUCO INSPIRADA

TEXTO **FILIPA GOMES**
FOTOGRAFIA: **DIOGO PEREIRA**

Numa partida pouco inspirada e com grandes dificuldades de concretização, a ADS saiu derrotada frente ao líder do campeonato, por 1-0. Nem a superioridade numérica, com as expulsões de dois jogadores do Estarreja durante a primeira parte, fez com que a equipa se chegasse à frente no marcador. O resultado ficou-se logo aos onze minutos, através de uma grande penalidade batida por Santiago.

O jogo adivinhava-se difícil mas ninguém conseguiria prever o resultado. Aos onze minutos, uma falta do guarda-redes adversário deu azo a um cartão amarelo e a uma grande penalidade a favor da equipa da casa. Santiago não vacilou, e numa só dois nove metros fez o primeiro e único golo da partida. A perder, a ADS procurava sem sucesso chegar à igualdade, quando, aos 21 minutos, o guarda-redes do Estarreja, num perigoso contra-ataque alvinegro, cometeu falta sobre Ilonan David fora da grande área e é expulso. Na marcação do livre, a pontaria falhou, e Rúben Neves atirou bem acima da baliza. As contas passaram mais difíceis para a equipa da casa, mas mesmo com um jogador a menos, o Estarreja ia criando perigo na baliza de Diogo. Os alvinegros procuravam o empate, mas os remates surgiam de longe e pouco amiaçavam a baliza adversária. Aos 37 minutos, nova expulsão. Na sequência de um lance em que o Estarreja pedia falta, Carlos vê o vermelho direto por contestar a decisão do árbitro. A jogar contra novo, a ADS atacava mas sem conseguir construir jogadas de perigo, saindo para o intervalo com uma primeira parte pouco satisfatória.

A equipa chegou ao segundo tempo com alterações de Flávio das Neves sana Fabita e entrou André Pereira. Em superioridade numérica, a ADS pressionava mas os cabeceamentos de Ilonan e os remates de Chaprinha encontravam as mãos do guarda-redes ou passavam ao lado da baliza adversária. Aos 12 minutos da segunda parte surge uma das melhores oportunidades de golo da santanense. Num cruzamento para a pequena área, a bola andou perto da linha da baliza, mas a defesa do Estarreja conseguiu aliviar para longe. A partida desenrolava-se de forma pouco fluída, com muitas interrupções e com a equipa da casa a gerir a vantagem. Com o relógio a contar, Hário das Neves procurava imprimir calma à equipa, que apresentava sinais de nervosismo frente a um Estarreja que defendia a baliza com unhas e dentes. Já nos minutos de compensação, surge a melhor oportunidade de golo da ADS. Um remate fortíssimo de Brandão da zona frontal à saída da grande área acerta na trave da baliza. Com este resultado, os alvinegros somam quatro jogos sem vencer e descem para o quinto lugar da tabela classificativa.

BREVES.

JUNIORES
A Santanense deslocou-se a Braga para defrontar a Torre de Moncorvo, arrecadando uma expressiva vitória por 2-5. Em jogo a contar para o campeonato da II Divisão de Juniores da série B, os alvinegros conquistaram a quinta vitória da competição, subindo para o quarto lugar da tabela classificativa, com 17 pontos.

JUVENIS
Na décima terceira jornada do campeonato, a Santanense recebeu o Padroense e saiu derrotada por 0-2. Este é o quinto jogo da turma alvinegra sem vencer. Na próxima jornada, a equipa dolisca-se ao Porto para defrontar os dragões.

INICIADOS
A equipa alvinegra sofreu uma pesada derrota frente à União Desportiva Oliveirense. Em jogo a contar para a décima quinta jornada do campeonato, a Santanense saiu derrotada por 3-0, e continua em último lugar no campeonato, com nove pontos e apenas uma vitória.

ineditdynamik
componentes e pré-fabricados para calçado, s.a
www.facebook.com/ineditdynamik

ILUSTRAÇÃO.





ANA LUÍSA OLIVEIRA, DA TROFA, PARTICIPOU NA ÚLTIMA EDIÇÃO DO ENCONTRO INTERNACIONAL DE ILUSTRAÇÃO DE S. JOÃO DA MADEIRA.

COMENTÁRIO & ILUSTRAÇÃO
ANA LUÍSA OLIVEIRA

Este ano, quando pela internet vi circular o desafio do Concurso de Ilustração de São João da Madeira para ilustrar o "infinito" resolvi participar. Na verdade, essa intenção andava a pairar na minha cabeça quase até à data limite porque "aquela ideia" ainda não me tinha surgido. Nessa altura estava eu a trabalhar nas minhas "maquetes ilustradas". São cenários pintados, recortados e colados de alguns contos de fadas protagonizados por grandes personagens femininas. Pousada na minha mesa, estava a minha Alice, do «Ohar perdido a olandar-se naquele que parecia um buraco sem fundo. Aquele era de facto um momento que, para ela, parecia infinito. A certa altura, no conto de Lewis Carroll, a Alice pergunta ao Coelho quanto tempo é "para sempre", ao que o Coelho responde "Às vezes pode ser um segundo". E, de repente, estavam ali as minhas duas ilustrações para o concurso.
Fiquei muito entusiasmada por estar entre os 25 finalistas, por saber que iria ter a minha Alice e o Coelho na Exposição e principalmente porque o programa do Encontro, dedicava uma semana inteira à ilustração!
Ao contrário de concursos semelhantes, nos quais habitualmente selecionam um ilustrador entre vários participantes, no Concurso de Ilustração de SJM escolhem não um, mas 25 vencedores! Todos nós ganhamos. Acredito que esse é o grande trunfo deste concurso: unir tantos ilustradores, organizadores, convidados e colaboradores numa Semana que tudo faz para que o nome de São João da Madeira seja levado mais longe.
Foi sem dúvida, uma grande oportunidade para estar em contacto tanto com ilustradores que já conhecia pelo seu trabalho como para conhecer novos ilustradores.
A cidade incentiva e promove a criação artística de forma activa que é impossível não querermos voltar a visitá-la, até mesmo pelo contacto com algumas indústrias como a Ilustrações ou a Viarco, que poderão ser aliados no nosso trabalho.
No final, fica a certeza de que voltarei a participar nos Encontros de Ilustração de SJM e fica o sentimento de querer também contribuir para que este evento cresça de amor para ano e leve o nome desta "cidade da ilustração" ainda mais longe!

Obrigada por toda o carinho e dedicação.

ASSOCIAÇÃO DE DESENVOLVIMENTO DE SÃO JOÃO DA MADEIRA
facebook.com/ADesenvolvimentoSJM

Life & Style

COMENTÁRIO & ILUSTRAÇÃO
RITA MAGALHÃES

O QUE OS HOMENS NUNCA DEVEM DIZER A UMA MULHER



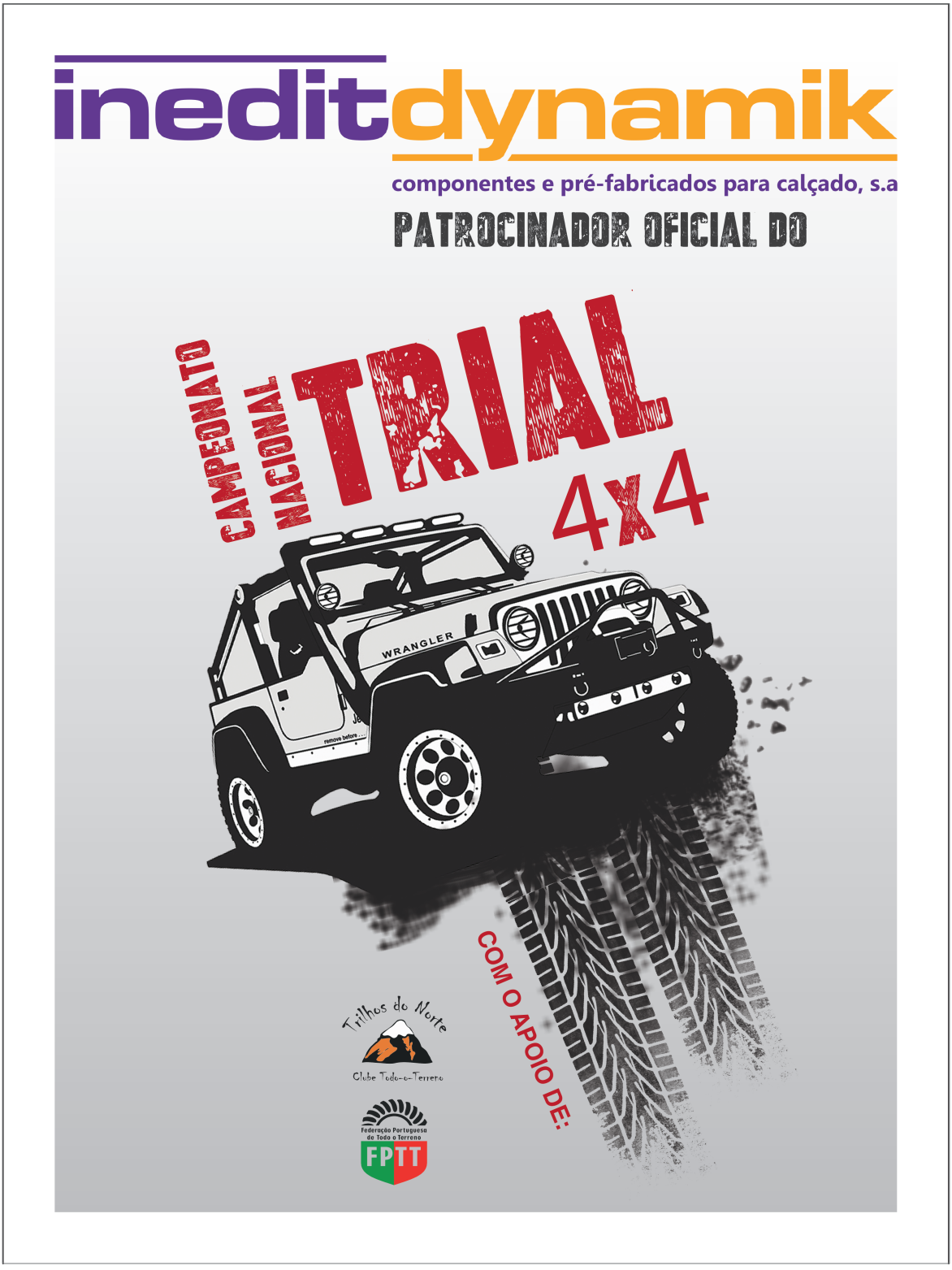
Numa época em que tudo gira em volta do amor, da compreensão, da cumplicidade, da família, o Único dedica este artigo a todos os leitores masculinos, para que nunca cometam erros básicos com a sua cara metade.
Não é segredo nenhum que todas as mulheres são especiais e, geralmente, não é fácil aprender a lidar com os diferentes estados de espírito. No entanto, há coisas que não vai mesmo querer dizer a não ser que a sua intenção seja pô-la a fumegar.
▸ "Vais assim vestida?". Só os homens muito insaguros, problemáticos e machistas querem que as suas mulheres andem todas tapadas. Sinta-se orgulhoso por ter um mulherão ao seu lado que continua a ter vontade de ser vistosa e elegante. Se não gosta da roupa que ela escolheu, pode dar a sua opinião mais tarde e de uma forma menos controladora.
▸ Dizer "a minha ex-namorada adorava isto" num momento mais íntimo não é de todo boa ideia. Um murro seria pouco depois de uma declaração destas.

