



Instituto Politécnico de Tomar

Escola Superior de Tecnologia de Tomar

Rúben André Sousa Sarmento

SÁBADO: FORMA E CONTEÚDO

Relatório de Estágio

Orientado por:

Doutora Maria João Bom Mendes dos Santos

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

Resumo

O mundo do design editorial caracteriza-se pelos seus vários tipos de publicações, que têm em comum, apesar das diferenciações no estilo e no tipo de informação, o facto de procurarem relacionar o tema com o seu aspecto visual e com o seu público-alvo.

Neste trabalho reflectiu-se sobre as características de um tipo específico de publicação, as revistas de informação generalista. Neste caso particular a revista “SÁBADO”, de modo a tentar perceber de que forma os designers interpretam as suas temáticas e as transportam para a página impressa

Palavras-chave: Design editorial, Revistas de informação, Suplementos, Informação

Abstract

The world of editorial design is characterized by its various publications, which have in common, despite the differences in style and type of information, the fact that seek to relate the theme with its visual appearance and your target audience .

This work is reflected on the characteristics of a specific type of publication, the magazines of general information. This particular magazine “SÁBADO”, to try to understand how designers interpret its themes and transport it to the printed page

Keywords: Editorial Design, newsmagazines,
Supplements, Information

Agradecimentos

Em primeiro lugar gostaria de agradecer à Doutora Maria João Bom por se ter disponibilizado a orientar o presente ensaio. A sua orientação foi de grande importância para a realização do mesmo, devido à sua constante disponibilidade para esclarecer qualquer dúvida que surgia.

Agradeço a todos aqueles que atenciosamente me receberam na redação da revista “SÁBADO”, desde a direção, aos colegas do departamento gráfico, cujos nomes são apresentados de forma aleatória: Fernando Barata, Nuno Silva, Afonso Marques, Ricardo Milagres, Daniel Neves, Tiago Martinho, Ivan Kemp, Marta Luz, Filipe Raminhos e Marta Cristiano.

Um especial agradecimento a todos os entrevistados, Carles Duran, Teresa Sengo e Fernando Barata pela sua colaboração e disponibilidade.

A todos os meus colegas de turma especialmente aqueles que comigo privaram mais de perto e com quem partilhei ao longo do curso momentos de estudo e amizade.

Finalmente gostava de agradecer à minha família pelo apoio que sempre me deram e pelos valores transmitidos ao longo de meu crescimento.

Índice

INTRODUÇÃO	9
ENQUADRAMENTO E REDESENHOS	11
1. DESIGN PARA LEITURA	
1.1 Diferentes tipos de mensagem	12
2. ANÁLISE DA REVISTA “SÁBADO”	
2.1 Organização dos elementos na página	14
2.2 Levantamento iconográfico	16
2.3 CAPA	
2.3.1 Organização e importância	18
2.3.2 Diferentes tipos de capa	20
2.4 ESTRUTURA E INTEGRAÇÃO	
2.4.1 Formato	26
2.4.2 Grelha	28
2.4.3 Organização e sequência	30
2.5 DIFERENTES FORMAS DE CONTEÚDO	
2.5.1 Fotografia	34
2.5.2 Ilustração	36
2.5.3 Fotografia e Ilustração	38
2.5.4 Infografia	40
2.6 A COR COMO FORMA DE COMUNICAR	
2.6.1 O uso da cor	42
2.7 TIPOGRAFIA	
2.7.1 A escolha tipográfica e a sua utilização	44
2.8 REFLEXÃO SOBRE AS MELHORES PÁGINAS	
2.8.1 O que mais distingue a revista “SÁBADO”	46
2.9 SUPLEMENTO: TENTAÇÕES	
2.9.1 Conceito editorial do suplemento	52
2.9.2 Páginas interiores	54
2.9.3 Capas	56
3. UMA “VISÃO” SOBRE A CONCORRÊNCIA	
3.1 Diferenças e semelhanças	58
3.2 Newsmagazines Internacionais	62
CONCLUSÃO	68
BIBLIOGRAFIA	70
ANEXOS	72

Índice figuras

Figura 1 Três principais funções do conceito	13
Figura 2 Página dupla e a sua organização	15
Figura 3 Exemplos de capas e da sua organização	19
Figura 4 Capa SÁBADO	20
Figura 5 Capa SÁBADO	20
Figura 6 Capa SÁBADO	20
Figura 7 Capa SÁBADO	21
Figura 8 Capa SÁBADO	22
Figura 9 Capa SÁBADO	22
Figura 10 Capa SÁBADO	22
Figura 11 Capa SÁBADO	23
Figura 12 Capa SÁBADO	24
Figura 13 Capa SÁBADO	24
Figura 14 Capa SÁBADO	24
Figura 15 Capa SÁBADO	25
Figura 16 Formatos de papel e da revista “SÁBADO”	27
Figura 17 Grelha da revista	28
Figura 18 Organização e sequência do conteúdo na página	31
Figura 19 Organização do sumário	33
Figura 20 Utilização fotográfica	35
Figura 21 Utilização fotográfica	35
Figura 22 Ilustrações “Obituário”	36
Figura 23 Ilustrações da secção “Segurança”	37
Figura 24 Ilustrações da secção “Sociedade”	37
Figura 25 Utilização de fotografia e ilustração	38
Figura 26 Abertura da secção “Destaque” com a utilização de fotografia e ilustração	39
Figura 27 Fotografia e ilustração na secção “Dinheiro”	39
Figura 28 Infografia na secção “Dinheiro”	40
Figura 29 Infografia e utilização fotográfica	41
Figura 30 Infografia na secção “Sociedade”	41
Figura 31 Utilização da cor na Página	43

Figura 32 Tipografia como ilustração	45
Figura 33 Exemplo de entrada de artigo e técnicas utilizadas	46
Figura 34 Página inicial da secção “Dinheiro”	47
Figura 35 e 36 Utilização da mancha gráfica como ilustração	48
Figura 37 e 38 Entradas de artigo com a utilização de recortes e colagens	49
Figura 39 e 40 Entradas de artigo das secções de “Segurança” e “Dinheiro”	50
Figura 41 Entradas de artigo com a utilização de escrita caligráfica	51
Figura 45 Primeira capa da revista “Tentações”	54
Figura 46 Entrada de artigo “Tentações”	54
Figura 47 Exemplo do “Sumário” na revista “Tentações” e sua organização	55
Figura 48 Secção de “Restaurantes” da “Tentações”	55
Figura 49 Capa da “Tentações”	56
Figura 50 Capa da “Tentações”	56
Figura 51 Capa da “Tentações”	57
Figura 52 Resultados da circulação e vendas em banca em 2012/13	59
Figura 53 Exemplos de capas da revista “SÁBADO” e “VISÃO”	60
Figura 54 Exemplos e comparação de páginas interiores entre as duas revistas	61
Figura 55 Capas “l’Espresso”	62
Figura 56 Sumário da revista “l’Espresso”	63
Figura 57 Páginas interiores da revista “l’Espresso”	63
Figura 58 Capas “Stern”	64
Figura 59 Sumário “Stern”	65
Figura 60 Páginas interiores “Stern”	65
Figura 61 Capas “Le Nouvel Observateur”	66
Figura 62 Sumário “Le Nouvel Observateur”	67
Figura 63 Páginas interiores “Le Nouvel Observateur”	67

Índice de esquemas

Esquema 1 Principais elementos da página	17
Esquema 2 Grelha utilizada	29
Esquema 3 Exemplos da sequência das principais secções da revista “SÁBADO”	32
Esquema 4 Demonstração das diferentes cores utilizadas e secções a que pertencem	42
Esquema 5 Demonstração da utilização das diferentes fontes e a sua hierarquia	45

Introdução

A revista, uma das mais antigas formas de comunicação impressa, possui características que a diferenciam dos outros meios de comunicação, não apenas pelo seu espectro visual mas também pela temporalidade e expressividade que transmite à notícia. Por ser semanal, ou mesmo mensal, e não diária, como a grande maioria dos jornais, as revistas têm mais tempo para trabalhar os artigos, – o design da página e interpretar os acontecimentos. O design gráfico nas revistas tem como objetivo organizar as informações na página e facilitar a compreensão da mensagem, e, como consequência diferenciar a publicação da concorrência. Uma vez que todas utilizam componentes gráficos semelhantes, esta diferenciação é feita através da organização das informações e da forma como são apresentadas, de forma a contribuir para fidelizar e manter o interesse do leitor. Para isso é importante a criação de uma identidade visual capaz de se relacionar e cativar o público-alvo. É precisamente este ponto, sobre como as revistas interpretam as ideias literárias e as transportam para a página que vamos abordar neste trabalho. Para isso vamos utilizar como estudo de caso a revista de informação portuguesa “SÁBADO”, uma revista semanal, com um claro posicionamento de mercado e de identidade visual marcante, que aborda um grande número de temas distintos, desde o entretenimento, à informação e à interpretação dos acontecimentos.

O trabalho está dividido em três capítulos. O primeiro deles diz respeito à forma como os designers interpretam os diferentes tipos de mensagem e como determinam qual a melhor maneira de transmitir a informação na revista “SÁBADO”. No segundo foi feita uma análise diacrónica da mesma revista (que abrange desde as primeiras edições até às de 2013), onde reflectimos sobre os diferentes elementos que a constituem, e onde analisámos os seus sucessivos redesenhos. Por fim, no último capítulo, foi realizado um estudo comparativo entre a revista “SÁBADO” e as suas homólogas no mercado editorial, com especial destaque dado à revista “VISÃO”, a sua concorrente directa em território nacional.

Enquadramento e redesenhos

A revista “SÁBADO” foi fundada em 2004, tendo como primeiro director o jornalista João Govern, e desde cedo se caracterizou por ser uma revista com jornalismo rigoroso, criatividade e irreverência. Ao longo da sua história sofreu alguns redesenhos que alteraram o seu aspecto inicial com o objectivo de a melhorar e modernizar. O primeiro foi realizado logo após as primeiras edições da revista, e foi desenvolvido por Carles Duran do “Grupo Cyan” (ver anexo I). O seguinte redesenho foi realizado quando a revista comemorou os 10 anos de existência em 2014, e foi desenvolvido também por Carles Duran, sob a direcção de Rui Hortelão.

Neste trabalho focámo-nos essencialmente no primeiro redesenho (2004-2014), onde o principal factor diferenciador residia na atribuição de uma nova paleta de cores às caixas de informação dos artigos, e na escolha de novos elementos tipográficos. Na anterior versão eram utilizadas uma grande variedade de famílias (“Bell Gothic”, “Caecilia”, “Interstate” e “Warnock”), o que, se por um lado, aumentava a quantidade de factores contrastes e gerava ritmo de leitura, tornava também confusa a visualização da revista.

Os novos tipos escolhidos foram cingidos a uma variação de duas famílias e eram “Taz” e o “Borges Blanca”, que gravavam um contraste estilístico mais harmonioso.



Evolução da revista “SÁBADO” ao longo dos seus 10 anos (2004/2014) de história

Exemplo de capas da revista “SÁBADO” antes e depois do redesign de acordo com as novas linhas gráficas. Como podemos observar no primeiro redesign (capa do meio) para além da tipografia e da organização dos elementos na capa o logo também sofreu alterações, com o objectivo de lhe dar maior coesão e destaque. O estilo e tipografia do cabeçalho manteve-se, com o mesmo fundo vermelho que passou a ocupar toda a largura da revista. O título passou a ser apenas branco, com a introdução de uma ligeira sombra que lhe confere destaque. No último redesign (capa da direita) podemos observar as ligeiras alterações da capa que preservam toda a identidade da revista com o logotipo a ser ajustado a dimensões que permitem dar maior dinamismo à capa, em termos tipográficos, os títulos principais são agora compostos por tipo de letra serifado “Breve” (desenhada por Dino dos Santos) de proporções estreitas e aparência consistente.

Revista SÁBADO edição 1, 7 a 13 de maio de 2004, Capa; Revista SÁBADO edição 433, 16 a 22 de agosto de 2012, Capa; Revista SÁBADO edição 526, 29 de maio a 4 de junho de 2014, Capa

DESIGN PARA LEITURA

1.1 Diferentes tipos de mensagem: de que forma os designers interpretam as ideias literárias e as transportam para o design editorial?