▸ "Não gosto nada da tua mãe". A grande maioria das mulheres vê na mãe um exemplo a seguir e o mesmo que não o demonstrem, mãe é mãe e ai de quem diga mal. Por mais que lhe tente explicar o porquê dessa relação não funcionar, ela não vai perceber e vai defender sempre a sua progenitora.
▸ "Tem calma!". Se uma mulher estiver irritada ou chateada a última coisa que vai ajudar é dizer-lhe para ter calma, isso só vai deixá-la ainda mais em fúria. Deixe a chorar, gritar e desfiar tudo cá para fora em vez de guardar tudo para ela. Vai acabar por lhe passar, acredite.
▸ Depois dos primeiros momentos mais íntimos dizer que foi "uma boa surpresa". O que é que isso quer dizer? Estava a contar que ela fosse má na cama? Guarde esse tipo de pensamentos para si.
▸ "Quanto me dás numa escala de 1 a 10?". Ninguém gosta de homens inseguros. Claro que uma mulher quer um gabarolas arrogante, mas deve saber o que vale sem ter que perguntar.
▸ "Aquela tua amiga é muito gira". Já imaginou se a sua namorada disesse o mesmo de um amigo seu? Pode até ser um comentário inocente, mas vai sempre deixá-la a remoer no assunto.
▸ Chamar à sua namorada ou mulher um nome que não é o dela. Vai pô-la a pensar quem é a outra mulher ou vai simplesmente mostrar distração e desleixo quando devia estar concentrado nela.
▸ "Acho que engordaste". O quê? Isto parece-lhe se quer uma afirmação que a sua alma gémea mereça ouvir? É o mesmo que dizer "estás menos bonita". Nenhuma mulher gosta de ouvir uma constatação como esta, especialmente vinda do próprio marido ou namorado. Há formas mais subtis de a ajudar sem magoar.
▸ "Posso dar-te um beijo?". Além de mostrar insegurança, uma mulher fica furiosa por achar que é necessário perguntar. Um beijo é sempre bem vindo. Não peça permissão, beije logo.
▸ "Não sabes conduzir". O seu jeito de conduzir é isso mesmo: o seu jeito. Este tipo de comentário, além de pouco educado e machista, demonstra arrogância. Opte por fazer uma crítica construtiva e mostrar-lhe como e onde pode melhorar.
▸ "Despacha-te!". Todos sabemos que a maioria das mulheres demora quando se arruma para sair, mas isso é porque quer sempre estar perfeita. Não adianta gritar-lhe do sofá e ação detrovada está. Isso não vai agrossá-la e só vai fazer com que fique mal disposta e irritada. Da próxima vez diga-lhe que o jantar ou o evento é mais tarde, mais cedo.
▸ "Estás com ciúmes?". Se a conhece realmente bem e se lhe está a perguntar uma coisa destas é mais do que certo que a sua cara metade está com ciúmes. Não precisa de mostrar o óbvio. Desvalorize a situação e diga-lhe o quanto gosta dela. É o suficiente.

Ficou mais esclarecido? De certeza que agora muita coisa passou a fazer sentido e percebeu finalmente o que mais deixa a sua mulher fora de si. Por outro lado, temos a certeza que nada disto é novo para si. Sobretudo nunca se esqueça: uma mulher tem sempre razão.

MAFUTA
Almoço
Pratos:
Vinho da Casa (Branco, Tinto, Verde Branco)
Sumo | Água | Cerveja
Salada Mista | Batata Assada | Arroz Branco
Arroz de Feijão | Salada
Vitela Assada no Forno 10,50 €
Bife à Casa 10,00 €
Bacalhau Liberdade
Recomendado!
Picanha Medieval 10,50 €
Espetada Mista
Reservas por pessoas ou Dois (crianças, comunhão, etc)
RESERVAS TELF/Fax.: 256 082 737 / 925 420 626
Rua Bartolomeu Perestrello, 98 | Lordelo
À sexta-feira Francesinha 5,00 € | bebida à parte

PROMOÇÃO PERLIM
QUARTO TRIPLO
+
PULSEIRA
DESDE
50€
RESERVE JÁ!
A.S
HOTEL A.S.
S. João da Madeira
Praça Luís Ribeiro 7
3700-172 S. João da Madeira
GPS // Latitude 40.8990505
Longitude -8.4925892
info@hotel-as-sjmadeira.com
256 836 100
PONTO DE VENDA
PERLIM®
Uma Quinta de Sonhos
5 DEZ '15 > 3 JAN '16


inedit dynamik
componentes e pré-fabricados para calçado, s.a
PATROCINADOR OFICIAL DO
CAMPEONATO NACIONAL
TRIAL 4x4
WRANGLER
COM O APOIO DE:
Trilhos do Norte
Clube Todo-o-Terreno
Federação Portuguesa do Todo o Terreno
FPTT


EMPRESA
SETOR COMPONENTES
P/ CALÇADO
PRECISA DE
MODELADOR (A)
256 666 050
917 925 882


EMPRESA
SETOR COMPONENTES
P/ CALÇADO
CONTRATA OPERÁRIO
P/ ACABAMENTOS / ESCOVAS
CONTACTAR
256 666 050
917 925 882


Solar da Aldeia
RESTAURANTE
Jantares de Natal e Fim de Ano
RESERVE JÁ!
TAKE AWAY
DIÁRIAS (Prato+sopa+bebida+sobremesa+café) €7,00
FIM DE SEMANA | Cozinha Gourmet | Pratos Refinados
Rua da Aldeia - Faria de Cima
3720-658 VILA DE CUCUJÃES
TEL. 256 882 131

ENTREVISTA.



ANA RODRIGUES: SINTO-ME REALIZADA A 100%

TEXTO **FILIPA GOMES**
FOTOGRAFIA **DIOGO PEREIRA**

Depois de um ano recheado de conquistas, com dois recordes nacionais, quatro medalhas de ouro e uma de prata, Ana Rodrigues regressa do Europeu de Israel com dois recordes pessoais, em 100m livres e 200m bruços. A atleta sanjoanense faz um balanço muito positivo de 2015, e acredita que vai conseguir atingir os mínimos para os Jogos Olímpicos de 2016.

Regressaste de Israel com dois novos recordes pessoais, em 100m livres e 200m bruços. Por si só, isto é já uma grande conquista?

Sim, já foi muito tempo que não estava presente numa competição internacional, principalmente nestes campeonatos da Europa de piscina curta, em que sou relativamente mais fraca do que em piscina longa. E a nadar de manhã que é sempre um problema para mim. Acho que bater dois recordes pessoais, numa competição tão grande no meu regresso, é motivo para estar muito satisfeita.

Achas que podias ter chegado mais longe?

Israel foi uma cidade um bocado estranha no sentido de ter coisas a que não estávamos habituados, como por exemplo a comida. As piscinas também eram bastante diferentes. Normalmente temos o ambiente das piscinas muito quente e em Israel era frio, tinha de andar de blusão durante o tempo todo. Como chegamos um dia antes de a competição começar, às duas da manhã, quase não tivemos tempo para descansar e para nos adaptarmos à piscina, o que para nós é muito importante. Se calhar alguns agentes poderiam ter corrido melhor, mas foram mais pormenores técnicos, porque de resto sinto que tivemos um ótimo espírito de equipa e que foi tudo espetacular.

Ao longo das provas sentiste-te apoiada?

Claro que sim. Tenho a sorte de ter imensas pessoas que me mandam muitas mensagens quando vou para as competições, que me apoiam e que me dão os parabéns. É sempre ótimo sentir que estamos a ser apoiados, que as pessoas seguem e reconhecem o nosso trabalho.

Que balanço fazes da participação da seleção no Europeu?

Foi muito positiva, ganhamos uma medalha, batemos vários recordes nacionais e pessoais. As pessoas não percebem o quão difícil é para nós ganhar medalhas, porque o nosso país está muito atrasado em relação aos outros países, no que toca à natação e no que toca a conciliar a escola com a natação. O Diogo conseguiu a medalha de bronze nos 200 estilos e acho que para nós é ótimo.

Mencionaste que Portugal não está no mesmo patamar que outros países na natação. Onde achas que é preciso intervir?

São poucos os nadadores que conheço que conseguem fazer as duas coisas bem ao mesmo tempo: ter um curso e competir. Nos outros países os atletas conseguem ser nadadores profissionais, mas aqui em Portugal não, a natação não nos consegue sustentar. Quanto muito temos uma bolsa que nos dá muito pouco por mês para as despesas que temos. Temos de fazer o curso um bocadinho mais devagar do que as outras pessoas, porque chegamos à faculdade e as facilidades não são muitas. O nosso sistema de ensino devia adaptar-se um pouco ao atleta, devia saber os nossos horários e a nossa carga horária para podermos, a partir daí, conciliar as duas coisas. Também devia haver uma aposta maior das nossas federações. Ganhamos uma medalha, e se fosse o futebol a ganhar qualquer coisa aparecia em todos os jornais. Deviamos ter mais visibilidade e isso passa por tornar a natação num desporto profissional. Os resultados alcançados ao longo desta época são fruto de muito trabalho e sacrifício?

Sim, principalmente o ano passado e este ano, em que a minha preparação mudou. Volvi a trabalhar com o meu treinador de sempre, aumentei a minha preparação física, em termos de ginásio, com muito mais horas de treino, muito mais carga horária. Obviamente temos sempre de fazer sacrifícios, há coisas que temos de deixar para trás ou tentar conciliar da melhor maneira para fazer tudo direitinho. Mas sim, é o fruto de muito trabalho.

2015 foi um bom ano para ti?

Posso dizer que 2015 foi um ano espetacular em todos os aspetos, sinto-me realizada a 100%, em termos da faculdade, a nível pessoal e como atleta. Estava um pouco recessa quando volvi a casa, pelo que podia acontecer. Podia não me adaptar e estava com algum medo porque nos anos anteriores não tinha obtido tão bons resultados e pensava que, se calhar, já tinha terminado por ali. Mas sempre achei que não.

Então, quando regressei e comecei a bater os meus recordes todos, ainda por cima dois nacionais, e a ficar muito perto em outras provas de bater outros recordes, fiquei extremamente motivada. Acho que foi um ano excelente.

Quais são as tuas aspirações para o futuro? Acreditas que vais conseguir qualificar-te para os Jogos Olímpicos de 2016?

Acabou agora a fase da piscina dos 25, que normalmente acaba em dezembro, e vamos iniciar, então, a fase de piscina de 50 e é aí que posso tentar qualificar-me. Acho que é possível, depois destas competições fantásticas que fiz, nos europeus e agora nos nacionais, em que também recebi quatro medalhas de ouro e uma de prata. Com esses resultados figuei muito feliz e estou só a três décimas de segundo do mínimo para os Jogos Olímpicos. Bem, para as pessoas normais dizemos três décimas e elas acham que não é nada, que é uma coisa fácil de se conseguir. Contudo, quem está na natação sabe que é muito difícil. Mas sim, vou trabalhar para isso, para estar nos Jogos Olímpicos em 2016.

Que provas já tens agendadas para o próximo ano?

Em janeiro vamos ter algumas provas pela seleção, mas são mais de treino, para avaliar como estamos. No entanto, as provas nas quais vou apostar são os nacionais, em março, e depois os europeus em Londres, que se realizam em maio.

Entre treinos, competições e faculdade, como consegues gerir tudo?

Desde os seis anos que pratico natação de competição, não de forma tão séria como agora, e isso sempre me obrigou a ter uma rotina. Sempre consegui gerir muito bem, acho que tenho uma boa capacidade de organização. E agora ainda mais. Ando sempre com a minha agenda para marcar as provas todas no início do ano, quando sai o calendário, e depois agendo também os exames da faculdade, para conseguir fazer tudo da melhor forma possível. Tento aos fins-de-semana deixar um bocadinho de espaço livre para poder sair, passear e ir ao cinema, que é uma coisa que adoro.

PUB
ASSOCIAÇÃO DE DESENVOLVIMENTO DE SÃO JOÃO DA MADEIRA
facebook.com/ADensenvolvimentoSJM

Life & Style

TEXTO **RITA MAGALHÃES**
FOTOGRAFIA **DIREITOS RESERVADOS**

PRESENTES DE ÚLTIMA HORA

Mais um ano que está prestes a chegar ao fim. Mais um Natal que se aproxima e com ele todo o nervosismo e dor de cabeça em busca da prenda perfeita para quem mais amamos. Numa altura em que os centros comerciais se enchem de gente para as compras de última hora, o Único deixa-lhe, nesta edição, algumas sugestões para as prendas que faltam para as elas ou para eles. Nunca esquecendo que esta é uma época que quase nos obrigada a gastar bastante dinheiro, deixamos também algumas dicas para prendas low cost.



PARA ELAS

• Todas as mulheres gostam de um momento para tratar de si mesmas. Ofereça-lhe uma massagem ou uma sessão de beleza num spa, é uma escolha que nunca a desiludirá.
• Numa era de tecnologias e redes sociais, nada melhorar do que recordar o quão giro é ter uma fotografia em papel. Porque não dar-lhe uma câmara Polaroid para gravar instantaneamente os melhores momentos?
• Ofereça-lhe uma subscrição anual da sua revista favorita. Seja moda, culinária ou decoração de interiores é uma forma de mostrar de que se lembra das suas coisas favoritas.
• Um bilhete para um espetáculo que seja a sua cara: a banda de música favorita, o melhor festival de verão ou um bailado de inverno.
• Há coisas que uma mulher nunca se cansa, receber jóias é uma delas. É sempre uma excelente ideia presentear alguém do sexo feminino com um anel, uma pulseira ou até um relógio.

PARA ELE

• Se é um homem que gosta de cuidar de si mesmo, então vai adorar receber uma máquina de barbear ou de aparar o cabelo. Em qualquer superfície comercial vai encontrar uma grande variedade de modelos com diferentes funcionalidades e preços.
• Umas férias na neve. Pode ser uma semana de esqui fora do país ou um fim de semana romântico na Serra da Estrela com algumas atividades radicais à mistura. Seja original, porque oferta não falta.
• Um livro é sempre uma boa opção, seja um romance histórico, um livro de desporto ou uma biografia. Mesmo que não seja um homem dado a leituras, o truque é acertar no tema.
• Uma coluna de som, sem fios, para que possa ouvir a sua música favorita em qualquer parte da casa, conectado ao telemóvel, ao tablet ou ao portátil.
• Se tinha pensado numa prenda mais generosa, porque não apostar numa máquina fotográfica? Informe-se com especialistas na área ou pesquise bem antes de tomar uma decisão. As vezes o barato sai caro, mas por outro lado, nem tudo o que é caro é de boa qualidade.

PRESENTES LOW-COST:

• Faça você mesmo: compre uma moldura simples e coloque uma fotografia especial, preencha um quadro da cortiça com recordações, é só puxar pela imaginação.
• Se tem algum jeito para a cozinha porque não fazer o oferecer um doces (ás morango, de abóbora, de castela) num frasco de vidro decorado por si.
• A vida é feita de coisas doces e esta é a altura do ano em que toda a gente pode comer chocolates ou gomas sem se recriminar.
• Continuando na mesma onda, há uma série de objetos que pode personalizar com frases ou imagens originais: canecas, t-shirts, avent ais, telas, etc.
• Uma prenda também muito original é oferecer jogos antigos, da sua infância talvez: o jogo do galo, o mikado, um peão. É um pequeno mimo que pode ter bastante significado.

Desta vez, deixamos algumas sugestões alternativas às prendas convencionais, mas o mais importante de tudo é não fazer do Natal apenas um momento consumista. Junte a família, os amigos e partilhe o melhor que esta época nos traz: união, amor e generosidade.

CULTURA.

EXPOSIÇÃO DE FOTOGRAFIA NA BIBLIOTECA HOMENAGEIA S. JOÃO DA MADEIRA

TEXTO **CATARINA SOUSA SILVA**
FOTOGRAFIA **DIREITOS RESERVADOS**

Em exposição até dia 2 de fevereiro, na Biblioteca Municipal, "O Chão Que Me Sustenta" é uma mostra de fotografias sobre S. João da Madeira. Autodidata, Paulo Coimbra Amado procurou revelar pequenos detalhes da cidade que nos passam despercebidos. Numa dupla homenagem ao património sanjoanense e à fotografia, a exposição tem recebido muitos curiosos.



"E um sonho antigo. Para alguém como eu, que gosta de fotografia, fazer uma exposição é sempre um objetivo. E a biblioteca mostrou-se interessada". Foi assim que o autor da exposição começou por explicar a ideia de expor os seus trabalhos fotográficos. "O Chão Que Me Sustenta" dá nome à mostra que inaugurou, no mês passado, na Biblioteca Municipal de S. João da Madeira, e que é uma dupla homenagem à cidade e à fotografia como forma de expressão artística.

"Tenho todo o tipo de trabalhos de fotografia, desde imagens mais gráficas, a imagens de cultos ou retratos. E pensei num tema para a exposição. Decidi portanto fazer uma homenagem a S. João da Madeira. Não sou de cá, vivo cá, mas acredito que estava destinado a S. João da Madeira", conta o autodidata, natural de Angola, que acabou por casar com uma sanjoanense, que conheceu nos tempos académicos, em Coimbra. "Já antes de a conhecer tinha um grupo de amigos aqui de S. João da Madeira. Sabia que mais cedo ou mais tarde viria cá parar".

Ao percorrermos a exposição, podemos descobrir registos fotográficos de rotundas, do Museu da Chapelaria, dos Paços da Cultura ou até do átrio da própria biblioteca. Mas nem sempre é fácil identificá-las. E Paulo conta que poucos visitantes conseguiram decifrar a localização de todas as fotografias ali expostas. "S. João da Madeira é uma cidade de cariz industrial, mas que em determinada altura não preservou bem o património que tinha. Hoje acho que isso está diferente. Então, decidi tentar mostrar pequenas coisas que há lá bonitas na cidade e que a maior parte das pessoas que passa lá diariamente não se aperceba", revela. É o exemplo da fotografia que dá nome à exposição, a uma estátua que decora a rotunda localizada junto ao edifício da Sanjotec, onde pode ler-se "O Chão Que Me Sustenta". "A maioria das pessoas não soube identificar onde é, nem o que está lá escrito. São pequenos detalhes de que as pessoas não dão conta, porque andam apressadas", conta Paulo, que confessa: "O objetivo desta mostra é precisamente alertar os sanjoanenses para que andem mais atentos, e apreciem aquilo que nos rodeia".

A cada fotografia e detalhes da cidade está associado um excerto de uma letra do Pedro Abrunhosa. "Sou fã do Pedro Abrunhosa. Num dia estava a ouvir uma música dele, e pensei que um dos versos se adequava na perfeição a uma das fotografias. Depois, pensei que todas mereciam um título com excertos de canções", conta o autor da exposição, que já foi inclusivamente convidado por Pedro Abrunhosa para fotografar um concerto seu.

No futuro, o autodidata espera fazer mais exposições, de outro cariz: "Esta foi uma abordagem muito específica ao património de S. João da Madeira, e a fotografia engoliu arte. É uma pena S. João da Madeira ter tantos espaços expositivos, e as pessoas nem saberem o que acontece", desabafa Paulo, que gostava de reunir um grupo de fotógrafos da cidade e arredores para fazer uma exposição maior: "Por que não no Núcleo de Arte? Só que o Núcleo de Arte tem as coleções permanentes, mas podia reservar um pequeno espaço para expor trabalhos de artistas sanjoanenses, até porque acabaria por atrair público. E muitos sanjoanenses ainda nem sequer conhecem o Núcleo de Arte".

Ligado ao setor bancário, o gosto pela fotografia é antigo. Apaixonou-se pela arte por influência dos pais, e foi quando terminou o curso de Economia que recebeu a sua primeira câmara fotográfica. Depois de vencer alguns concursos, começou a investir mais na fotografia. Entre workshops de edição, o mundo da internet (colabora com sites de fotografia como o Olhares e o InsAet Portugal) ou até alguns livros especializados, Paulo foi aprendendo a técnica, e até já viu os seus trabalhos serem publicados, por duas vezes, pela revista francesa PHOTO, que promove um concurso anual. A nível local, colabora pontualmente com a Academia de Música e com a imprensa da cidade na cobertura de eventos.