É possível atribuir qualquer aspeto visual a uma ideia. A tarefa do designer é descobrir qual a melhor forma de a transmitir, e isso, no design editorial, acontece através de uma troca de ideias com o jornalista ou o editor responsável pelo artigo. A principal função do designer é analisar o tipo de conteúdo dos artigos e perceber que aparência e sensação as mensagens dos mesmos devem transmitir. Para percebermos qual o melhor caminho para o fazer é necessário entender de forma precisa qual o tema da mensagem. Para Timothy Samara, “a função da mensagem é sempre a mesma: envolver o público naquela mensagem ou assunto durante um período de tempo através de cores, imagens e tipografia específicas”¹. As informações conceptuais possuem, segundo o autor, três funções: A função primária, que consiste no assunto em si ou na ideia objetiva que vai ser percebida pelo leitor, como por exemplo um artigo relacionado com a história dos reis de Portugal ou com a política nacional etc.; A função secundária que se desenvolve através da função primária e se centra em tornar a mensagem clara e acessível ao leitor de modo a que esta lhe faça mais sentido, e que afeta, não só o aspecto visual da mensagem mas também a sua organização, e obriga a perceber qual o tipo de mensagem, a sua função primária, e quem são os possíveis leitores. Obviamente que um artigo relacionado com a eleição de um novo Papa deverá ter uma abordagem visual e gráfica diferente de outro relacionado com desporto ou artes, pois tratam-se de temas completamente distintos.

A maioria das mensagens possui ainda uma terceira função, a de transmitir uma interpretação emocional ou cultural ao público de forma a diferenciá-la, ou seja, é a mensagem que influencia a percepção ou o ponto de vista do público em relação a um assunto de forma a torná-lo mais relevante.

O designer pode dar maior destaque a qualquer um destes tipos de mensagem, contudo, os efeitos sobre o público irão ser diferentes: se for dada maior importância à função primária de um tema, o público julgará o conteúdo como sendo de maior confiança e credibilidade; se a função secundária for destacada dará ao leitor a ideia de fazer parte de uma comunidade,

*UM BOM DESIGN EDITORIAL CONSISTE ANTES DE MAIS NADA,
EM CONSEGUIR QUE AS PESSOAS TENHAM VONTADE DE LER
E DEPOIS EM CONTAR UMA HISTÓRIA*

Mark Porter



Figura 1 Três principais funções do conceito

Exemplos das três principais funções do conceito, da esquerda para a direita, a função primária, relacionada apenas com o aspecto essencial e direto do assunto, a função secundária direccionada para um público específico, e por fim, a função terciária, que filtra ainda mais a interpretação da mensagem primária

como se aquele artigo fosse pensado especialmente para ele. Se por outro lado, a função terciária for destacada o público vê a publicação como uma oferta de venda ou um apelo a uma ação. O design editorial pode deste modo desempenhar várias funções como transmitir diferentes sentidos e expressões do conteúdo, organizando-o de diferentes formas de maneira a atrair a atenção, e a facilitar a leitura do espectador. O designer deve trabalhar com os leitores da publicação com o objectivo de avaliar a forma editorial do conteúdo para perceber qual o método que melhor transmite a mensagem, qual o público-alvo a quem esta se destina, assim como estabelecer a ordem pela qual o conteúdo será apresentado. Qualquer que seja o tipo da informação ou a forma de a expor que o designer escolha enfatizar é importante fazer uma lista de questões para a concepção do conteúdo:

- ▶ Qual o assunto do artigo? Será algo concreto ou abstrato?
- ▶ Perceber se a informação será dividida e em quantas partes
- ▶ Quais as cores associadas ao assunto?
- ▶ A quem é que o artigo se destina?

Numa revista como a “SÁBADO” que escreve sobre uma grande variedade de temas, estas decisões acabam por ter grande importância, pois é necessário relacionar o assunto com o seu aspecto visual.

ANALISE

DA REVISTA “SÁBADO”

2.1 Organização dos elementos na página

Seja qual for o tipo de publicação editorial, as informações devem ser transmitidas ao leitor por uma ordem de importância, atribuída a cada parte do texto pelo designer, ou seja, tal diz respeito ao que deve ser visto e lido em primeiro lugar pelo leitor. Isto pode ser conseguido alterando as variantes do texto; o corpo, a caixa alta², ou através da mudança de espessura dos elementos ou alterando a textura da mancha.

Na capa de uma publicação, o título é o mais importante e por isso deve ser o primeiro texto a ser lido pelo leitor. No interior da publicação o texto deve interagir com as legendas, destaques, e outros detalhes, contudo, o texto do artigo em si deve ser visualmente diferente dos outros elementos. O designer tem ao seu dispor uma grande variedade de abordagens para estabelecer uma hierarquia no texto. Por exemplo, alterar a escala, ritmo ou orientação de um texto de forma a diferenciá-lo do resto e assim dar-lhe mais importância. O designer pode ainda juntar a maioria dos elementos, ou separar um elemento específico. Dado o facto de este elemento estar separado dos restantes dá-lhe mais peso visual e dará ao leitor a ideia de se tratar do título do texto.

Numa publicação, as diferentes posições que o texto assume distinguem não só a sua importância mas também a sua função, pelo que o texto principal de um artigo deve aparecer sempre na mesma posição, normalmente centrado na página. Outros elementos da página como o título da secção, ou o rodapé corrente da publicação, com o número de página e a data, têm uma importância secundária devido à distância destes em relação ao elemento principal da página, o texto corrente, e por isso passam quase despercebidos ao leitor.

No que se refere à revista “SÁBADO”, o texto corrente interage com as legendas, os destaques, as caixas de informação, entre outros elementos, e por isso ocupa uma área consistente de forma a ser visualmente percebido como diferente desses outros elementos. Assim, podemos observar que os espaços à volta do texto são manipulados com o objectivo de criar diferentes níveis de importância. Para além das diferenças de espaçamento entre os elementos, a hierarquia também é definida pelo tamanho, peso da tipografia que dão ao leitor a informação sobre o que deve ser lido em primeiro lugar, sendo por isso fácil de diferenciar na página o título do artigo, o *lead*, as legendas etc. Os títulos de abertura de cada secção são sempre a negro em caixa alta,

2 É uma expressão utilizada em tipografia que se refere à escrita em letras maiúsculas, inversamente a caixa baixa corresponde à escrita com letras minúsculas

O DESIGN PODE DESEMPENHAR VÁRIAS FUNÇÕES, COMO POR EXEMPLO DAR EXPRESSÃO E PERSONALIDADE AO CONTEÚDO, ATRAIR E RETER A ATENÇÃO DOS LEITORES OU ESTRUTURAR O MATERIAL DE UMA MANEIRA MAIS NÍTIDA

Yolanda Zappaterra

Dinheiro

BURLA. JULGAMENTO COMEÇA A 8 DE JANEIRO

O ESQUEMA DOS BI FALSOS

Manuel M. usou a identificação de Carlos Isidoro para fazer compras e usou bilhetes de identidade falsos para abrir contas bancárias para onde era transferido dinheiro roubado de outras.

Por Nuno Tiago Pinto

Há cerca de um ano que Carlos Isidoro tinha apresentado queixa pelo roubo da sua carteira, em Faro. Pediu novos documentos e não se preocupou mais com o assunto. Mas quando, em meados de 2009, começou a ser notificado para pagar centas de um telefone que nunca teve e de compras que não fez, num total de €2.859,33, percebeu que alguém teria usurpado a sua identidade. Entregou o caso à Polícia Judiciária (PJ), mas ainda teria de esperar mais de um ano até saber o que tinha acontecido, graças a um funcionário diligente do balcão do BPI, na Avenida de Roma, em Lisboa.

Nesse dia, 31 de Maio de 2010, o bancário atendeu um homem que quis activar uma conta aberta duas semanas antes e que se apresentou com um cartão de residência em nome de Gonçalves Álvaro Gomes. Desconfiado da autenticidade da identificação, o funcionário alertou o Serviço de Estrangeiros e Fronteiras - que confirmou que o documento era falso. Abordado pela polícia, o angolano tinha ainda na sua posse documentos em nome de António Subula Zua, Mateus António Cruz e Indira Sousa Zanda. O seu verdadeiro nome é Manuel M., um armador de ferro que, no próximo dia 8 de Janeiro, começa a ser julgado na 7.ª Vara Criminal de



Lisboa, acusado de 40 crimes de falsificação de documentos e cinco crimes de burla.

De acordo com a acusação do Ministério Público (MP), Manuel M. decidiu usar os documentos de Carlos Isidoro para adquirir "bens ou serviços" junto de diversas entidades sem ter de os pagar. A 11 de Março de 2009 terá ido à Vobis do centro comercial Floresta Center, em Sintra onde pediu a emissão de um cartão de cliente em nome de Carlos Isidoro que tinha associado um crédito

de €400. Para isso entregou um contrato preenchido e assinado, cópias do bilhete de identidade e número de contribuinte. No mesmo dia comprou artigos no valor de €403,60. Nunca os pagou.

UM DIA DEPOIS terá decidido aplicar o mesmo esquema no El Corte Inglés, em Lisboa. Mais uma vez pediu um cartão cliente em nome de Carlos Isidoro. Já na sua posse, comprou material informático no valor de

€1.198. Solicitou um plano de pagamento personalizado em três prestações - mas não saiu nenhuma. No mês seguinte repetiu o plano na loja Foreva do Oeiras Park. Ali a burla chegou aos €770. E já em Maio de 2009 fez um contrato telefónico com a Portugal Telecom. A 10 de Agosto, a 10 de Agosto, fez chamadas no valor de €487,07 - que, como as outras dívidas, foram cobradas ao verdadeiro Carlos Isidoro.

Na altura em que foi preso, Manuel M. teria em funcionamento um esquema mais elaborado. De acordo com o MP, no início de 2010 o armador de ferro foi abordado por indivíduos não identificados para arranjar contas bancárias para onde pudessem ser transferidas inúmeras verbas que ele levantaria e entregaria. Como recompensa, receberia 10 por cento por transacção. Aceitou. Mas decidiu abrir contas em nome de outras pessoas. Com a identificação de Gonçalves Álvaro Gomes foi ao Millennium bcp, ao Montepio Geral, ao BPI, ao BES e ao Santander Totta. Em nome de António Subula Zua, tornou-se cliente do Montepio Geral e do Baniif. E com a identificação de Mateus António Cruz ficou com contas no Baniif, no BPI, no Montepio Geral, no BES e no Millennium bcp.

Segundo o MP, estas contas seriam utilizadas por um grupo que entrava nos compu-

A rede de Net usada sem se saber como

RESPONSÁVEIS E FUNCIONÁRIOS DAS EMPRESAS DISSERAM DESCONHECER OS CULPÁVEIS

A INVESTIGAÇÃO da PJ às violações das contas bancárias levou os inspetores às sociedades Sanilite - Tecnologia Leite, Lda., de Salvaterra de Magos, e Alexandre Moutinho Comércio Auto, Lda., com sede em Valpaços. De acordo com os dados recolhidos junto das operadoras, algumas das transferências foram feitas a partir da rede de Internet das empresas. No entanto, os responsáveis e os funcionários das firmas garantiram não ter nada a ver com o caso nem saber como os envolvidos poderiam ter usado os seus recursos. A investigação não chegou a qualquer conclusão e a queixa contra desconhecidos foi arquivada.

tadores de proprietários de contas com o sistema home banking ou que se serviram de um vírus informático dissimulado no email e que é capaz de copiar as páginas dos bancos para recolher dados confidenciais como o nome de utilizador e a respectiva password.

A namorada do burlão disse à Polícia Judiciária que nunca teve acesso às contas que abriu

Terá sido através deste esquema - conhecido como phishing - que, a 21 de Maio de 2010, esse grupo transferiu €2.000 da conta de Patrícia e António F. para a de António Zua, no Montepio Geral. No dia seguinte, foram retirados mais €880. Depois de levan-

tar o dinheiro, de acordo com a acusação do MP, Manuel M. ficou com €500 e entregou €2.300 a desconhecidos.

ENTRE 25 E 27 DE MAIO do mesmo ano, o mesmo grupo terá feito três transferências de €2.000 cada de contas de Maria P. para outras de Mateus António Cruz, também do Montepio Geral. Depois de levantar €4.700, Manuel M. ficou com €1.300. Quatro dias depois era detido.

Com ele, sentada no banco das réus, estará a sua namorada de então, Antónia N., que responde por dois crimes de falsificação de documento. De acordo com a acusação do Ministério Público, a mulher terá concordado em abrir duas contas bancárias em nome de Indira Zanda, em agências do BES e do Baniif. Segundo contou à Polícia Judiciária, Antónia N. abriu as contas a pedido de Manuel M. Para isso apresentou um cartão de residência falso, um recibo da EDP e um documento provisório da Direcção-Geral dos Impostos. No entanto, a empregada de mesa afirmou também que nunca teve acesso às referidas contas porque a morada dos documentos era a do namorado e era ele que recebia os cartões de débito. ■

Figura 2 Página dupla e a sua organização

Exemplo de uma página dupla onde pudemos observar que a maioria dos elementos foram agrupados de forma estratégica, título e leed foram separados através de um maior espaçamento. Assim, a uniformidade necessária para que o leitor siga em frente é interrompida criando um ponto de fixação, que é interpretado pelo leitor como mais importante que os restantes elementos.

Revista SÁBADO, 20 a 26 de dezembro de 2012, edição 451, pág.84-85

para informar o leitor que se trata de uma secção distinta da anterior. Outra estratégia de diferenciação é a cor da tipografia (normalmente vermelho) usada para destacar algumas partes do texto como legendas ou palavras-chave nos títulos. Estas modificações na cor tipográfica criam uma ilusão de profundidade. Estes elementos são mais chamativos para o espectador, e por isso ocupam o nível superior da hierarquia. A paginação serve-se assim de todas estas variantes na criação da página de forma a hierarquizar a informação e a transmitir equilíbrio à composição.

2.2 Levantamento Iconográfico

Esquema 1 Principais elementos na página

Antetítulo

Funciona como uma pequena introdução do tema que vai ser apresentado

Título

É o maior elemento tipográfico da página, está por isso no topo da hierarquia

Lead

Todos os artigos possuem um *lead*, de duas a três linhas que esclarece o conteúdo do título

Texto

É a maior mancha tipográfica da página que se divide por três colunas

Títulos correntes

Funcionam como marcadores de informação, que localizam o leitor dentro da revista



Destaques

Pequenas partes do texto que ganham maior relevo, são pontos importantes que o designer ou o editor julgam merecer maior evidência. Surgem normalmente no centro da mancha de texto a vermelho, ganhando assim maior importância visual



O MÉDICO.
Tem **61 anos**, foi
militante do PCP e é
casado com uma
professora de
Matemática

Legenda

São pequenos textos que acompanham as imagens e que fornecem informações sobre o conteúdo da fotografia, normalmente estas informações encontram-se fora da área da fotografia, mas em alguns casos a legenda aparece dentro da fotografia quando esta contém vários elementos que necessitam de descrição

À mesa com a dupla bloquista

SE A POLÍTICA REFLECTISSE AS ESCOLHAS DE UM ALMOÇO ELES NÃO ESTARIAM DE ACORDO

A CELULOSE.

João Semedo
prefere a **agenda de
papel** apesar de ter
o iPhone pousado
na mesa

PEIXE E FRUTA.

Ela prefere o
robalinho no forno,
a papaia para
sobremesa, tudo
mais leve



CALORIAS.

Ele bebe chá
gelado, come **ovos
mexidos com presunto**
e remata com
mousse de limão

BARATO.

A refeição dos
líderes bloquistas
custou **€11,85**, preço
do menu e, no fim,
cada um pagou a
sua conta

A TECNOLOGIA.

Catarina Martins usa
o **calendário do
iPhone** para acertar
a agenda com
o co-líder

rina Martins acena afirmativamente mas não comenta. "Tenho mais anos de vida parlamentar, talvez seja por isso." Na direcção do partido, alternam a conduzir as reuniões, seja no secretariado ou seja na comissão política.

JÁ DERAM ENTREVISTAS conjuntas à RTP e ao *Jornal de Notícias*. A jornalista Maria Flor Pedroso entrevistou-os à vez para a Antena 1: 15 minutos para cada, sem ouvirem o que disse o outro. Apesar do discurso calibrado, nem tudo bateu certo. Qual dos dois seria primeiro-ministro? Chamavam Louçã? Semedo deixou a questão em aberto. "Não sei se chamaríamos Francisco Louçã ou outro português ou portuguesa, não sei se seria eu ou a Catarina. Seria um problema tão novo que teríamos de ver." Catarina nem mencionou Louçã e foi mais evasiva: "A actividade política constrói-se em cada momento. É na construção das políticas que se constroem os protagonistas." Outra diferença: Semedo não negou que aceitava ser líder a solo. Ela recusaria: "Não aceitaria uma coordenação sozinha. Só conjunta." João Semedo resume à SÁBADO o que entende por uma liderança bicéfala: "A liderança, que é habitualmente um exercício solitário, mudou para uma forma solidária." •

Caixas de informação

São elementos que contêm informação ou curiosidades que complementam o texto principal, na maior parte das vezes estas caixas são delimitadas por uma moldura rectangular e costumam estar posicionadas na zona central da mancha de texto

2.3 CAPA

2.3.1 Organização e importância

A capa de uma revista é um dos seus elementos mais importantes, pois é aquele que transmite a primeira impressão geral que o público tem da publicação. Para Timothy Samara, “a capa funciona como uma embalagem, mas também como uma ponte entre o mundo exterior e a experiência interior da publicação. Seja ela projetada para vender ou informar, deve ser levada cuidadosamente em consideração”³.

No caso da “SÁBADO” a capa funciona como uma ferramenta que reflete a informação sobre o conteúdo específico daquela edição e contém, também, a imagem e a marca da revista. Uma vez que as publicações são expostas em quiosques, a capa deverá conseguir distinguir-se do resto da concorrência, através de uma imagem forte, boa organização do texto e da manchete⁴ que deverá ser simples e tipograficamente forte, de forma a atrair maior interesse e influenciar o público-alvo a comprar. A capa da revista contém assim três objetivos fundamentais: Identificação, distinguindo-a da concorrência através do seu logotipo e tipo de paginação; despertar a atenção do leitor, de forma a que a revista não passe despercebida nos quiosques onde compete com muitas outras publicações; indicar, através de imagens e texto os acontecimentos em destaque bem como os principais conteúdos.

Segundo Yolanda Zapatterra, “as capas podem ser desenhadas de diferentes maneiras, e por isso são classificadas em três grupos principais: capas figurativas, conceptuais ou baseadas em texto”⁵. Apesar de a maioria das revistas se concentrar apenas num tipo de capa, a revista “SÁBADO” aufere de uma maior liberdade criativa o que lhe permite ensaiar os diferentes tipos de capa com o objetivo de diferenciar o aspecto visual da revista de edição para edição, assim como surpreender e cativar um maior número de leitores. Tal é feito sem nunca desrespeitar o aspecto estrutural da revista.

3 SAMARA, Timothy, “Guia de Design Editorial”, Bookman 2011, pág.84

4 A manchete é a notícia mais importante da capa e trata o acontecimento que segundo a linha editorial da revista merece o maior destaque em correspondência com a orientação editorial da publicação.

5 ZAPATERRA, Yolanda, “Diseño Editorial”, GG 2008, pág.34

NÃO VEMOS UMA MULHER DE SUTIEN PRETO NA CAPA DE UMA REVISTA DE JARDINAGEM, MAS APOSTO QUE A PUNHAM LÁ SE PENSASSEM QUE VENDIAM MAIS EXEMPLARES

Andy Cowels, diretor de arte da revista Rolling Stone



Figura 3 Exemplos de capas e da sua organização

Exemplos de capas onde podemos ver os principais elementos que as constituem. Em cima o nome da publicação que funciona também como logotipo. Este elemento ocupa sempre a mesma posição na capa e mantém sempre a mesma tipografia e cor. Em seguida o título principal da edição com a foto relacionada com o mesmo domina toda a composição; Por fim podemos encontrar referências a artigos de menor importância. Apesar da existência de uma foto principal é também comum a introdução de outras imagens, mais pequenas, muitas das vezes em cima do próprio logotipo, que servem não só para ilustrar os artigos secundários, bem como nestes casos para anunciar uma promoção da revista.

Revista SÁBADO, 28 de fev. a 6 de mar.; 7 de mar. a 14 de mar.; 14 de mar. a 20 de mar. 2013, edições 461, 462, 463, Capas



Figura 4 Capa SÁBADO

Revista SÁBADO, 26 de abril a 2 de maio, 2012 edição 417, Capa



Figura 5 Capa SÁBADO

Revista SÁBADO, 15 a 21 de setembro, 2011 edição 385, Capa

2.3.2 Capas figurativas

Este tipo de capas são mais comuns nas publicações editoriais relacionadas com a vida social ou a moda, onde se utiliza frequentemente uma fotografia de rosto ou corpo. Apesar de muitas publicações utilizarem este tipo de capa, a “SÁBADO” utiliza algumas estratégias para tornar as suas fotos mais interessantes e chamativas. Isto é conseguido através da utilização de fotografias que expressam emoções menos frequentes, e do contacto visual, fundamental para atrair os leitores (ver fig.4). Uma fotografia de corpo inteiro, por exemplo, com uma figura em movimento pode transmitir a ideia de dinamismo e aventura (ver fig.6). Contrariamente a outros tipos de capa onde podemos, ou não, destacar o título principal, conforme o conceito que queremos passar, neste tipo de capa é sempre necessário jogar com a imagem e perceber qual é a melhor forma de colocar os restantes elementos da página de forma a dar-lhes o destaque necessário.



Figura 6 Capa SÁBADO

Revista SÁBADO, 15 a 26 de março, 2012 edição 411, Capa



PRÉMIO BOOKER 2010
GRÁTIS O EBOOK
A QUESTÃO FINKLER

ESTUDOS E EFEITOS SECUNDÁRIOS
O QUE AS EMPRESAS DE REMÉDIOS
ESCONDEM DOS DOENTES

LIDERA TREINOS BRUTAIS DE SEGURANÇA PESSOAL
MARCO DO BIG BROTHER AGORA
É UMA ESTRELA MILITAR NA CHINA

SÁBADO

www.sabado.pt
Nº 456 – 24 A 30 DE JANEIRO DE 2013 – €3 (CONT.)



50

ANOS DE JOSÉ MOURINHO

EDIÇÃO ESPECIAL

Na semana do seu aniversário,
a SÁBADO preparou uma
revista para guardar com
50 fotos surpreendentes,
50 frases provocadoras,
50 histórias fantásticas
e 50 inimigos inesquecíveis

Figura 7 Capa SÁBADO

Revista SÁBADO, 24 a 30 de janeiro, 2013 edição 456, Capa

2.3.2 Capas exclusivamente tipográficas

Este tipo de capa é bastante raro atualmente, mas é precisamente isso que aumenta o seu impacto no espectador. As letras e palavras são formas poderosas que, por vezes, têm maior impacto visual do que as próprias imagens. A escolha da tipografia, nestes casos, é também influenciada pelo tipo de tema que a revista aborda, ou seja, é necessário criar uma ligação entre a tipografia e o tema abordado, o que torna a compreensão da mensagem por parte do leitor imediata a todos os níveis. Como também podemos ver em alguns casos, as letras assumem qualidades pictóricas, além daquelas que definem a sua forma, na fig.9 é dado maior destaque ao ano de “2013”, as dimensões extremas do ano fazem com que o número entre no domínio das imagens.



Figura 8 Capa SÁBADO

Revista SÁBADO, 10 a 16 de maio, 2012 edição 419, Capa



Figura 9 Capa SÁBADO

Revista SÁBADO, 13 a 19 de setembro, 2012 edição 437, Capa



Figura 10 Capa SÁBADO

Revista SÁBADO, 27 de março a 3 de abril, 2013 edição 465, Capa

**A HISTÓRIA DE PORTUGAL DE JOSÉ HERMANO SARAIVA
NÃO PERCA: GRÁTIS A PARTIR DA PRÓXIMA SEMANA**



SÁBADO

www.sabado.pt
Nº 457 – 31 DE JANEIRO A 6 DE FEVEREIRO DE 2013 – €3 (CONT.)