CAPITAL
da FRANCESINHA
RESTAURANTE | SNACK-BAR
CHURRASQUEIRA
6º Lugar conseguido no Campeonato Nacional
"Festival da francesinha"
ALMOÇO | DIÁRIAS
De 2ª a 6ª (sopa + prato
+ bebida + café = 5 €)
De 2ª a 5ª ao almoço, Menus
Francesinha/Cachorro
Grupos de 10 pessoas, oferta
de 1 Francesinha ou Cachorro
RUA JOÃO DE DEUS, 90
3700-049 SJM (JUNTO AO TRIBUNAL)
TEL. 256 040 537
capitaldafrancesinhasjm@outlook.com


Flor
do
Parque
Cafetaria e Padaria
Oliveira & Brito, Lda.
A GERÊNCIA DESTA CASA
DESEJA
A TODOS
UM SANTO
NATAL
E
PRÓSPERO
ANO NOVO
Rua José Soares da Silva, nº 173 R/C
3700 - 159 São João da Madeira
Telef. 256 280 829
Cont, n.º 509 798 934


Café Snack Bar
RESTAURANTE
NEVOEIRO
RUA CLUBE DESPORTIVO - PENEDO // 3720 VILA DE CUCUJÃES
TLF. 256 195 957
Deseja
A TODOS OS CLIENTES,
FORNECEDORES E AMIGOS
FELIZ NATAL
&
PRÓSPERO
ANO NOVO


óptica
MÉDICA CUCUJÃES
A
GERÊNCIA
DESTA
CASA
DESEJA
A TODOS OS CLIENTES
E FORNECEDORES
FELIZ NATAL E PRÓSPERO ANO NOVO
2016


Sabores do Campo
RESTAURAÇÃO & EVENTOS
A GERÊNCIA E OS FUNCIONÁRIOS DESTA CASA
DESEJAM
A TODOS UM
SANTO NATAL
&
PROSPERO ANO NOVO
URB. VILA NOVA, RUA ANGOLA, Nº16, 4520-276 S. M. FEIRA
TELEF. 256 364 543
ENCERRADO À 2ª FEIRA


Solar da Aldeia
RESTAURANTE
JANTARES DE NATAL
E FIM DE ANO
RESERVE JÁ!
TAKE AWAY
DIÁRIAS (Prato+sopa+bebida+
sobremesa+café) €7,00
FIM DE SEMANA | Cozinha Gourmet
& Pratos Refinados
Rua da Aldeia - Faria de Cima
3720-658 VILA DE CUCUJÃES
TEL. 256 882 131


FEDERAÇÃO PORTUGUESA
DE TODO O TERRENO
DESEJA
A TODOS OS SEUS
FILIADOS, PRATICANTES E
DIRIGENTES DESPORTIVOS
FELIZ NATAL
&
PRÓSPERO ANO NOVO


+beauty
CENTRO DE ESTÉTICA E FOTODEPILAÇÃO
DESEJA A TODOS UM
FELIZ
NATAL
&
PRÓSPERO
ANO NOVO
RUA ALEXANDRE HERCULANO, 171
3700-087 SÃO JOÃO DA MADEIRA
TELEF. 968 218 560


RODRIGUES E EÇA, LDA.
RODEÇA
PEÇAS AUTO
A GERÊNCIA DESTA CASA
DESEJA UM
FELIZ NATAL
&
PRÓSPERO ANO NOVO
SEDE
RUA 1º DE MAIO, 161 - ZONA INDUSTRIAL DE ESPARGO | SANTA MARIA DA FEIRA
T 256 337 020/8 | F 256 377 029 | TM 91 957 0548 | GERAL@RODECA.PT
REDEINNOV


inedit dynamik
componentes e pré-fabricados para calçado, s.a
- D E S E J A -
A TODOS OS CLIENTES
FORNECEDORES E AMIGOS
UM FELIZ NATAL E
PRÓSPERO ANO NOVO


ÓPTICA
Charme
DESEJA
A TODOS OS SEUS CLIENTES
FORNECEDORES E AMIGOS
FELIZ NATAL
&
PRÓSPERO ANO NOVO

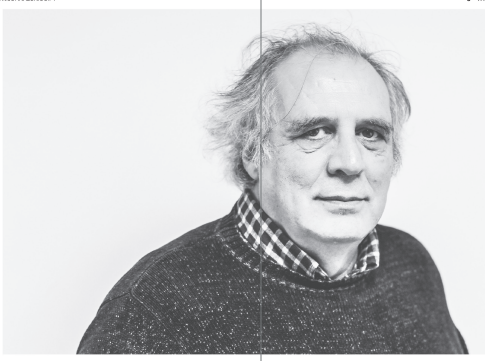

Ineditespiral
conceção, edificação, exploração de
empreendimentos turísticos imobiliários
DESEJA A TODOS OS SEUS CLIENTES,
FORNECEDORES E AMIGOS UM
FELIZ NATAL
E PRÓSPERO ANO NOVO
2016
Rua João de Deus, nº 76, 5º H 3700-149 S. João da Madeira geral@ineditespiral.pt T. 256 099573 F. 256 065 065

GRANDE ENTREVISTA.

“ESTAMOS ABERTOS AO DIÁLOGO E À COOPERAÇÃO, E NÃO AO BLOQUEIO”

TEXTO **RUI ALMEIDA SANTOS**
FOTOGRAFIA **SÉRGIO SANTOS**

Jorge Cortez volta a encabeçar a lista da CDU para as próximas eleições autárquicas intercalares. O partido assenta os seus pontos programáticos na cooperação entre as várias forças políticas, na Ação Social, no espaço urbano ou na saúde pública. Cortez compromete-se ainda em não perder fundos comunitários, como aconteceu ao longo destes dois anos de mandato. Com boas expetativas acerca dos resultados do dia 24 de janeiro, a CDU espera eleger um vereador.



A CDU está novamente na corrida à presidência da Câmara Municipal, nestas eleições intercalares, desta feita com uma lista encabeçada por Jorge Cortez. O que é que o partido tem para dar à cidade?
A CDU esteve em todas as eleições autárquicas, desde o 25 de abril. Aqui em S. João da Madeira o partido apareceu nos anos 30, em pleno fascismo, precisamente nos anos de mais repressão. Desde então que participámos em todas as eleições, e estamos na corrida como partido fundador da democracia em Portugal. Porque fomos surpreendidos por esta Câmara que não funcionou, em que os nossos representantes não se entenderam, entrando em ataques, e acabámos nesta situação. Estamos aqui para, sem complexos ideológicos, sem preconceitos de qualquer natureza, fazer o que é melhor para a cidade. E fazer o que é melhor para a cidade é, desde logo, estar abertos ao diálogo e à cooperação, e não ao bloqueio. Estar abertos ao desenvolvimento da cidade, de modo a que não tiveremos o investimento público. E estamos assumidamente comprometidos em não perder fundos comunitários, porque perderam-se nestes dois anos de mandato cerca de 4 milhões de euros em fundos comunitários a fundo perdido. E isso é irrecuperável. Achamos que isso é inaceitável, portanto estamos aqui para colaborar com todos em prol da cidade.

Depois de nas últimas eleições Rita Mendes ocupar o primeiro lugar da lista, nas Intercalares Jorge Cortez é o primeiro candidato. Porquê esta opção da CDU?
Muitas situações culminaram nesta decisão. Desde logo o facto de a Rita estar mais limitada, porque tem agora duas filhas. Portanto, ela não está na mesma situação que estava há dois anos. Somos uma força política que tem uma visão diferente da política, não temos uma visão de carreira política, temos uma visão coletiva. Portanto valorizamos sempre na nossa atividade política a força do coletivo. E valemos pelo coletivo e não pela força individual de A, B ou C. Ou seja, a lista varia conforme, no momento, se entender que é o melhor.

Apresentou a sua candidatura no bairro do Ormeiro pela atenção que a CDU tem vindo a prestar a este bairro. A Ação Social será uma das vossas prioridades?
Entendemos que a Ação Social é importante. E até tínhamos nas eleições anteriores um programa com uma forte componente social, em que defendíamos que parte dessa componente fosse desenvolvida pela Junta de Freguesia. Era a nossa proposta de delegação de competências. Nós concelhos de freguesia única, só aqueles que são governados pela CDU é que houve transferência de competências. E pensámos que a Junta, pela sua estrutura, pelo seu não corpo técnico, poderia facilmente ter uma parte considerável da Ação Social da Câmara, dedicando-se as respetivas competências e comparticipações financeiras. Não defendemos delegação de competências nas áreas que implicam estruturas que a Câmara já tem, nomeadamente obras municipais, defendemos antes a verten-te social. Não para nos substituirmos ao poder central, não para fazer aquilo que o Estado não faz, mas antes para fazermos aquilo que é da competência da freguesia.

Em que outros pontos assenta o programa de candidatura da CDU?
Nestas eleições intercalares, o programa assenta naquilo que era o programa anterior. Todas as promessas que se fazem são, de um modo geral, promessas que têm de passar pela Assembleia Municipal. Como ninguém vai ter maioria na Assembleia Municipal, ninguém está em condições de prometer aquilo que está sujeito a ser reprovado pelo órgão deliberativo. Por isso não temos grandes promessas, como as de baixar a água, baixar os impostos, ou dar subsídios. Não vamos fazer promessas dessa natureza, porque elas estão condicionadas logo à partida. Neste sentido, o nosso programa assenta numa gestão de abertura com todos à cooperação, ao debate e ao diálogo. Assenta numa grande preocupação com o espaço público, como arruamentos, jardins, parques, passeios, passadeiras. E assenta no apoio à atividade cultural e desportiva. Para além disto, queremos promover políticas para a terceira idade, desenvolver um trabalho de cooperação com as instituições, com as associações, com as IPSS, com a Misericórdia. Mantendo sempre os nossos princípios, nomeadamente no que toca à saúde, em que defendemos a saúde para todos, pública, universal e gratuita. Mas não queremos substituir-nos ao poder central, o papel das autarquias é o de exigir aos governos que cumpram a sua função. Quando defendemos, por exemplo, a escolaridade gratuita, é evidente que incluir manuais escolares, mas a competência da escolaridade não é das autarquias, é do poder central. E o poder central é que tem de pagar os livros. Aliás, as autarquias têm sido prejudicadas sistematicamente por causa disso. Por isso, não estamos de acordo que a autarquia pague os manuais, sobretudo a quem não é manifestamente carenciado. O governo devia ter essa função.

Por que linhas a CDU vai pautar a sua campanha política para as próximas eleições autárquicas intercalares, para a qual não existe subvenção estatal?
A CDU até acha que não devia ser necessário haver subvenção estatal. Nestas não há, e achamos muito bem. E vamos fazer esta campanha com meios próprios. Somos nós que fazemos os cartazes e eles são colados pelos nossos militantes. Vamos distribuir desdobráveis com os nossos pontos programáticos e a nossa lista, e vamos ainda ter murais pela cidade.

“O PCP APRESENTOU UM PROJETO LEI PARA A REVERSÃO DA GESTÃO DO HOSPITAL PARA O ESTADO”

Como via a demissão de todos os elementos do PSD, no passado mês de Outubro, provocando eleições intercalares na cidade?
Talvez dois meses antes, a CDU admitiu que isso viesse a acontecer, porque estávamos a assistir a um sistemático desentendimento na Câmara. Portanto, estávamos a ver a Câmara a desenvolver a sua atividade com muita dificuldade. Estávamos a ver o município a perder fundos comunitários, nomeadamente com as piscinas. Houve falta de bom senso. Não nos surpreende, embora entendamos que a responsabilidade do insucesso destes dois meses deve ser repartida. Até porque tínhamos alguma expetativa nesta Câmara precisamente por não ser de maioria absoluta. Porque as Câmaras de maioria absoluta em S.

GRANDE ENTREVISTA.

João da Madeira não têm funcionado muito bem na sua história. A primeira Câmara de maioria absoluta em S. João da Madeira, que foi socialista, iniciou o endividamento à EDP. Depois veio uma outra Câmara de maioria absoluta, do PSD/CDS, que culminou na demissão do Executivo, provocando uma das primeiras eleições intercalares da cidade. Mais tarde, S. João da Madeira teve uma Câmara de maioria CDS que terminou na perda de mandato do presidente, que até foi preso. Mais recentemente, tivemos os mandatos de maioria PSD, em que se realizou muita obra, mas não se preparou a Câmara para a eventualidade de se perder a maioria absoluta. Ou seja, o PSD estava habituado a ter a maioria absoluta, e não soube negociar com as outras forças políticas, que estavam ávidas de poder.

Uma vez que é um dos representantes da CDU na Assembleia Municipal, eleito nas últimas eleições autárquicas, no caso de ser eleito agora para a Câmara, terá de renunciar ao seu mandato na AM…
Sim, não posso manter-me nos dois órgãos. Sendo eleito, e estou com expetativas de ser, renunciarei ao meu mandato na Assembleia Municipal. Isto não é mais do mesmo.

Que balanço faz do trabalho desenvolvido pela CDU ao longo destes dois anos na Assembleia Municipal?
Acho que a CDU faz um balanço muito positivo. Desde logo, porque não alinhou em radicalismos, ao contrário de outros. Teve uma postura de estar a favor daquilo que entendia ser o melhor para S. João da Madeira, tivessem as iniciativas de um lado ou de outro. Umas vezes votámos contra o presidente da Câmara – como na questão do aumento do cumbrio –, outras tantas votámos a favor – nomeadamente na questão das Piscinas Municipais. Evidentemente que estamos a favor do investimento. Sabemos muito bem em que situação se encontram as nossas Piscinas Municipais. Por acaso sou engenheiro mecânico, e sei que aquela estrutura e aquela tecnologia está completamente ultrapassada. As piscinas são o equipamento de maior dongadas em S. João da Madeira. E a reabilitação não era um caminho, porque todo o equipamento está ultrapassado, e toda a estrutura da piscina está velha. Quanto à alegada falta de capacidade de endividamento, a Câmara tem algumas dificuldades de liquidez, mas não tem dificuldades de endividamento. A Câmara está a amortizar muito dinheiro em pouco tempo, ou seja, a Câmara tem pouco dinheiro porque está a pagar dívida. Não está falida, tem falta de liquidez. A Câmara precisava de negociar a dívida no seu prazo, para poder pagar menos em mais tempo. Portanto, estivemos a favor das Piscinas Municipais, como tantos sanjoanenses estiveram. Aliás, a Assembleia Municipal, por maioria, recomendou a construção das piscinas, e a Câmara não atendeu à recomendação do órgão deliberativo, o que é uma coisa muito pouco democrática.

O Hospital de S. João da Madeira foi uma das prioridades da CDU. Como vê a situação atual de suspensão da passagem da gestão do mesmo para a Santa Casa da Misericórdia?
O PCP apresentou, no dia 18 de dezembro, um projeto lei para a reversão da gestão para o Estado. Logo no seu artigo 1º, pode ler-se: "A presente lei determina a reversão do Hospital de S. João da Madeira para o Ministério da Saúde". Portanto, defendemos que a saúde pode ser praticada pela medicina privada, mas o Serviço Nacional de Saúde deve funcionar pelo Estado, e quem trabalha, na área da saúde, no Estado não deve trabalhar no privado. Não deve haver conflitos de interesses. Com todo o respeito pela Santa Casa da Misericórdia de S. João da Madeira, que teve o ato heroico de, nos anos 20, ainda S. João da Madeira não era concelho, construir um hospital de raiz. E à época, era o melhor hospital do norte de Aveiro. Mais tarde, ainda nos anos 60, quando a saúde não era um direito adquirido na Constituição, a Santa Casa construiu o atual edifício. Já no 25 de abril, perante uma democracia moderna, era incomodável termos a situação de que as pessoas tinham saúde se tivessem dinheiro, e se não tivessem dinheiro tinham saúde se houvesse Misericórdia. Isso era uma ideologia que tinha acabado. Portanto, nessa altura, os hospitais da Misericórdia, entre eles o nosso, passaram para a posse do Estado, ficando as Misericórdias a receber uma renda muito razoável. Neste momento, estão a surgir interesses de índole privada, que estão na procura de fazer parcerias público-privadas na área da saúde. Mas nós lutamos pela separação das águas. Aliás, em relação ao hospital, temos uma luta que começou já no governo de Guterres, quando ainda era Ministra da Saúde Maria de Belém. Foi ela que deu a primeira machadada no Hospital de S. João da Madeira. Porque foi a doutora Maria de Belém que fez uma lei que determinava a referenciação das Urgências. Ou seja, criou um mapa onde assinalava Urgência referenciadas. E S. João da Madeira não foi incluído, quando o nosso hospital tinha uma urgência médico-cirúrgica. Temos um abaixo-assinado, aliás, com mais de três mil assinaturas, contra essa não-referenciação. Mais tarde, no governo de Sócrates, o ministro Correia de Campos decidiu fechar as Urgências que não eram referenciadas. E fechou a nossa Urgência. Nós, que tínhamos uma urgência médico-cirúrgica, ficamos sem urgências. Também nessa altura, fizemos um abaixo-assinado, com cerca de seis mil assinaturas, contra o encerramento das urgências do hospital. A situação atual surge na sequência disto, e na sequência de um protocolo assinado pelo presidente Castro Almeida com a ARS Norte, em que só a CDU esteve contra, que previa a integração do nosso hospital no Centro Hospitalar Entre Douro e Vouga. Quando presentimos que um entregar o hospital à Santa Casa, apresentámos uma moção na Assembleia Municipal que, por unanimidade, foi aprovada e que era contra a entrega do hospital à Misericórdia e a favor da reabertura da urgência. Portanto, estivemos sempre nesta guerra. E por isso, agora, apresentámos este projeto-lei. Se o Bloco de Esquerda e o PS mantiverem a sua palavra, o projeto será aprovado.



“A NOSSA POPULAÇÃO VAI CASTIGAR AS FORÇAS POLÍTICAS QUE NÃO SE ENTENDERAM”

Engenheiro mecânico de profissão, o que o levou a lançar-se na vida autárquica?
Estou na política desde os 17 anos. A minha geração foi apanhada pela política por causa do regime e da guerra colonial. Naquela altura, quando se aproximava a idade de ir para a tropa, que era aos 21 anos, tínhamos a perspetiva de que íamos para a guerra. E isto motivava muita juventude a ser contra o regime. Por isso, aos 17 anos comecei a colaborar em núcleos de estudantes, lançávamos comunicados contra a guerra colonial, às escondidas, para não sermos presos, porque isso na altura dava prisão. Depois do 25 de abril, atuei sempre à esquerda. Acabei por integrar o PCP, e desde então tenho sido sempre candidato em S. João da Madeira. Não fui candidato nas primeiras eleições na cidade, mas desde 1979 fui sempre candidato. Já fui membro da Assembleia de Freguesia, da Assembleia Municipal, já fui vereador.

O que leva da engenharia para a política?
Há bons e maus políticos de várias profissões. A vida, a vontade de resolver problemas, a inimizade com a injustiça, é isto que leva as pessoas para a política. Quando me falam em políticos, não me acredito em nada disso. Os bons políticos podem ser de várias profissões. Não relevância que nenhuma profissão leva o privilégio de ter melhores políticos. Aliás, um dos políticos de S. João da Madeira que mais vezes ganhou eleições começou como operário da construção civil. O Secretário-Geral do meu partido era um operário metalúrgico. É evidente que ao exercer uma determinada profissão posso dominar melhor certos assuntos, mas isso não é determinante.

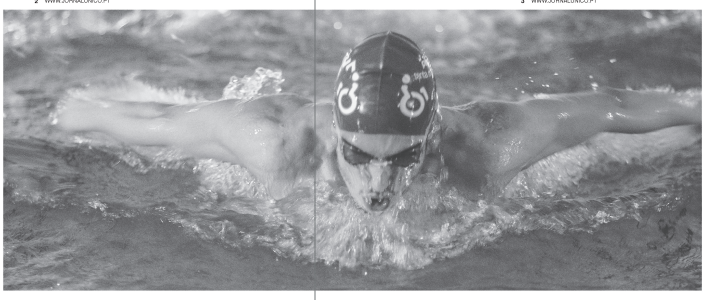
Apesar de a CDU não ter conseguido eleger vereadores nas últimas autárquicas, conquistaram maior número de votos. Neste sentido, quais são as expetativas para as próximas eleições?
Estamos com muitas expetativas de eleger um vereador. Várias vezes aconteceu não elegermos ninguém por poucos votos. Pensamos que a nossa população vai castigar todas as políticas que não se entenderam, que durante estes dois anos não souberam governar a cidade.

Como olha para a cidade hoje em dia? E como vê S. João da Madeira no futuro?
Olho para S. João da Madeira em duas perspetivas. Por um lado, preocupa-me que nos últimos anos a desindustrialização do país tenha atingido também S. João da Madeira. Passamos a ser um concelho em que o salário médio está abaixo da média nacional. E fomos ultrapassados, por força dessa desindustrialização, industrialmente, por concelhos próximos. Isto é fruto das políticas que o país seguiu, que privilegiaram a pequena e média indústria, aquela que foi o motor da nossa economia. Mas também olho para a cidade com um certo otimismo, porque a nossa configuração geográfica, o facto de sermos um concelho pequeno, permite-nos também resolver tudo de forma mais fácil. O ideal é aumentar a densidade demográfica, para isso temos de tornar-nos atrativos, porque quanto mais população, mais atividade. Atualmente, não temos uma densidade populacional muito alta, temos metade do Porto. E o Porto é uma cidade bem agradável. Era importante que a cidade tivesse mais habitantes por quilómetro quadrado. E era importante também que aproveitássemos esta nossa vocação que foi a indústria. Os sanjoanenses têm por AJN um certo dinamismo, e apesar de estarmos a viver este período difícil, que é atípico – porque esta falta de união é atípica –, pensamos que voltaremos a conquistar aquilo que de melhor temos, que é o desenvolvimento, o trabalho com dignidade.

DESPORTO.

RÚBEN LINHARES: "TRABALHO E MUITA GARRA" SÃO A CHAVE DO SUCESSO

TEXTO **FILIPA GOMES**
FOTOGRAFIA **DIOGO PEREIRA**



Rúben Linhares já tinha dado o aviso nos Europeus da Juventude, com uma brilhante prestação que lhe valeu quatro medalhas ao serviço da seleção portuguesa. Em Dezembro, na Póvoa do Varzim, o atleta da Feira Viva voltou a superar-se, desta vez garantindo os mínimos para o Europeu de 2016. "Trabalho e muita garra" são os ingredientes de sucesso do jovem sanjoanense, que sonha um dia ser treinador de natação adaptada.

Conseguiste o apuramento para o europeu de 2016, a realizar-se em Maio do próximo ano. Como te sentes com esta conquista?
Sinto-me muito satisfeito. Foi uma conquista muito positiva, é uma prova que me dá lugar no Campeonato da Europa, ainda por cima sendo aqui em Portugal, no Funchal. Para mim é um orgulho poder representar o meu país e a minha casa.

Quais são as metas para o Europeu?
Os meus principais objetivos passam por melhorar as minhas marcas pessoais nas provas em que vou competir. Depois, tudo o que vier vem por acréscimo, e, como eu digo, é bem-vindo.

Este ano também foste selecionado para representar a seleção nacional nos Jogos Paralímpicos Europeus da Juventude, nos quais arrecadaste quatro medalhas: duas de ouro, uma de prata e uma de bronze. Estavas à espera destes resultados?
Não estava à espera dos resultados, mas claro que sabia o quanto tinha trabalhado e o quanto me tinha esforçado para melhorar os meus tempos. No primeiro dia, quando vi que tinha ganho a medalha de bronze foi uma autêntica surpresa, porque não estava mesmo a contar. Os níveis competitivos eram muito altos, estavam lá os melhores atletas do mundo. Depois da primeira prova comecei a pensar que podia chegar ainda mais longe e foi essa a minha motivação para conseguir ganhar estas medalhas. Foi excelente, senti-me muito bem com estas conquistas.