AS REVELAÇÕES DE
UM LIVRO EXPLOSIVO

O QUE ESCONDEM OS DOCUMENTOS MAIS SECRETOS DA MAÇONARIA

A lista dos 54 dirigentes que chegaram
à cúpula da organização

Os políticos expulsos

As actas das reuniões onde foi aprovada
a criação de um serviço de espionagem



10 PERGUNTAS INESPERADAS A MILITANTES DO PS
Qual dos dois fugiria primeiro de
uma avalanche? Seguro ou Costa?

A VERDADEIRA HISTÓRIA DE MARÍA BELÓN

Entrevista com a sobrevivente do
tsunami que inspirou o filme *O Impossível*



Figura 11 Capa SÁBADO

Revista SÁBADO, 31 de janeiro a 6 de fevereiro, 2013 edição 457, Capa



Figura12 Capa SÁBADO

Revista SÁBADO, 4 a 10 de outubro, 2012 edição 440, Capa



Figura13 Capa SÁBADO

Revista SÁBADO, 29 de março a 4 de abril, 2012 edição 413, Capa

2.3.2 Capas conceptuais

Uma das imagens de marca da revista “SÁBADO” são as suas capas e entradas de artigo conceptuais. Este tipo de capas acabam por ter um grande impacto, pois expressam apenas o conceito geral de uma história, em vez de a mostrar literalmente, ou seja, transmitem expressão e personalidade ao conteúdo, de forma a captar a atenção do leitor. Na conceção deste tipo de capas utilizam-se várias técnicas, como o uso de ilustrações, tipografia, recortes e colagens. Assim, este tipo de capas funciona como uma espécie de cartaz, pois têm o objetivo de ser chamativas. Contudo, e por muito conceptual ou artística que a capa seja, muitos dos seus elementos mantêm-se inalterados, como o título principal, o logotipo e os restantes títulos secundários da edição.

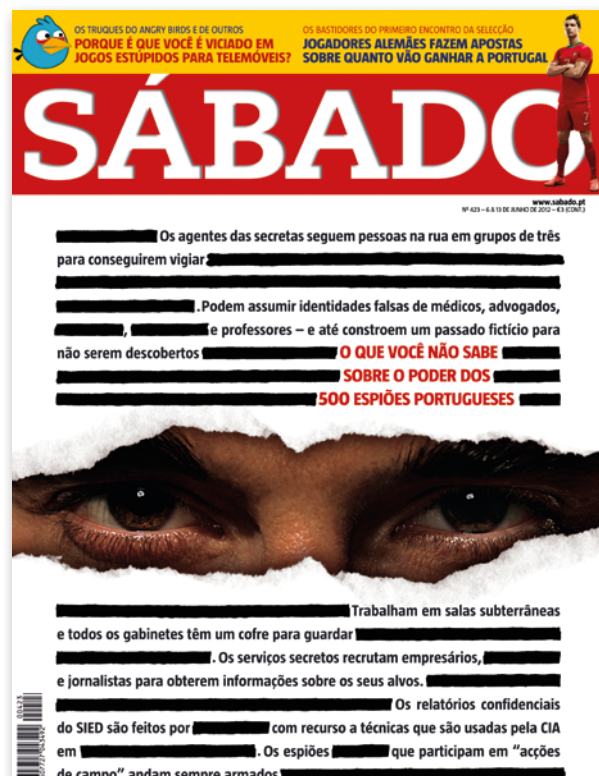


Figura14 Capa SÁBADO

Revista SÁBADO, 6 a 3 de junho, 2012 edição 423, Capa

ESPECIAL: AS FOTOS E AS HISTÓRIAS DOS ATENTADOS

OS 1.124 DESAPARECIDOS DO 11 DE SETEMBRO

SÁBADO

Nº 384 - 8 A 14 DE SETEMBRO DE 2011 - €3 (CONT.) www.sabado.pt

ESMAGADOS PELOS IMPOSTOS

O Governo está a subir
impostos de 9 em 9 dias

Em apenas três meses, cada
português já perdeu €840

Até ao fim de Setembro
ainda vão aumentar
mais 6 impostos



Guia completo: 29 perguntas para perceber
quanto é que as novas medidas já lhe estão a custar

VIOLÊNCIA NAS ESCOLAS

A professora que se sentou
em cima dos alunos

ESTREIA NOVO FILME

Actores que trabalham quase
de graça para Woody Allen



NEGÓCIOS, POLÍTICA E BASTIDORES

WikiLeaks: as novas
revelações sobre Portugal

Figura15 Capa SÁBADO

Revista SÁBADO, 8 a 14 de setembro, 2011 edição 384, Capa

2.4 ESTRUTURA E INTEGRAÇÃO

2.4.1 Formato

Nas publicações periódicas a legibilidade do texto e a clareza da informação são aspetos fundamentais para que a mensagem chegue ao leitor, contudo, para o designer existe algo ainda mais importante, a integração de imagens, cores e outras mensagens através da conjunção de um layout⁶ dinâmico e de uma estrutura consistente. A publicação como um todo é um objeto que interage com a audiência, e para facilitar essa interação o aspeto das páginas interiores de uma revista não deve perder a sua ligação visual e conceptual. Grande parte da construção de uma publicação está relacionada com os aspectos conceptuais do conteúdo, a força visual das imagens e da tipografia. Antes de começarmos a analisar a forma como todos estes elementos se interligam entre si na página é necessário considerar onde é que se encontram e como isso pode influenciar a organização da página, ou seja, o formato da publicação. Muitas publicações utilizam formatos padronizados, que são bastante úteis, pois cabem facilmente na maioria dos expositores. As proporções destas edições fazem uso inteligente dos tamanhos de folha padrão o que permite um menor desperdício de papel.

A “SÁBADO” apresenta um formato ligeiramente inferior ao A4. Uma vez que os leitores esperam o padrão, pequenas mudanças no formato da publicação criam uma mudança imediata na apresentação (diferente da que os leitores estão habituados a ver) sem afetar as questões práticas (a legibilidade do texto, o espaçamento, a hierarquia e a estrutura). O formato também é pensado em função do leitor, pois como é ligeiramente mais pequeno e também mais prático e fácil de transportar. A dimensão da revista desempenha um papel muito importante na forma como a publicação é experimentada. O formato vertical, por exemplo, reflete o corpo humano, uma vez que cria um impulso visual e de leitura que é tenso e ativo.

⁶ Layout é uma palavra inglesa, que significa plano, arranjo, esquema, design ou projeto. Na área do design editorial, o layout é um esboço ou rascunho que mostra a estrutura física de uma página de um jornal ou revista. O layout engloba elementos como texto, gráficos, imagens e a forma como se relacionam num determinado espaço. Assim, o layout consiste num rascunho, esboço ou projeto que dá uma ideia de como será a aparência final da página. Pode ser um desenho simples numa folha ou algo mais evoluído, quando o projeto já está numa fase mais avançada.

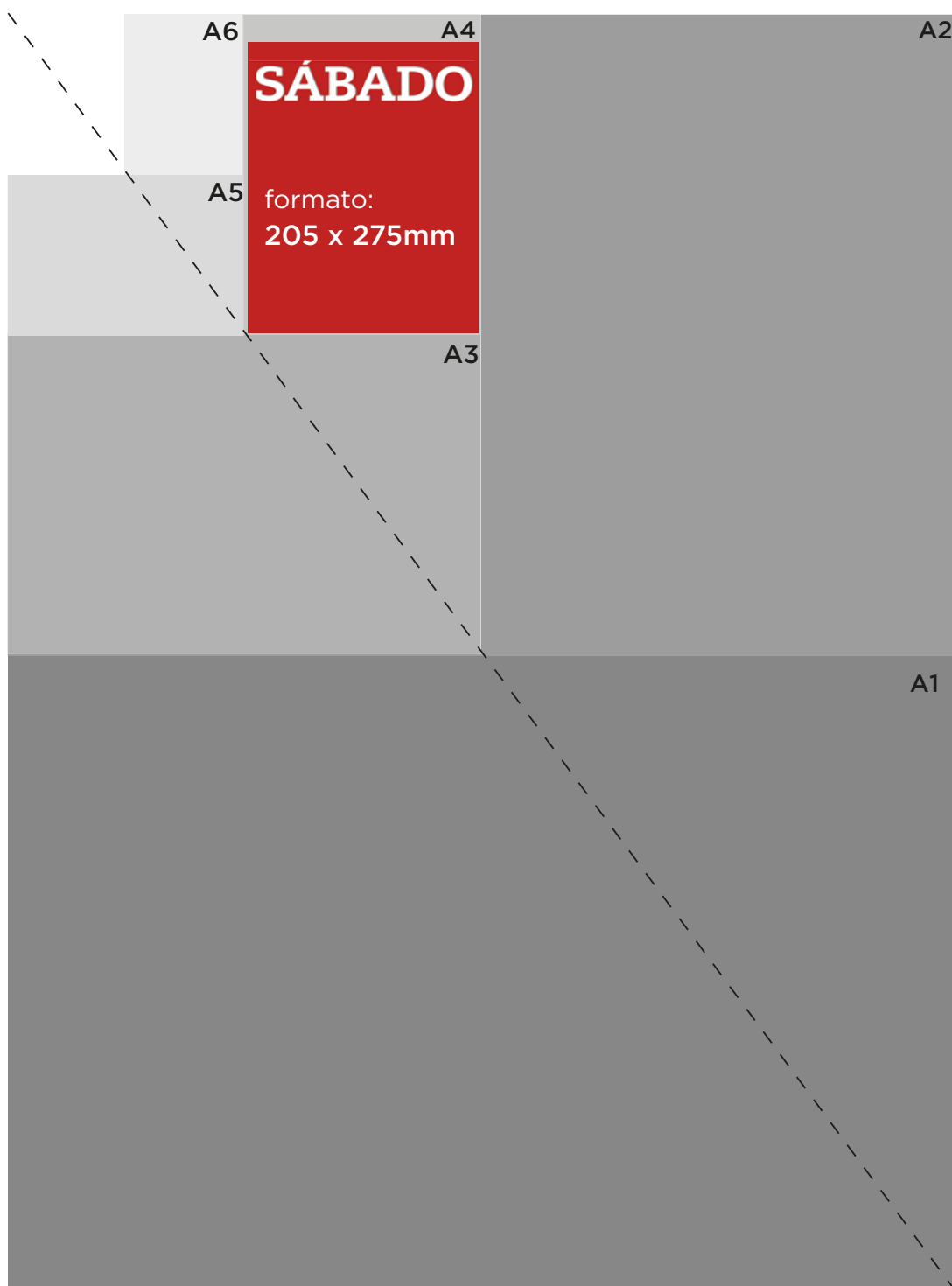


Figura 16
Formatos
de papel
e da revista
“SÁBADO”

Exemplos dos diferentes formatos padrão usados na Europa. Utiliza-se um sistema proporcional com base num metro quadrado de papel (A0), a sua proporção é projetada de forma a que quando dobrada a folha mantenha a mesma proporção que a anterior possuía. O formato de papel A4 é o mais próximo do formato da revista “SÁBADO” e mede 210x297mm.

2.4.2 Grelha

Na mesma página o texto pode apresentar-se a toda a largura da página ou composto em colunas. É necessário estabelecer uma relação de funcionalidade entre o corpo da letra, as características do tipo, a entrelinha⁷ e a largura de colunas. Para Robert Bringhurst, “a grelha proporciona consistência à publicação, uma coerência visual que permite ao leitor concentrar-se no conteúdo em detrimento da forma”⁸. Timothy Samara refere também que, “a grelha introduz uma ordem sistemática ao layout, que diferencia tipos de informação, e que facilita a navegação entre eles. O leitor sabe onde localizar a informação procurada, porque os pontos onde se cruzam as divisões horizontais e verticais funcionam como sinalizadores daquela informação”⁹.

Nas publicações periódicas, ao contrário de um romance, a largura das colunas é bastante menor pois ilustram artigos e notícias muito mais curtos. Esta composição em colunas encontrada em revistas e jornais, deve-se ao facto de, deste modo, as manchas dos diferentes artigos ou notícias se articularem melhor entre si com imagens, respondendo à dinâmica imposta pela periodicidade. Todo o trabalho de design tem como objetivo final a resolução de problemas a nível visual e organizacional. A grelha é assim uma forma de organizar os vários elementos da página, títulos, texto, imagens etc.