O teu gosto pela natação vem desde pequeno, mas só em 2010 é que começaste a competir numa equipa de natação adaptada. Era uma coisa já querias há muito tempo?
Até 2010 praticava natação de salas, ou seja, duas vezes por semana, aqui em S. João da Madeira. E, na altura, o professor Luís, mais conhecido por Luísão, disse-me que havia uma equipa de natação adaptada na Feira e que eu devia ir lá fazer um treino. E pronto, decidi experimentar. Fui muito bem recebido e adaptei-me muito bem à equipa. Foi a partir daí que ganhei o gosto pela competição e por nadar cada vez mais e melhor.

Competes há apenas cinco anos, mas já arrecadaste imensos galardões. Quais são os ingredientes do teu sucesso?
Trabalho, trabalho e trabalho. Muitas horas "perdidas" na água, muita dedicação e muita garra. E também saber ouvir os profissionais, porque são eles que nos treinam diariamente e nos tornam cada vez melhores.

Quais são as tuas aspirações para o futuro?
Os meus objetivos de vida estão ligados à natação e passam por representar Portugal nos Jogos Paralímpicos. Esse é, sem dúvida, o objetivo mais alto da minha carreira. Claro que gostava de ganhar uma medalha nessa competição, isso também é um sonho por realizar. Mas a minha aspiração é mesmo participar nos Jogos e tentar fazer sempre mais e melhor.

> GOSTAVA MUITO DE PODER DIVULGAR A NATAÇÃO ADAPTADA EM S. JOÃO DA MADEIRA

Em algumas alturas da competição, a tua rotina de treino passa a ser bi-diária. É preciso muita ginástica e organização para conseguires conciliar a natação e a escola!
Nessas fases da competição acordo às 5h30 para treinar. Mal saio do treino tomo banho para me vestir e ir para a escola. Saio da escola, vou a casa fazer o suco e comer qualquer coisa e volto novamente às piscinas. Quando chego a casa aproveito para estudar. Não é fácil, mas quando se gosta, concilia-se bem o estudo e a natação.

O trabalho da equipa que te acompanha no clube Feira Viva é parte do sucesso alcançado?
50% é deles, e os outros 50% são meus, porque é preciso vontade e dedicação para lá estar. São eles que me dão os treinos, são eles que puxam por mim e que me apoiam incondicionalmente. Ter a motivação em alta é muito importante para os atletas.

Recentemente obtiveste o patrocínio da BiotecUSA. É um apoio importante para o teu desempenho como atleta?
Sim, ajuda-me muito na recuperação. É um apoio enorme, pois permite que consiga melhorar a minha performance nos treinos e, consequentemente, melhorar a minha prestação nas provas. Acho que sou dos poucos atletas de natação em Portugal que tem patrocínios.

Sentes que a divulgação da modalidade e dos feitos alcançados pelos atletas fica aquém do que deveria?
Fica muito aquém. Temos atletas a ganhar medalhas nos mundiais e nos europeus e a atenção é muito pouca: sai apenas nos jornais, na televisão é pouco divulgado e a maior parte das vezes aparece em rodapé, quando são mentes que deveriam ser conhecidos pelos portugueses, porque são motivos de orgulho. Na natação para, o Diogo Carvalho ganhou uma medalha há pouco tempo e muito pouca gente sabe, só quem está mais envolvido na modalidade, o que é uma pena.

Tirar o curso de Ciências do Desporto está nos teus planos. E um sonho teu contribuir para o crescimento de atletas e da natação adaptada em Portugal?
Sim, quero ser treinador de natação adaptada e claro que também gostava de ser treinador de natação para. Mas falo da natação adaptada porque é a área em que estou inserido e que conheço melhor. Gostava muito de poder divulgar a natação adaptada aqui em S. João da Madeira, visto que não temos nenhuma equipa na cidade. Temos uma excelente equipa de natação pura, com a Ana Rodrigues, uma atleta conhecida a nível nacional e internacional, mas ainda não se apostou numa equipa de natação adaptada. Gostava de poder mostrar e passar este bichinho que tenho pela natação a outras crianças e atletas.

ASSOCIAÇÃO DE DESENVOLVIMENTO DE SÃO JOÃO DA MADEIRA
facebook.com/ADesenvolvimentoSJM

Life &style

TEXTO **RITA MAGALHÃES**
FOTOGRAFIA **DIREITOS RESERVADOS**



10 DICAS PARA COMBATER OS EXCESSOS NATALÍCIOS

Agora que grande parte das festas estão terminadas, é altura de desintoxicar o corpo e voltar a entrar numa rotina saudável e sem excessos. A pensar no seu bem estar, o Único deixa-lhe esta semana 10 dicas para recuperar dos exageros que esta época do ano proporciona.

• Evite ingerir bebidas alcoólicas. Além de serem altamente calóricas, são mais uma toxina para o corpo que, nesta altura, precisa de ser hidratado por outros líquidos que não sejam prejudiciais ao normal funcionamento do organismo.
• Beba muita água e aposte no chá para hidratar o corpo e restabelecer os níveis do organismo.
• Volte a fazer exercício físico com regularidade. Não há nada como desgastar os quilinhos a mais com umas corridas ao ar livre ou no seu ginásio com a sua aula preferida.
• Tenha noites descansadas e bem dormidas para que no dia seguinte se sinta revitalizado e com energias para voltar a enfrentar a rotina. Esta é uma altura de grandes noitadas e pouco descanso, por isso aproveite os próximos dias para recuperar.
• Prefira grelhados e cozidos aos fritos e jantaradas dos últimos tempos. Opte por uma alimentação regrada, equilibrada e saudável.
• Evite qualquer tipo de doce ou produto de pastelaria, já que muito provavelmente já teve a sua dose nos últimos tempos. No entanto, não pense nos doces como alimentos proibidos porque isso só vai aumentar a sua ansiedade e vontade de comer.
• Deve comer várias vezes ao dia, de preferência de 2h em 2h, em poucas quantidades, de forma a saciar a fome sem ficar enfartado.
• Prefira legumes, peças de fruta e sopa nas suas refeições e reduza o consumo de hidratos de carbono, para que se torne mais fácil a perda de peso.
• À noite, opte por fazer refeições mais leves para que consiga ter uma noite descansada, evitando deitar-se com a sensação de enfartamento.
• No início da semana planeie as suas refeições e vá ao supermercado depois de comer. Fazer compras para encher a dispensa quando está com fome é muito caminho andado para exagerar nas quantidades e nos produtos que compra.

Aproveite esta altura para recuperar dos exageros natalícios, no entanto alertamos para não passar do 8 para o 80. A alimentação e os hábitos de vida devem ser o mais equilibrados e saudáveis possível. Estes são apenas alguns truques (que não são segredo para ninguém) que compilamos para facilitar esta tentativa de desintoxicação. Se sentir necessidade, deve consultar um nutricionista para não correr risco desnecessários.

FELIZ 2016!

ineditdynamik
componentes e pré-fabricados para calçado, s.a
www.facebook.com/Ineditdynamik geral@ineditdynamik.pt



PUBLIREPORTAGEM.

INSPIRING 2016 ENCHE OLIVA CREATIVE FACTORY

FOTOGRAFIA **CATARINA ADÃO**



O evento mais IN de passagem de ano esteve de regresso pelo terceiro ano consecutivo em S. João da Madeira.
Com uma organização cuidada, a superar-se em cada ano, com espaços de requinte e charme, aliando a tradição à inovação, está foi, garantidamente, uma das melhores formas de projetar os melhores desejos para 2016.
Num jantar de gala, com convidados vestidos a rigor, as bandejas desfilavam o delicioso 'manjar'! A noite prometia ser mágica e diferente!
Entre brindes, sorrisos e muitos 'flashes', rapidamente se instalou a boa disposição.
O relógio gigante marcou, segundo a segunda, o último minuto de 2015! Uma onda de felicidade instalou-se na Oliva! Explodiu cor! Brindou-se à família e às amizades! Trocaram-se beijos e abraços! Brindou-se a 2016!
O DJ Hugo Resende fez as honras da casa no antes e depois do internacional Intelek Deep. O cabeça de cartaz (en)cantou ao vivo, para um público que enlouq os seus hits mundiais.
Ragazzi, Funky Beats, Jorge Bastor e Gómez inspiraram a restante noite e animaram o vasto público.
Fazendo jus ao nome, INSPIRING 2016 foi, sem dúvida, uma noite inspiradora para invocar desejos de felicidade para este ano novo!
A Organização INSPIRING 2016 agradece a todos os que tornaram possível este evento, podendo proporcionar a todos os convidados uma grande festa! São eles:
Câmara Municipal de São João da Madeira
Oliva Creative Factory
PSP e Bombeiros Voluntários de São João da Madeira
SPA
Todos os BARES aderentes e apoios
Empresa de Catering, Limpeza e Segurança
Promotores e Relações Públicas
Equipa de Promoção do Evento
Fotógrafos
Produção de Vídeo e Imagem
Técnicos de Som e Luz
Equipa Montagem e Desmontagem
Equipa de Bengaleiro
Manecas Eventos e a todos os DJ's!
Associação Desportiva Sanjoanense
A todos os Patrocinadores e convidados.
A todos os outros não mencionados, mas cuja importância não se pode esquecer.

ENTREVISTA



ENTREVISTA

A CIDADE PERDEU IDENTIDADE NOS ÚLTIMOS ANOS

TEXTO FILIPA GOMES
FOTOGRAFIA DIOGO PEREIRA

É a primeira vez que o Partido Nacional Renovador candidata a Câmara Municipal de S. João da Madeira, tendo como cabeça de lista José de Almeida Pereira, 69 anos, o candidato diz que a cidade perdeu identidade, e assume como prioridade a defesa dos interesses dos sanjoanenses, combatendo a lógica economicista e a falta de proteção das famílias e empresas de S. João da Madeira

QUEREMOS QUE OS SANJOANENSES PERCEBAM QUE HÁ UMA ALTERNATIVA

PUBLICIDADE 1/8 PÁGINA



PUBLIREPORTAGEM



PUBLIREPORTAGEM

BRAGANÇA É A NOVIDADE DO CAMPEONATO NACIONAL TRIAL 2016

FOTOGRAFIA MÁRIO SANTOS

Atualmente avaliado em 2,5 milhões de euros, o Campeonato Nacional de Trial conquistou em 2015 uma maior presença mediática. Para 2016, Bragança é a novidade no calendário de provas. Mas há mais, a nova classe UTV e a atribuição do título do Campeão Nacional Absoluto.