São várias as vantagens de trabalhar com grelhas pois introduzem uma organização sistemática ao layout, diferenciando os tipos de informação e facilitando a navegação entre eles. Na revista em análise é utilizado um sistema base de doze colunas onde o texto e as imagens podem ser expostos com grande clareza, e que permite uma maior flexibilidade. As colunas podem ser utilizadas de forma dependente umas das outras para um texto corrente, ou independentes para pequenos blocos de texto. A grelha de colunas também possui uma estrutura subordinada formada por guias horizontais, que são intervalos verticais que permitem ao paginador acomodar quebras incomuns de texto ou de imagem na página e que criam faixas horizontais ao longo do formato. A utilização de grelhas na revista não tem apenas o objetivo de organizar o material mas também de o hierarquizar. Nos artigos mais pequenos utiliza-se uma grelha de quatro colunas, enquanto os artigos principais utilizam uma de 3 colunas.

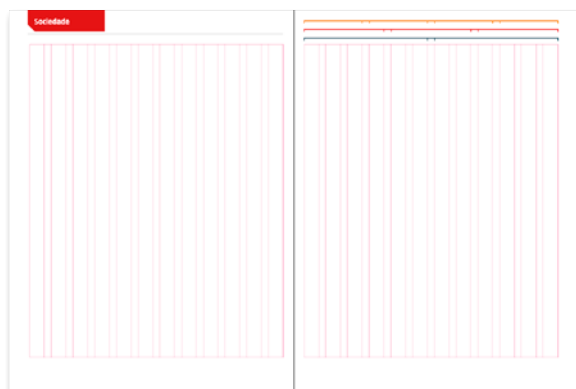


Figura 17 Grelha da revista

Na imagem podemos observar a grelha utilizada na revista “SÁBADO” de 12 colunas, este sistema é bastante flexível pois permite que o texto se desdobre entre 2, 3 ou 4 colunas usadas nas diferentes seções da revista.

7 Entrelinha refere-se ao espaço entre duas linhas de texto. A entrelinha deve ser grande o suficiente para poder proporcionar uma leitura otimizada do texto, essa medida, contudo varia conforme o corpo e a fonte utilizada.

8 BRINGHURST, Robert. “Elementos do Estilo Tipográfico”. Cosac & Naify 2005

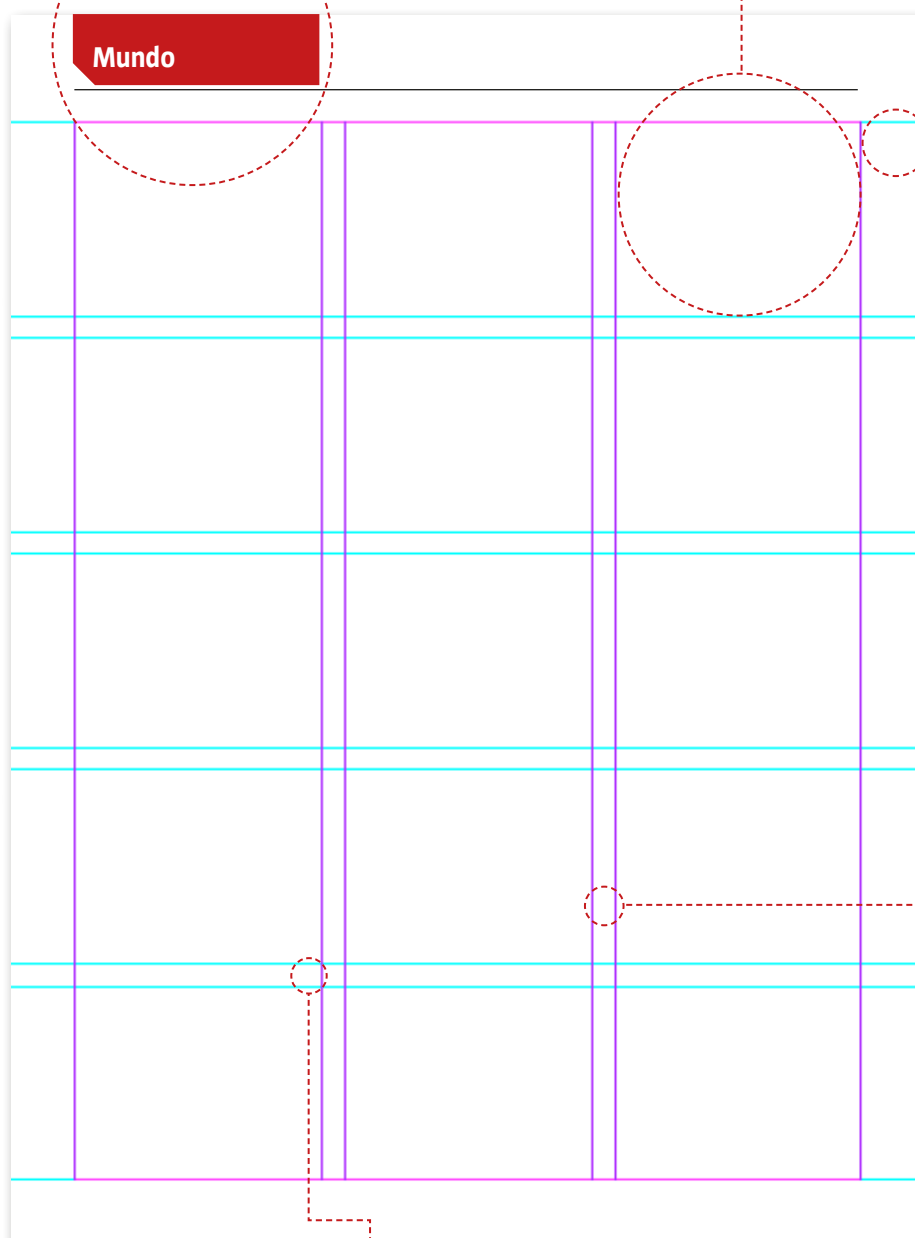
9 SAMARA, Timothy. “Grid: Construção e desconstrução” Cosac & Naify 2007, pág.9

Marcadores

Têm como função informar o leitor do início de uma nova secção

Colunas

São alinhamentos verticais que criam divisões horizontais entre as margens, neste caso temos uma grelha de três colunas, no entanto na revista "SÁBADO" utilizam-se grelhas diferentes que correspondem a tipos distintos de informação



Margens

São o espaço branco entre o fim da página e o conteúdo, a área onde o texto e as imagens serão organizados. As margens não apresentam as mesmas medidas (margem superior 25mm, margem inferior, dentro e fora, 15mm) o que ajuda a estabelecer a tensão global no interior da publicação

Goteira (5mm)

São os espaços brancos situados entre duas colunas, a goteira deve ser larga o suficiente para poder separar as duas colunas e não dificultar a leitura

Esquema 2 Grelha utilizada e seus constituintes

Guias Horizontais

São linhas que dividem o espaço de forma horizontal. Estas guias ajudam a conduzir o olhar ao longo da página sendo também utilizadas para alinhar texto e imagem

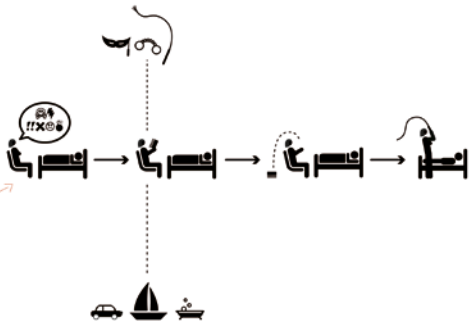
2.4.3 Organização e sequência

Outro aspeto relacionado com a estrutura da revista é o ritmo e a sequência das páginas, que estão relacionados com o tempo que o leitor “gasta” em cada página. Ao variar esse ritmo do mais tranquilo ao mais dinâmico a publicação pretende atingir vários objetivos. A cada página o leitor é envolvido de forma diferente pelas novas variações da apresentação, por outro lado, essas diferenças de ritmo também transmitem ao leitor uma mudança significativa no tipo de conteúdo, o que demarca a alternância entre as diferentes secções¹⁰ da revista. Isto também é evidenciado pelo número de colunas utilizadas, pela cor tipográfica, e pelo tipo de imagens apresentadas.

Grande parte da organização de uma publicação é determinada pela sua estrutura geral. A revista “SÁBADO”, designadamente, está dividida em diferentes partes: uma série de secções fixas com páginas dedicadas ao mesmo tipo de informação a cada edição, como os artigos de opinião, o editorial ou a entrevista semanal, que podem ser vistas em todas as edições na mesma ordem, tais como a “Entrevista” os “Bastiadores” (trata-se de um texto escrito pelo diretor da revista onde se faz uma pequena introdução aos principais destaques da “SÁBADO” e “Tentações”). e o “Editorial”. Estas secções são depois acompanhadas por outros artigos principais, que ocupam mais páginas e exploram com mais profundidade os temas principais da semana e que apresentam conteúdos diferentes a cada edição. Dentro de cada secção os artigos têm uma variação visual, para tornar a leitura mais interessante para o leitor. Estas variações visuais entre secções são conseguidas através de uma diferenciação estrutural, que utiliza uma grelha diferente para cada tipo de informação. Nos artigos de opinião utiliza-se a grelha tradicional de três colunas, visível em quase toda a revista. Noutras secções como a “Semana”, que se caracteriza por ter artigos de menor dimensão, utiliza-se uma grelha de quatro colunas, com filetes¹¹ a dividir os artigos. O ritmo também não é apenas visto em secções diferentes mas também em artigos de maior dimensão como o “Destaque”, o artigo de maior importância da edição semanal e que por isso ocupa várias páginas da revista. A articulação do seu conteúdo com texto e imagens muda continuamente a cada página, de acordo com a posição relativa dos elementos. Por outro lado, a secção da “Sociedade” apresenta artigos mais pequenos (normalmente de uma página), que proporcionam uma leitura muito mais rápida. Contrariamente ao que se verifica num romance que só poderá ser entendido quando lido de forma ordenada e integralmente, não se

10 Espaço que na organização editorial de uma publicação se dedica a um tema que pode ser mais ou menos desenvolvido, podendo ter características gráficas que lhe transmitem alguma autonomia nessa edição

11 São linhas utilizadas no design gráfico e editorial que servem para reforçar a divisão entre dois elementos, como texto ou imagens.



COMO A VIDA SEXUAL DAS MULHERES MUDOU COM AS CINQUENTA SOMBRAS DE GREY

Perguntámos a 230 portuguesas o que gostariam de fazer na cama, ou noutra sítio qualquer – a hipótese vencedora até foi ter sexo no elevador. Previsível? Então veja como a trilogia alterou as fantasias de seis portuguesas. Por **Tânia Pereira**

Só trocou o nome do perfil no Facebook para Anastasia F. na altura do Natal, depois de começar a ler as *Cinquenta Sombras de Grey*. A conta falsa, uma espécie de alter ego que utiliza para trocar mensagens, fotos sensuais e páginas eróticas com um amigo e colega de trabalho, já existia há uns meses, mas com outra identificação. A mudança foi uma espécie de homenagem a Anastasia Steele, a virgem inocente de 21 anos que se apaixonou por Christian Grey, o multimilionário charmoso, misterioso e atencioso, sete anos mais velho, que a inicia no universo do BDSM (*bondage, dominação, sadismo e masoquismo*).
Afinal, foi por causa dela que a portuguesa Anastasia F., 35 anos, descobriu o prazer da submissão sexual, começou a pedir ao parceiro que usasse um chicote "muito ao de leve" no quarto e passou a ser adepta de *spanking* (palmadas). Apesar de garantir que nunca teve tabus e que por isso até já tinha uma vida sexual bastante desinibida, diz que o livro veio apimentá-la ainda mais, porque lhe ensinou novos jogos e situações. Foi depois de o ler que percebeu, por exemplo, para que serviam as bolas chinesas que tinha comprado há tempos, mas que permaneciam no fundo de uma gaveta por preguiça. Numa noite, pediu ao amigo, com quem já mantinha uma relação sexual, para ler um excerto do livro em que o casal as utiliza. Depois de lhe ler os olhos, reproduziam a cena inteira, não no Quarto

Vermelho da Dor, como no romance de E. L. James, mas no quarto da casa onde Anastasia F. mora, em Braga.
"Somos ambos doidos por sexo, a nossa relação na cama excede qualquer expectativa, temos as mesmas fantasias, a mesma forma de encarar o prazer. Fazem estes jogos como se tivéssemos uma relação proibida, às escondidas, excita-nos imenso", confessa. O primeiro livro da trilogia de E. L. James, que o amigo lhe ofereceu, funciona como uma espécie de manual, de onde copiam enredos e brincadeiras. Anastasia F. diz que não só se revê na história como admite que, depois de a ler, ficou com vontade de experimentar quase tudo – tirando ser amarrada ou amordaçada. "Tenho claustrofobia, por isso nunca podemos levar os nossos jogos ao limite do livro. Ele prende-me as mãos, mas não atrás das cost

tas, de forma a que eu me consigo mexer, e não me prende as pernas. Também me vendam os olhos, mas não me tapa a boca".

ANASTASIA F. NÃO É CASO ÚNICO – a trilogia está a mudar as fantasias sexuais das mulheres em todo o mundo. Numa entrevista a um jornal espanhol, em Dezembro, a própria autora deu conta da revolução: "Recebo imensos e-mails de leitoras a agradecerem-me, dizem que a sua vida sexual melhorou muito". A escritora e especialista em sexualidade humana e educação sexual Sylvia de Bejarin, autora de *O Sexo anda mais no feminino*, confirma: "A quantidade de mulheres que vêm aos meus workshops e dizem que pedem aos maridos que lhes façam aquilo que leram é impressionante. O Grey inspirou-as". Num inquérito online feito pela SARADO e a que responderam 230 mulheres portuguesas, 92 confessaram que ter sexo no elevador é uma das suas fantasias. As opções ter sexo de olhos vendados e ter sexo em locais públicos vêm logo a seguir. As três acontecem, repetidamente, ao longo da trilogia *Cinquenta Sombras de Grey*, que já vendeu mais de 65 milhões de cópias em todo o mundo e 270 mil em Portugal, onde estão a ser preparadas reedições dos três livros (só como termo de comparação, o último livro de José Rodrigues dos Santos, *A Mão do Diabo*, um best-seller, vendeu 123 mil).
Se tivesse respondido ao inquérito, também teria colocado uma cruz na hipótese vencedora. Casada há 19 anos, com dois fi

QUAL FOI O FETICHE MAIS VOTADO ENTRE AS 230 MULHERES QUE RESPONDERAM AO INQUÉRITO?

VEJA NA PÁGINA 39

6 AOSTO 2008

SÁBADO

A TRÊS COM OS DOIS HOMENS?

UMA NOVA REVOLUÇÃO SEXUAL

UMA NOVA REVOLUÇÃO SEXUAL

UMA NOVA REVOLUÇÃO SEXUAL

18 cenas de sexo, 30 mordedelas e outros números das Cinquenta Sombras

275 páginas de sexo, 30 mordedelas e outros números das Cinquenta Sombras

18 cenas de sexo, 30 mordedelas e outros números das Cinquenta Sombras

18 cenas de sexo, 30 mordedelas e outros números das Cinquenta Sombras

18 cenas de sexo, 30 mordedelas e outros números das Cinquenta Sombras

TER SEXO DE OLHOS VENDADOS COM HOMENS FARDADOS

TER SEXO DE OLHOS VENDADOS COM HOMENS FARDADOS

TER SEXO DE OLHOS VENDADOS COM HOMENS FARDADOS

TER SEXO DE OLHOS VENDADOS COM HOMENS FARDADOS

TER SEXO DE OLHOS VENDADOS COM HOMENS FARDADOS

QUANTAS MULHERES CONCESSAM TER CINCO OU MAIS FANTASIAS SEXUAIS?

QUANTAS MULHERES CONCESSAM TER CINCO OU MAIS FANTASIAS SEXUAIS?

QUANTAS MULHERES CONCESSAM TER CINCO OU MAIS FANTASIAS SEXUAIS?

QUANTAS MULHERES CONCESSAM TER CINCO OU MAIS FANTASIAS SEXUAIS?

QUANTAS MULHERES CONCESSAM TER CINCO OU MAIS FANTASIAS SEXUAIS?

Figura 18 Organização nas páginas

Exemplo de um artigo de "Destaque", onde podemos observar a principal estratégia de sequência com a utilização de imagens ao corte e em pequenos formatos sempre no topo da página. Esta escolha na disposição das imagens aumenta o peso visual nessa zona, contudo isso é balanceado com a disposição de caixas de informação, assim como a utilização de destaques que também transmitem uma ideia de sequência através da ordem das cores utilizadas que vão sendo alternadas em todas as páginas.

Revista SÁBADO, 21 a 27 de fevereiro, 2013 edição 460, pág.32-39

pode esperar que a revista seja lida de uma ponta a outra, devido à multiplicidade dos temas, ou seja, a sua leitura deverá começar normalmente pela capa e depois saltar de artigo em artigo conforme os interesses do leitor. Para tal é necessário garantir uma organização consistente de forma a facilitar a utilização da revista, quer por parte dos leitores habituais, quer ocasionais. Dos artigos principais o “Destaque” é sempre o que aparece em primeiro lugar e aquele de tem um maior número de páginas. Seguem-se os restantes artigos, muitos deles apenas de página dupla. Outro especto importante são os textos de opinião, normalmente de página simples, que estão distribuídos ao longo da revista e que servem de divisão entre as secções principais. Nestes artigos de opinião é focado, não só o ponto de vista informativo mas também a perspectiva pessoal. Estes são assinados por personalidades que se destacam em várias áreas como política ou economia. No esquema em baixo podemos ver como se organiza normalmente a revista em termos de conteúdo.

Esquema 3 Exemplo da sequência das principais secções da revista “SÁBADO”



Sumário		Nº 452, 27 de Dezembro de 2012 a 2 de Janeiro de 2013	SÁBADO
CAPA 36 Voltámos à escola durante uma semana 20 anos depois, a repórter voltou a fazer trabalhos de casa, a ir ao quadro e a jogar futebol nos intervalos. FOTO DE CAPA: ALVARO REIS/AGF; PRODUÇÃO: SANDRA PEREIRA, MODELO: MARTINO MATOS, DA AGF			
DESPORTO 90 O nosso melhor tenista perdeu com a miúda Chegou às meias finais do campeonato de infantis em 1989. Agora de frente a actual campeã, de 13 anos. TENTACIÕES Discos, livros, lojas: o que não pode mesmo perder em 2013 82 LOW COST Ganhe noites de oferta em hotéis para a passagem de ano e ainda descontos em restaurantes. Poupe €1.225,80			
Entrevista Paulo Oom: Pediatra responde às maiores dúvidas infantis...32 Destaque Aulas: Jornalista foi aluna do 6º ano durante uma semana...36 Portugal Reportagem João, 11 anos, e Sara, 26, foram ao Parlamento...44 Ficção Estamos em 2090 e eu tenho 78 anos...48 Cartas O que as crianças escrevem a Salazar...52 Mundo Estados Unidos Como vivem as duas filhas de Barack Obama...56 Dinheiro Albert: Aos 7 anos já era milionário...58 Segurança Crime Bruno Silva roubou o primeiro carro com 9 anos...62 Sociedade Uma Aventura As autoras escrevem uma história exclusiva...68 Quotidiano O dia-a-dia de duas crianças: na aldeia e na cidade...73 Memória Quando eu, jornalista da SÁBADO era dos Ministérios...74 Apelidos Menina ou Moço: adultos com nome de criança...76 Escola Os bilhetinhos trocados na sala de aula...78 Imprensa Miúdos com a idade da SÁBADO lêem a revista...80 Família Experiência O filho de 13 anos mandou em casa por um dia...82 Social História Reis adolescentes que governaram Portugal...84 Desporto Ténis Desafiamos a campeã de infantis – e perdemos...90 Artes Desenhos Artistas plásticos pintam livros infantis de colorir...94 Opinião José Pacheco Pereira 81 Nuno Rogeiro 30 Alberto Gonçalves 98 E mais... 6 Bastidores 18 A Semana 72 Alexandre Pais 10 Editorial 29 Obituário 88 Figuras 15 Do Leitor 60 Pedro Guerreiro			

Sumário		Nº 452, 27 de Dezembro de 2012 a 2 de Janeiro de 2013	SÁBADO
38 30 70 Entrevista Paulo Oom: Pediatra responde às maiores dúvidas infantis...32 Destaque Aulas: Jornalista foi aluna do 6º ano durante uma semana...36 Portugal Reportagem João, 11 anos, e Sara, 26, foram ao Parlamento...44 Ficção Estamos em 2090 e eu tenho 78 anos...48 Cartas O que as crianças escrevem a Salazar...52 Mundo Estados Unidos Como vivem as duas filhas de Barack Obama...56 Dinheiro Albert: Aos 7 anos já era milionário...58 Segurança Crime Bruno Silva roubou o primeiro carro com 9 anos...62 Sociedade Uma Aventura As autoras escrevem uma história exclusiva...68 Quotidiano O dia-a-dia de duas crianças: na aldeia e na cidade...73 Memória Quando eu, jornalista da SÁBADO era dos Ministérios...74 Apelidos Menina ou Moço: adultos com nome de criança...76 Escola Os bilhetinhos trocados na sala de aula...78 Imprensa Miúdos com a idade da SÁBADO lêem a revista...80 Família Experiência O filho de 13 anos mandou em casa por um dia...82 Social História Reis adolescentes que governaram Portugal...84 Desporto Ténis Desafiamos a campeã de infantis – e perdemos...90 Artes Desenhos Artistas plásticos pintam livros infantis de colorir...94 Opinião José Pacheco Pereira 81 Nuno Rogeiro 30 Alberto Gonçalves 98 E mais... 6 Bastidores 18 A Semana 72 Alexandre Pais 10 Editorial 29 Obituário 88 Figuras 15 Do Leitor 60 Pedro Guerreiro			

Figura 19 Organização do Sumário

Exemplo de como o sumário é organizado na página.

A cada edição a disposição de texto e imagens é alterada

Revista SÁBADO, 13 a 19 de setembro, 18 a 24 de outubro, 2012 edição 437, 442; sumário

Sumário

Localizado no início da revista o sumário é uma ferramenta bastante útil, principalmente para os novos leitores, que podem assim conhecer e encontrar de forma rápida os vários artigos da revista. Não parecem, contudo, tão importante para os leitores mais experientes, pois é fácil encontrar um artigo específico, uma vez que as várias secções da revista ocupam sempre a mesma posição a cada edição. Mesmo assim continua a ter importância dentro da publicação pois é a única página que direciona o leitor para os conteúdos.

O sumário localiza-se normalmente na página direita da revista, por ser mais visível. Contudo, e porque a página da direita é mais cara e adequada a publicidade, o sumário é muitas vezes relegado para a página da esquerda. Na revista “SÁBADO” está organizado em forma de lista, de maneira a ser mais prático e informativo. É também complementado por imagens que ilustram os principais artigos das secções. Os diferentes formatos das imagens acabam também por ter influência na organização dos conteúdos desta página, o que acaba por alterar o seu aspecto a cada edição.

2.5 DIFERENTES FORMAS DE CONTEÚDO

2.5.1 Fotografia

A fotografia é um elemento de grande importância nas publicações. Devido à atração que este elemento exerce no leitor, ajuda a uma maior rapidez na percepção do texto e da quantidade de informação que transmite de modo expedito. Segundo Nilton Hernandes, “a fotografia passou a ser mais valorizada nos últimos anos nas publicações impressas. Para tentar fidelizar os leitores a fotografia rompe o sentido de ser um mero registo da realidade para passar a estar num novo patamar que valoriza a estética e a originalidade”¹². John Morrish refere ainda que, “as revistas são um meio visual, que exige inteligência e estratégia no uso das fotografias, ou seja, os editores não podem pensar nas imagens apenas como uma forma de acompanhar ou ilustrar o texto, a ideia não é deixar o artigo com bom especto mas sim trabalhar as imagens numa relação de igualdade com o texto”¹³.

A fotografia é uma forma de realizar reportagens visuais com o objetivo de prender a atenção do leitor, mas também de transmitir um tipo de informação que só o texto corrido não consegue. A imensa variedade de estilos e técnicas ao dispor dos designers proporcionam diferentes abordagens aos artigos. O conteúdo de uma publicação não se limita apenas à escrita, as imagens também fazem parte do conteúdo, como uma representação documental de experiências. A manipulação de fotografias acrescenta comunicação ao que já está a ser retratado, e tanto a cor como a forma de tratamento ilustrativo contribuem para a mensagem geral de um texto.