UTV É A NOVA CLASSE

CULTURA



CULTURA

BALANÇO POSITIVO NO 1º ENCONTRO TRUPES DE REIS

TEXTO FILIPA GOMES
FOTOGRAFIA DIOGO PEREIRA

A Tuna do Voluntários de S. João da Madeira, com o apoio da Junta de Freguesia, organizou o primeiro encontro Trupes de Reis na Casa da Criatividade. O evento juntou vários grupos musicais de S. João da Madeira e das redondezas, e, segundo Ermelinda Santos, presidente da tuna organizadora, "o balanço não podia ser mais positivo"

MÚSICA

PARTY SLEEP REPEAT NOMEADO PARA OS IBERIAN FESTIVAL AWARDS

TEXTO CATARINA SOUSA

FUTEBOL



FUTEBOL

SANJOANENSE AVASSALADORA EM CASA

TEXTO FILIPA GOMES
FOTOGRAFIA DIOGO PEREIRA

Num jogo em que só a vitória interessava, a Sanjoanense não desiludiu e bateu o Moralgaia por 3-0. Com uma exibição muito bem conseguida, os alvinegros inauguraram o marcador bem cedo e, numa segunda parte avassaladora, consolidaram a vitória. A Sanjoanense mantém-se no quarto lugar, ficando adiada para a última jornada a decisão de quem disputará a fase de subida

BREVES

JUNIORES.

DISTRITAIS.

www.facebook.com/ineditdynamik

LIFE&STYLE



LIFE&STYLE

Life &Style

GLOBOS DE OURO 2016: OS MELHORES E OS PIORES

TEXTO RITA MAGALHÃES

A 73ª edição dos Globos de Ouro já foi há uma semana e, mesmo assim, continua a dar que falar. E não é só sobre os vencedores e vencidos que se fala, é sobretudo sobre os melhores vestidos, os melhores cabelos, joias e maquilhagem. Hoje, o Único traz até si o Top 3 das melhores e das piores de noite.

TÓ-SE.

ÚLTIMA



ÚLTIMA

TRIBUNAL DE AVEIRO CONVIDA SANJOANENSES A SUBSCREVEREM A AÇÃO POPULAR CONTRA ÁGUAS S. JOÃO

TEXTO CATARINA SOUSA SILVA
FOTOGRAFIA DIOGO PEREIRA

O Tribunal Administrativo e Fiscal de Aveiro emitiu um Edital, esclarecendo que todos os cidadãos recenseados em S. João da Madeira podem associar-se à Ação Popular contra a empresa Águas de S. João. Neste sentido, o segundo a Associação de Desenvolvimento de S. João da Madeira (AD SJM), autora do processo, "fica recorrentemente que o Tribunal considera que a ação tem matéria substantiva de interesse público, em termos do fundamento da Ação Popular"

www.facebook.com/ineditdynamik

REPORTAGEM



CUCUJÃES



REPORTAGEM DESPORTO



ILUSTRAÇÃO



LIFE&STYLE

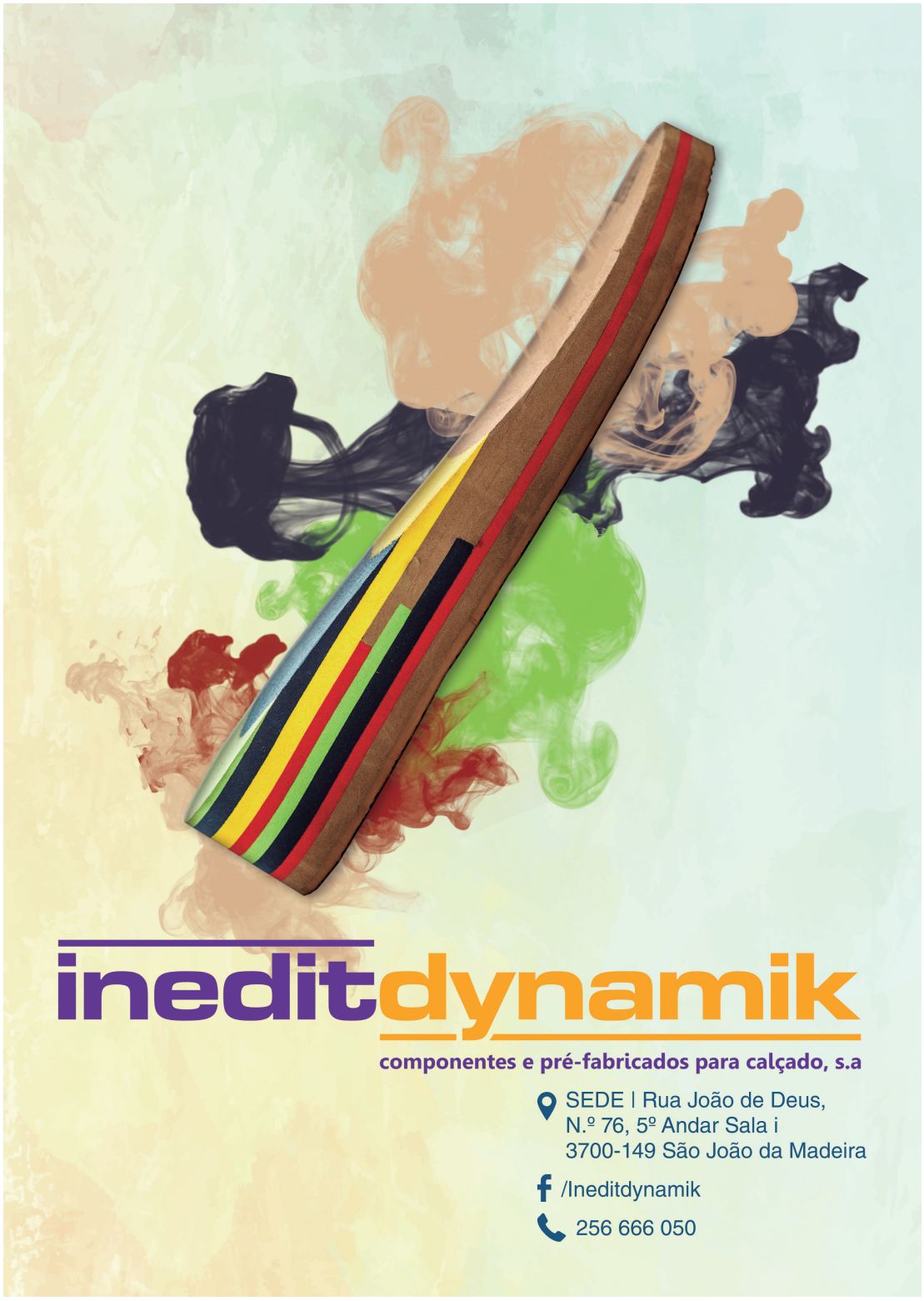


PUBLICIDADES 1/9 PÁGINA



PUBLICIDADES 1/9 PÁGINA




inedit dynamik
componentes e pré-fabricados para calçado, s.a
SEDE | Rua João de Deus,
N.º 76, 5º Andar Sala i
3700-149 São João da Madeira
/Ineditdynamik
256 666 050

GRANDE ENTREVISTA





DESPORTO





LIFE&STYLE



CULTURA



ENTREVISTA DESPORTO.

ENTREVISTA DESPORTO.

MARCO LOPES: "SINTO-ME NO PICO DE FORMA"

TEXTO FILIPA GOMES
FOTOGRAFIA DIOGO PEREIRA

Marco Lopes é a última barreira na linha defensiva dos lumiares negras e a sua prestação tem sido decisiva nas últimas conquistas da Sanjoanense. Aos 35 anos, o guardião alvinegro sente-se no auge da sua forma física, fruto de muito trabalho e dedicação. Com um planeal unido e em crescimento, o sam esquecer o apoio dos adeptos, o atleta acredita que a Sanjoanense está no rumo certo para garantir a manutenção.

A sua prestação no Sabax tem sido determinante para o cosmos triunfo da Sanjoanense. O foste de muito trabalho e dedicação?

Sim. Penamaro uma fase atribulada no início da época quando chegamos jogadores novos. Não foi fácil entrar num campeonato que já estava extremamente esta a acontecer neste momento, dois ainda motivados e a equipa está motivada. A margem de erro é pouca, já não estamos para brincar e temos de ser muito profissionais. O desenvolver de um jogo é completamente diferente, não pro- curamos ser bonitos, mas sim eficazes, ter todas a coisas perfeitas. Entrar daquele jogo estamos a fazer as consequências e ganhar desse jogo. Neste momento já consegui- mos ter paz e ser jogo a jogo, mas para

Quais são os treinos da last semana para se equipa se torje da visita?

Penamaro, a semana toda sem de muito trabalho e sem muito calor- es. E um prémio que nos temos tido- nesse ano estrito trabalho. Essas duas vitórias muito importantes.

Nesse gel está muita boa fase da sua carreira?

Sim. Penamaro este é muito normal em carreira de um atleta ser de pico- de forma e eu encontro-me assim- ver-me muito bem. Neste momento, sinto-me muito bem fisicamente e com muita confiança para ajudar a equipa a manter-se.

Surpreendeu o Barcelos foi a pedra, na 1ª jornada, com um empate. Esperava um início de jogo deste duro assim?

Duvidar o Barcelos era uma proba- bilidade muito pequena e consegui- mos provar-lhe ir um grande primeiro

Este ano, quatro dias depois, ven- ce o Candelária pela margem mínima.

Ocorreu graças dias para descan- sar depois do jogo em Barcelos. Foi um jogo muito desgastante, em que nos tinha custado e com um dos piores melhores jogadores, o Chico Barroso. Tivemos que fazer um jogo muito calculista. Não foi um bom jogo de futebol, mas foi um jogo de fortaleza e soffemos para garantir os três pontos.

Quem são os maiores da Sanjoanense para o equipa e do tipo de adep- tos?

Penamaro, a Sanjoanense tem um dos melhores plantéis, senão o melhor, dos últimos anos. Temos jogadores muito experientes e com muita qualidade, mas também temos jogadores novos. Não foi fácil entrar num campeonato que já estava extremamente esta a acontecer neste momento, dois ainda motivados e a equipa está motivada. A margem de erro é pouca, já não estamos para brincar e temos de ser muito profissionais. O desenvolver de um jogo é completamente diferente, não pro- curamos ser bonitos, mas sim eficazes, ter todas a coisas perfeitas. Entrar daquele jogo estamos a fazer as consequências e ganhar desse jogo. Neste momento já consegui- mos ter paz e ser jogo a jogo, mas para

O APOIO DOS ATLETAS FAZ-NOS TRANSCENDER

O apoio dos adeptos é fundamental para o bom desempenho da equipa?

Claro. Adeptos como estes, são- conhece um lado nenhum. Conhe- ces dizer que os fora-de-casa estão a equipa são tão bons vistos, são- ces, são muito bons. Quando estive- nos equipa. Quando estivemos mal, bastes fielmente vaia pedia, aquela- ces, são muito bons. Quando estive- nos equipa. Quando estivemos mal, bastes fielmente vaia pedia, aquela- do erro. O apoio dos adeptos faz-nos transcender. E mesmo fora temos adeptos de nossa lado e isto não- vamos isso nos outros lados. E mes- m

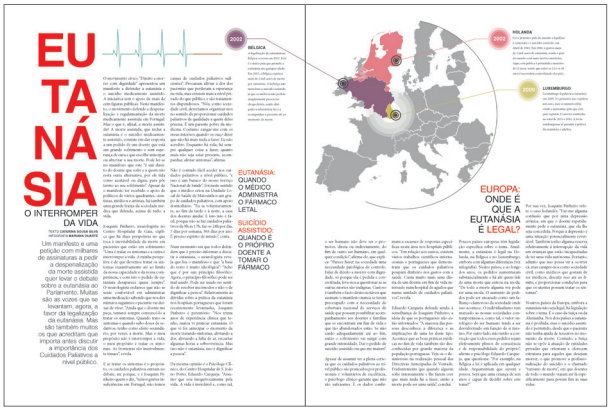
ENTREVISTA.



ENTREVISTA DESPORTO.



INFOGRAFIA.



PUBLICIDADE 1/4 PÁGINA.




DESEJA
FELIZ NATAL
E PRÓSPERO
ANO NOVO.
A TODOS OS SEUS CLIENTES
FORNECEDORES E AMIGOS
MYCHOOS
MYCHOOS
Vestuário
Gostei
Mensagem
Cronologia
Sobre
Fotos
Gostos
Vídeos


Federação Portuguesa de Todo o Terreno
FPTT
Federação Portuguesa de Todo o Terreno
Liga desportiva
Gostei
Mensagem
Cronologia
Sobre
Fotos
Gostos
Mais


inedit dynamik
Ineditdynamik
Equipamento comercial & industrial
Ligar agora
Gostei
Mensagem
Cronologia
Sobre
Fotos
Críticas
Mais


ASSOCIAÇÃO
DE DESENVOLVIMENTO
DE SÃO JOÃO DA MADEIRA
DESEJA
A TODOS OS ASSOCIADOS, VOLUNTÁRIOS E AMIGOS
FELIZ NATAL
&
PRÓSPERO ANO NOVO
Paz
Amor e União
Parceria
Determinação
Solidariedade
Qualidade de vida
Associação de Desenvolvimento
de S.João da Madeira
Organização sem fins lucrativos
Gostei
Mensagem
Cronologia
Sobre
Fotos
Gostos
Mais


DESEJA
A TODOS OS SEUS CLIENTES FORNECEDORES E AMIGOS
FELIZ NATAL
&
PRÓSPERO ANO NOVO
PROMOÇÃO
PASSAGEM DE ANO
QUARTO DUPLO COM OFERTA DE ESPUMANTE
•
50€
HOTEL A.S.
S. João da Madeira
Hotel A. S. São João
da Madeira
Hotel
Ligar agora
Gostei
Mensagem
Cronologia
Sobre
Fotos
Críticas
Mais

ENTREVISTA 1

IDENTIFICAÇÃO

Nome do Jornal: Jornal Único
Nome do Entrevistado: Dr. Jorge Lima
Cargo do Entrevistado: Fundador do Jornal
Tempo de Colaboração no Jornal Único: desde a fundação
Profissão: empresário

DADOS SOBRE O JORNAL

1. Sendo um dos fundadores do jornal, qual o motivo da sua criação?

A instituição em S. João da Madeira, e no norte do distrito de Aveiro, de um órgão de comunicação independente e único.

2. Como é que se tornou fundador do jornal?

Tratou-se primeiro de uma ideia, depois um pré-projecto e, muito rapidamente um desafio a que quis dar corpo.

3. Quais eram/são os valores que queriam transmitir aquando a criação do jornal?

Fundamentalmente uma informação independente e um projeto que se diferenciasse dos projetos de comunicação da região de Aveiro norte, pela qualidade em todos os aspetos, e também nos aspetos gráfico e estético.

4. Qual a faixa etária a que se destinava?

A todas as faixas etárias.

5. Inicialmente quais eram os objetivos do jornal?

Reportar uma informação única em termos de qualidade global.

6. O jornal encontra-se temporariamente suspenso. Quais foram os problemas com que se depararam?

O Único, como projeto empresarial, requer um envolvimento muito significativo do acionista/ fundador, e essa disponibilidade não existe neste momento.

7. Ao longo destes dois anos o jornal evoluiu de forma positiva ou negativa? Houve alguma estagnação? Porque?

O jornal evoluiu sempre positivamente no respeitante à informação e serviço prestado aos leitores.

Em termos empresariais o jornal estagnou em termos de sustentabilidade, pelo que terá que ser redesenhado em toda essa componente.

8. Gosta da imagem atual do jornal?

Sem dúvida!

9. Se pudesse alterar ou acrescentar alguma coisa no jornal, o que seria?

Implantaria uma estrutura profissional, qualificada, em termos comerciais.

10. Gostaria de ver o seu jornal com uma nova imagem?

Até este momento essa questão não se coloca.

11. De quem foi a autoria do design do jornal?

Do editor em termos de design, do primeiro ao último número publicado, com uma particular colaboração da Mariana Duarte durante um longo período, e de forma muito positiva.

12. Gostava de voltar a ver o Jornal ativo?

Com certeza que o Único vai voltar à atividade em 2017, antes disso creio que será impossível devido a outros projetos empresariais em que estou envolvido e que me retêm toda a disponibilidade.

Recomeçaremos a trabalhar no projeto em Janeiro de 2017 para voltarmos à publicação exatamente no mesmo mês e semana em que foi suspenso.

ENTREVISTA 2

IDENTIFICAÇÃO

Nome do Jornal: Jornal Único
Nome do Entrevistado: Rui Santos
Cargo do Entrevistado: Ex-diretor do jornal
Tempo de Colaboração no Jornal Único: 18 meses
Profissão: Jornalista

DADOS SOBRE O JORNAL

1. Como é que se tornou colaborador do jornal?

Por convite pessoal do principal impulsionador da criação do jornal, que pretendia marcar posição com um projeto inovador, sobretudo no universo dos media locais.

2. Qual era a função que desempenhava?

Diretor do jornal.

3. Quais eram os objetivos que tinha quando entrou?

Fazer jus ao nome que a publicação tinha: Único.

4. Qual era a imagem que queriam que o jornal transmitisse?

Uma imagem de objetividade, criatividade e, sobretudo, integridade, respeitando sempre as elementares regras do bom jornalismo.

5. Se tivesse que descrever o Jornal em três palavras, quais seriam?

Inovador, plural, Único.

6. O que é que o jornal trazia de bom à cidade de São João da Madeira?

Uma visão diferente, mas real, sobre a cidade e os seus protagonistas. O Único deu voz a personagens centrais da vida de S. João da Madeira que, até aí, não tinham praticamente expressão na opinião pública da cidade. Para além disso, deu um contributo muito importante na divulgação de eventos culturais, a maioria marginalizados até aí, bem como de figuras emergentes nesse meio.

7, Durante o tempo que foi colaborador, quais foram os problemas com que se deparou?

Alguma incompreensão sobre o rumo que o jornal foi tendo. Isso foi notório, sobretudo, na pouca expressão comercial (anúncios) que as edições evidenciavam. Um jornal gratuito, com 5 mil exemplares espalhados pela cidade e outros concelhos, uma qualidade elogiada por muitos, e não tinha anunciantes? É desta incompreensão que falo.

Quanto às condições de trabalho, eram muito satisfatórias: um escritório pequeno mas funcional. Comigo tinha uma equipa jovem, dinâmica e com qualidade nos seus diversos campos.

8. Ao longo destes dois anos, acha que o jornal evoluiu de forma positiva ou negativa? Houve alguma estagnação? Porquê?

A evolução do Único foi notória, de forma bem positiva. À vista saltou a maturidade gráfica que o jornal adquiriu, sendo bastante elogiado pela sua linha distinta e inovadora. Em termos de conteúdos, procurou sempre marcar pela diferença, e o tempo veio maturar as escolhas editoriais que foram sendo tomadas.

9. O que tem a dizer acerca das suas ultimas publicações?

Fizeram jus ao nome e ao conceito do jornal. Foram únicas e irreverentes. Isso foi, de certo modo, incompreendido por alguns, mas, se fosse hoje, tomaria exatamente as mesmas decisões editoriais. O público-alvo do Único assim o exigia.

10. Se pudesse alterar ou acrescentar alguma coisa ao jornal o que seria?

Incrementar uma vertente audiovisual forte, não como mero acrescento ao que a edição em papel oferecia, mas, antes, dando-lhe uma linha editorial própria.

11. Gostava de ver o jornal com uma nova imagem?

Infelizmente, o jornal já não se encontra em circulação, mas a sua imagem foi marcante, pelo que não a alteraria em nada.

12. Gostava de voltar a ser colaborador do jornal?

Não, apenas e só pelas razões que me levaram a sair do Único. Seria impossível voltar a colaborar com o jornal, mesmo que ele ainda estivesse em circulação.

ENTREVISTA 3

IDENTIFICAÇÃO

Nome do Jornal: Jornal Único
Nome do Entrevistado: António Loureiro
Cargo do Entrevistado: Autor do Design do Jornal
Tempo de Colaboração no Jornal Único: 2 anos e meio
Profissão: Designer Gráfico Freelancer

DADOS SOBRE O JORNAL

1. Ao iniciar o desenho do jornal, baseou-se em quê?

Procurei a cima de tudo fugir do formato convencional do jornal regional das redondezas.

As influencias foram muitas.. as portuguesas foram principalmente o Publico, Expresso e o I. em termos de estrangeiros alguns nomes como o El Economista, o Politiken, The Guardian...

2. O que era pedido que o jornal transmitisse a nível de imagem?

Um jornal fresco, apelativo, muito ênfase na foto e de fácil leitura.

3. Que tipo de normas seguiu para a construção do jornal?

A cima de tudo a foto era o objecto principal. foi transmitido ao fotografo que devia ser o mais criativo possível, pois não queríamos fotos iguais ao outros jornal , visto que na cidade de S. João da Madeira com apenas 9km quadrados existem mais 2 regionais que nos diziam o que não fazer, queríamos ser diferentes.

Depois existiam as grelhas, o ênfase nos títulos etc... Como era um jornal bimensal inicialmente, havia bastante tempo para explorar diferentes abordagens às páginas.

4. Quais as fontes que utilizava? Porque?

Acabei por usar a Helvetica e a Minion pois a direcção não estava disposta a comprar fonts então tive que usar o que legalmente era possível.

5. Eram fontes exclusivas, adaptadas ou adquiridas?

Como digo atrás eram Free Fonts/Fonts de Sistema.

6. O jornal tinha um guia/manual de estilo gráfico que assegurasse a coerência do mesmo?

Não existia um guia "físico" mas com o passar das edições, isso aconteceu com as edições. Nada melhor que analisar as edições e perceber o que tem em comum e explorar. Tínhamos que ser diferentes e únicos.

7. Quais os métodos de impressão utilizados no Jornal Único?

A impressão era Offset com planos de 8 páginas, a cores.

8. Qual o motivo que levou à escolha do formato e do papel utilizado no jornal?

Isso foi uma questão que foi em conjunto com a direcção. Quisemos um papel que fosse robusto , que não fosse demasiado fino, mas também houve a questão do preço. Mas acabou por haver uma boa relação entre os dois.

9. Os conteúdos eram organizados segundo alguma ordem?

Sim, claro. Os assuntos eram encandeados mas essa decisão pertencia à parte editorial/director do jornal. A equipa era pequena portanto era fácil estarmos em contacto para quais alterações de ultima hora como acontecem em todos os jornais.

10. Alguma vez foi considerado um redesign do jornal? Se sim porque?

Sim aconteceu por causa da mudança de periodicidade. Como era uma nova etapa, um novo desafio, decidimos que tinha chegado o momento.