A utilização da fotografia oferece um contraponto visual em relação ao texto, tal como uma conexão com os eventos e experiências que são descritas no texto, o que contribui para o envolvimento do público. Na revista “SÁBADO” todas as imagens escolhidas pelo designer, os elementos pictóricos que contêm e o seu tratamento fotográfico ou ilustrativo têm implicações de sentido que se relacionam com o tema em geral. Todas as fotografias da revista se dividem em dois grupos principais: imagens representacionais e abstratas. Quanto mais representacional for a imagem, mais objetivo será o tipo de comunicação, ou seja, o conteúdo estará mais próximo da sua função primária (ver capítulo 1), por outro lado, quanto mais abstrata for uma imagem, mais subjetiva será a comunicação, isto é, mais próxima está da suas funções secundária e terciária. A fotografia, simples ou com algum tratamento ilustrativo, contribui para que a revista “SÁBADO” seja um eficaz objeto de comunicação.

12 HERNANDES, Nilton, “A Mídia e seus truques” Editora Contexto, 2006

13 MORRISH, John, “Magazine Editing” Taylor and Francis, 1996

EUA, AS EXCENTRICIDADES DE JOE ARPAJO

O XERIFE MAIS DURO DA



Desde 1992 que este homem de 80 anos é a cara da lei no condado de Maricopa, no Arizona. Já prendeu milhares de imigrantes ilegais e nunca perdeu uma eleição. O Departamento de Justiça acusa-o de racismo, perseguição e negligência. **Por Joe Hagan/EXCLUSIVO ROLLING STONE**



Cartaz à entrada da prisão de terras, onde 2000 ilegais estão presos

José Arpaio, o agente da lei do Rio de Janeiro, não tem medo de "arringar a cara na América", assim como um gnomio satisfeito. Desvanece andares acima do abraçado deserto do Arizona, com o estremo da cidade de Phoenix ondulando sob o calor na planície em baixo, pede a tocar os Rolling Stones para dar às boas-vindas ao jornalista "daquela revista da marijuana".

Começa ofuscalmente a visita guiada aqui e que é a tenda de Arpaio. Junto à sua secretária, o dono da loja de roupas de cowboy, o dono da loja da Cidade das Tents (Tent City), a abismal prímida que engula há 20 anos, onde cerca de dois mil presos vivem sob tocos de lena no meio do deserto e são obrigados a usar roupa interior (de couro para poder dos uniformes às listas brancas e pretas, enquanto vão partindo rocha num calor sufocante. "TRABALHO ARDUO", lê-se no cartão. "PRODUTOS REVISTAS DE GASES". Semia-litografia, Arpaio, o dono da loja, põe de recortes de jornais e revistas o nome de sua respectiva, sua desenhos em suas

Apaíto é o xerife, rude e sem floreios, do condado de Maricopa, cujos agentes regularmente arrebanham imigrantes ilegais em raias e numa loja local - o último foi ali alguns dias mesmo da noite de mobiliário. "Tudo o que fiz está espalhado pelo mundo fora", gaba-se, folheando as histórias nos recortes.

"A minha gente disse-me: 'É estúpido em dar uma entrevista a esta revista'", afirma Apaíto referindo-se a Rolling Stone. "Mas... É? Controvérsia? Bem, em 50 anos nunca me fez mal."

Apaíto é um descarado mestre-de-cerimônias de circo. E as suas palhaçadas poderiam ter graça se ele também não se fizesse notar por ser não só o mais duro mas também o mais abusivo xerife da América. A mediação

o Arizona se foi tornando o palco central do debate sobre a imigração ilegal e os direitos civis dos latinos. Arpaio passou a apresentar-se como símbolo da resistência à política de imigração do governo federal. "Tivemos Michele Bachmann sertaneja aí", diz Arpaio apontando para a minha cadeira. "Todos estes tipos presidenciais vieram ter comigo!"

Ao enfrentar acusações de condutas discriminatórias, apenas em função da raça, Arpaio declarou guerra ao Presidente Barack Obama, acusando-o de ter enfraquecido a lei federal da imigração para conquistar os votos dos latinos.

O serife recusa-se a admitir a recente decisão de Obama de conceder imunidade temporária de prisão e deportação aos imigrantes ilegais que tenham ido para os EUA

"Os hispânicos estão todos saindo da cidade. Por isso, a coisa estamos a fazer bem."

A sua retórica e táticas espalham o medo nas comunidades latinas do Arizona. "Os hispânicos odeiam-me, porque têm medo de ser presos", gabou-se a um entrevistador de TV. "Estão todos a abandonar a cidade. Por isso, acho que alguma coisa estamos a fazer bem." Mas este facto dominante na imigração teve um custo: Arpaio está tão obcecado com os crimes, muitos vezes burocráticos, dos imigrantes que ignora mais de 400 casos de abusos sexuais cuja investigação era da sua responsabilidade, inclusive praticados contra crianças.

Perém, essa negligência no exercício das

suas funções não o prejudicou junto do público para ele é mais importante. Desde 1992, apesar da crítica generalizada por parte de grupos de defesa dos Direitos Humanos e líderes políticos locais, Arpaio já foi reeleito quatro vezes para o cargo de xerife de Maricopa. "Digamos que sou um bruto do antiquado", diz ele.

Ruivo e entusiasmado, com um nariz de boi e orelhas de couve-flor, Arpaio desmencinha o seu papel com firmeza. O toque de seu velho telemóvel, que brasta constantemente com solicitações dos media, é o tema de *My Way* de Frank Sinatra.

A MEO DA BEM OLEADA actuação de Arpaio, a sua assessoria de imprensa entra no gabinete e diz-me que tenho de sair por

que surgiu "um assunto pessoal". O assunto veio a revelar-se mais do que pessoal: os funcionários de Arpaio tinham acabado de saber que ele ia ser processado pelo Departamento de Justiça por práticas contra latinos de Direitos Civis praticadas contra latinos pelo fato de viver e ter "ilegal e inconstitucionalmente" pessoas por causa da sua "raça, cor ou nacionalidade de origem". O Gabinete do Xerife do condado de Maricopa criou "uma cultura universal de preconceito discriminatório contra os latinos" que "atinge os mais altos cargos deste organismo". A acusação vai além: dentro de algumas horas, diários ou procedimentos federais, a certidão, por momentos, tem de cair.

"Quer ver a tenda onde estão todos os mexicanos?", pergunta Arpaio bem sussurrado e conspiratório.

Levanta-se de novo a cortina do espetáculo. E assim, é claro, não são com um

forma a
fotograf
o tema
Neste c
to altera
original
para tor
que tran
um aspe
à fotogr
Revista S
a 5 de set.
pág.56-57

Figura 20 Utilização fotográfica

Exemplo de um artigo onde podemos observar o peso e importância da fotografia, e o seu tratamento de forma a relacionar a fotografia com o tema apresentado. Neste caso isso foi feito alterando as cores originais da imagem para tons de vermelho que transmitem um aspecto agressivo à fotografia

Revista SÁBADO, 30 de ago.
a 5 de set. 2012 edição 435,
pág.56-57

Dinheiro

C. 28 anos
gado há 18 meses e meio.
ra a rua, pela primeira
anos – tinha problemas
aos 26 viveu de biscoitos.
classe. Ganha cerca
rêditos por dia.

Entre 2009 e 2012, só uma economia desenvolvida teve um aumento de impostos maior do que Portugal e Argentina. E para Fernão Ulrich, presidente do IPI, os portugueses ainda não chegaram ao seu limite de austeridade. Para isso, deu exemplos de resistência: a Grécia e os alemães. “Se os gregos aguentam uma queda de Produto Interno Bruto de 25%, os portugueses não aguentam mais porquê?”, disse o só de Janeiro, durante a apresentação de resultados do banco. E acrescentou: “Se andar na rua, indelicadamente encontrar pessoas que são sem-abrigo, isso não lhe pode acontecer a si ou a mim porque? Isso também nos pode acontecer. E se aquecer as pessoas que vemos ali na rua, naquela situação e a sofrerem tanto, a agantarmos, porque é que nós não aguentamos?”

Natereza-feira, na comissão parlamentar de Orçamento e Finanças, Ulrich reagiu à polêmica causada pelas suas palavras afirmando: "Não tive intenção de ofender ninguém", mas sim de "mostrar respeito pelo enorme sofrimento" dos sem-abrigo. E insistiu: "Não sei porque é que alguém tem a garantia de que esse tipo de sofrimento não me pode acontecer a mim ou à minha família". A SÁBADO não conseguiu Ulrich a viver na rua, mas foi ver como é o dia de um sem-abrigo. E comparou-o com o do presidente do BPI.

7h30-9h
C. acorda num prédio abandonado, no bairro Alto da Eira, em Lisboa. Dorme no ático. Tem o pequeno-almoço ao seu lado, num saco de papel – dois pães e um bolo, que lhe foram dados na noite anterior pela equipa de rua da Comunidade Vida e Paz. O banho não está tão próximo para tomar.

O DIA DE UM SEM-ABRIGO.

O banqueiro vive numa casa com piscina, é guiado por um motorista e gosta de fazer pilates. C. vive na rua e anda 14 minutos a pé para tomar banho num balneário público. Por **Patrícia Silva Alves**

...E O DE FERNANDO ULRICH

Fernando Ulrich
60 anos
Trabalha há 30 anos no BPL.
É presidente da comissão executiva desde Abril de 2004. Frequentou o curso de Gestão no Instituto Superior de Economia e Gestão. Em 2011, recebeu 1.647 euros por dia.

Quando C. termina a sua rotina diária, pouco depois das 5h, **fi Fernando Ulrich** entra no seu gabinete do 8º. O banqueiro está no topo de uma moradia com piscina e jardim. A jardinagem é um dos *hobbies* do líder do BPI, ao fim de semana gosta de podar alfazema e oliveiras. C. também chegou a aprender técnicas de jardinagem, mas não como passatempo. Esteve num curso profissional para desempregados, em Chelsea; recria 150 euros por mês, além de subsídio de alimentação. Ulrich comece o dia a fazer ginástica (gosta de colares).

10h
C. começa a procurar sucata junto aos catadores do lixo. "Já encontrei cadeiras, queimadores de televisão, uma tábua de engomar e uma impressora", conta. Delegrar ferro ou cobre, que depois vende. "Um guilherme de um carrinho de supermercado dos antigos do Miniprego pode ter 16 quilos de ferro". Os locais onde encontra sucata variam entre a Av. Morais Soares, a Praça do Chile ou a Penha de França. Mas o modo como faz o trabalho preocupa não: vai sempre a pé, com os objetos que recolhe na mão ou, quando são demasiadamente grandes, dentro de um carrinho do Pingo Doce, que empurra pelas ruas.

"Guardo o ferro numa obra embargada do Santana Lopes. Era para ser uma biblioteca mas as obras estão paradas há nove anos e o

Ulrich circula noutra zona da cidade, o centro de Lisboa, de carro: tem um Mercedes Classe E, conduzido por um motorista do banco. À mesma hora, pelo menos uma vez por mês, o motorista leva-o à reunião da direcção da Associação Portuguesa

Figura 21 Utilização fotográfica

As fotografias ocupam o centro da página separadas pela medianiz, a separação é ainda marcada pela diferença de cor entre ambas. O objetivo para o artigo era o de comparar o dia-a-dia de duas pessoas completamente diferentes o que é notado visualmente pela diferença de cor, assim como o título dividido por ambas as fotos

Revista SÁBADO, 7 a 13 de fevereiro, 2013 edição 458, pág.68-69

2.5.2 Ilustração

A ilustração é o resultado de várias técnicas de representação, podendo ser baseada em fotografia, incorporada nela ou baseada em desenho. Jayme Cortez refere na sua obra que: “Há milhares de anos que o homem chegou à conclusão que a maneira mais simples de se explicar uma coisa é ilustrá-la. Tudo o que é ilustrado é mais interessante de se ver.”¹⁴. A ilustração é assim uma forma de relatar acontecimentos, lugares e personagens com imagens.

Quando a imprensa surgiu era através deste meio que os leitores viam as personalidades e os eventos sobre os quais liam. Nas revistas, contrariamente aos jornais, além de se preocuparem com o conteúdo, os designers necessitam de pensar na estética das páginas, e uma das formas de o fazer é usando ilustrações nos artigos. O desenho como forma de representação sintetiza a observação e o reconhecimento de cada objeto com a perceção única do seu autor. A sua interpretação pode ser mais rica do que a do fotógrafo e, mesmo dependendo da capacidade de registo do ilustrador, transporta sempre compreensão do mundo que o rodeia, ao contrário da fotografia onde a captação da imagem pode ser feita sem grande preocupação de conhecer todos os seus elementos pois tudo o que estiver no enquadramento ficará registado no suporte. No processo de criação de uma ilustração, esta pode ser mais meticulosa e feita no sentido de conhecer cada um dos seus elementos e a forma como eles se relacionam. A utilização da ilustração pode acrescentar à representação da realidade uma perceção mais personalizada e rica do que a fotografia, mesmo que ela reproduza fielmente objetos que poderiam ser fotografados.

A ilustração editorial é um tipo de utilização do desenho que se pode observar ao longo da revista “SÁBADO”. As ilustrações podem aparecer ao longo da revista, em qualquer secção onde a fotografia não seja suficiente para transmitir a ideia pretendida no artigo, ou simplesmente quando não existe nenhuma fotografia que consiga expor bem o tema, contudo, são mais frequentes na secção “Obituário” e “Segurança”. As ilustrações acompanham assim acontecimentos populares ou relatos onde o desenho faz mais sentido do que a fotografia.

14 CORTEZ, Jayme, “Mestres da ilustração” Ed Hemus 1970, págs 115;197

Figura 22
Ilustrações “Obituário”

Exemplo de algumas ilustrações da secção “Obituário” da revista “SÁBADO” da autoria do ilustrador espanhol Luis Grañena. As ilustrações ao estilo de uma caricatura enfatizam e exageram as características de uma pessoa de forma humorística, assim como gestos, vícios e hábitos particulares de cada personalidade

Revista SÁBADO, secção “Obituário”
edições 439, 448, 453



PEDOFILIA. SUSPEITO VIOLAVA E FILMAVA AS CENAS

ACUSADO DE QUASE 165 MIL CRIMES SEXUAIS

Raul C., 54 anos e divorciado, está preso preventivamente há vários meses porque terá alegadamente abusado de cinco crianças durante anos. Por **António José Vilela**

O alegado pedófilo foi detido pela PJ e colocado em prisão preventiva no Estabelecimento Prisional de Lisboa


156.002

Crimes de pornografia de menores, a maior parte sob a forma agravada

7.218

Crimes de abuso sexual sobre 5 crianças que iam a casa do homem

1.400

Crimes de gravações e fotografias ilícitas, punidos com prisão ou multa

509

Número de páginas que constituem a acusação da procuradora Ana Paula Rodrigues

No quarto do apartamento, num rés-do-chão de Benfica, a câmara de filmar estava colocada estrategicamente em cima de um móvel. Em frente à cama, outro monitor, bem maior, reproduzia em simultâneo as imagens que estavam a ser gravadas. Nelas viam-se crianças a despirem-se, a exibirem os genitais, a usarem vibradores e a terem relações sexuais com um homem, o dono da casa. As gravações só pararam quando a Polícia Judiciária de Lisboa deteve o "tio Raul", o vizinho supostamente perfeito que é acusado de abusar sexualmente de cinco crianças durante quase quatro anos.

Na acusação do Ministério Público (MP), a que a SÁBADO teve acesso, a procuradora Ana Paula Rodrigues refere a existência de 7.218 crimes de abuso sexual de criança, alegadamente praticados

entre 2007 e 2012 por Raul C., hoje com 54 anos e detido preventivamente no Estabelecimento Prisional de Lisboa (EPL).

Para o MP, os alegados actos do acusado só foram possíveis devido às "relações de confiança" que tinha com os familiares das crianças, que as deixavam frequentar

O "tio Raul" dava guloseimas aos miúdos de 3, 4 e 9 anos para depois abusar deles

a casa do vizinho. Em muitas ocasiões, os miúdos chegavam a ficar lá durante os fins-de-semana e as férias escolares, com a promessa de ir ao cinema, jogos, passeios e guloseimas.

Num dos casos, um rapaz terá sido vítima de 3.522 crimes de abuso sexual que

terão começado quando tinha apenas 4 anos. "Os factos (...) descritos ocorreram, pelo menos, três vezes por semana, no período compreendido entre Agosto de 2007 e Fevereiro de 2012, na casa do arguido (...)", assegura o MP, salientando que as cenas de abuso eram também filmadas e fotografadas e depois alegadamente vistas pelo acusado e por outras vítimas – pela irmã do rapaz, por exemplo.

Três anos mais velha, a rapariga, actualmente com 12 anos, terá sido também sucessivamente vítima de abusos sexuais e do crime de gravações e fotografias ilícitas, que a lei pune com pena de prisão até um ano ou multa até 240 dias.

No total, segundo o MP, a rapariga terá sido vítima de quase quatro mil crimes. Para conseguir a colaboração da criança, Raul C. ter-lhe-á dado diversos presen-

tes, como chocolates e DVDs da série juvenil *Hannah Montana*, protagonizada pela actriz Miley Cyrus.

Cativados pelas ofertas, no primeiro trimestre de 2009, os dois irmãos terão estado na casa do "tio Raul" acompanhados de outra criança do sexo feminino, então com 3 anos, de quem o homem, divorciado, também terá abusado sexualmente.

"O ARGUIDO TINHA PERFEITO conhecimento da idade das crianças e das perturbações que todas as suas actuações provocavam na formação e na estrutura da personalidade dos menores", salienta o despacho judicial. O mesmo documento especifica que, durante as buscas à residência do acusado, a PJ apreendeu inúmeros vídeos em que as vítimas também apareciam sem Raul – "a filmarem-se (aparentemente com o computador Magalhães)" – em poses

sexuais e a mostrarem os órgãos genitais. Durante a operação, a judicatura apreendeu ainda largas centenas de ficheiros informáticos com pornografia e menores que estavam em vários computadores e memórias externas pertencentes ao alegado pedófilo.

Alegado pedófilo filmava as crianças no quarto do seu apartamento, em Benfica

A posse de material pedófilo valeu a Raul C. a acusação de 156.002 crimes de pornografia de menores (muitos deles sob a forma agravada), com o MP a incluir no rol os ficheiros de abusos sexuais que o autor terá apagado, mas que os técnicos informáticos da PJ conseguiram recuperar – por

exemplo, no computador do acusado estavam 28.408 ficheiros apagados.

Durante a investigação, as autoridades identificaram vários sites com conteúdo pornográfico com menores. E seguiram o rasto de vários utilizadores que partilharam essa pornografia, inclusive através de um outro site que, apesar de estar catalogado com conteúdos para maiores de 18 anos, tinha hiperligações que davam acesso a páginas da Internet com ficheiros com pornografia infantil.

"Os ficheiros em causa foram partilhados pelo arguido, entre amigos e entre dois ou mais computadores ligados à Internet", revela o despacho, salientando que terá sido também desta forma que foi divulgada parte das imagens e dos filmes gravados no pequeno apartamento de Lisboa do "tio Raul".

Figura 23 Ilustração da secção "Segurança"

Grande parte das ilustrações que se encontram na revista são da autoria do ilustrador Rui Ricardo, que faz ilustrações para algumas das mais importantes publicações internacionais, como os jornais The Times e Daily Telegraph ou as revistas GQ, do Reino Unido, e Popular Mechanics, nos Estados Unidos. O primeiro esboço de cada desenho é feito a partir dos detalhes que constam nos textos dos jornalistas com uma lapiseira 0,35mm, em seguida a fase digital, com a utilização de uma mesa Wacom em formato A6: inicialmente, as formas mais básicas, e a seguir, de maneira progressiva os vários pormenores. Entre os primeiros traços e o desenho definitivo podem passar entre 8 horas a dois dias

Revista SÁBADO, 29 de novembro a 5 de dezembro, 2012 edição 448, pág.82-83, Rui Ricardo



Figura 24 Ilustração da secção "Sociedade"

Todos estes elementos visuais, como fotos caricaturas ou ilustrações são posicionados no meio do texto, o que acaba por lhe quebrar a monotomia, imprimindo movimento ao todo

Revista SÁBADO, 31 de outubro a 7 de dezembro, 2012 edição 444, pág.86, Rui Ricardo

2.5.3 Fotografia e Ilustração

As imagens de uma publicação podem ser fotografias, ilustrações ou ainda uma mistura de ambos, ou seja, fotografias manipuladas que combinam imagens ou texto desenhado. A forma como o designer decide trabalhar essa imagem é produto da sua avaliação sobre o conteúdo e as suas funções conceptuais. Para Timothy Samara, “uma imagem pode ser mais representacional ou mais abstrata, mas será sempre uma mistura desses dois aspetos. Mesmo formas puramente visuais, como formas geométricas, que parecem não pertencer a nada, comunicam ideias, como, por exemplo, um triângulo verde pode tornar-se num pinheiro se estiver inserido no contexto certo”¹⁵. A escolha entre fotografia, ilustração ou entre ambos depende sempre da necessidade documental que o próprio assunto requer, mas a ligação com o público e aquilo que ele vai interpretar têm um grande efeito na forma como o designer aborda o conteúdo visual.

As imagens devem oferecer clareza em termos de informação, mas devem fazê-lo de forma a envolver o público e a transmitir a mensagem do designer e editor. O designer tem por isso, ao seu dispor uma série de métodos para manipular e alterar imagens. Em fotografia, por exemplo, o foco seletivo pode enfatizar elementos específicos e a composição dos elementos dentro de um quadro pode indicar a sua importância. Com a ilustração, a comunicação é influenciada pela escolha dos elementos desenhados e pelo meio utilizado, um desenho a carvão macio pode provocar uma sensação de elegância ou agressividade, dependendo de como os traços são feitos.

A fotografia e a ilustração acabam por se complementar, por um lado, temos o realismo de um momento que foi capturado pela máquina fotográfica, por outro temos a ilustração que é usada para estabelecer a ligação conceptual entre a fotografia e o tema do artigo, algo que, por si só, muitas vezes a fotografia não consegue fazer. Quando juntos, estes dois métodos de transmitir informação tornam mais fácil a compreensão da mesma por parte do leitor.

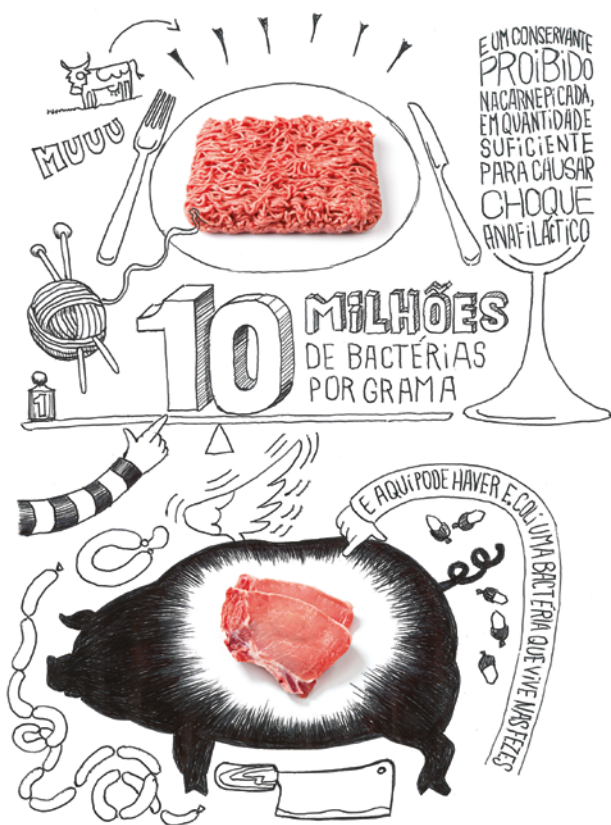
15 TIMOTHY, Samara, “Guia de Design Editorial” Bookman 2011



Figura 25
Utilização de fotografia
e ilustração

Exemplo da utilização da ilustração na fotografia, neste caso foi utilizada para enfatizar (através do avental maçónico à cintura e do colar) a possível ligação de um político à maçonaria

Revista SÁBADO, 11 a 17 de abril, 2013 edição 467, pág.58-59



ALIMENTAÇÃO. PRODUTOS CONTAMINADOS OU VENDIDOS COMO SE FOSSEM OUTROS

O QUE VOCÊ COME SEM SABER

Carapau carregado de vermes, carne com milhões de bactérias, cherne que afinal é outro peixe. Há muito mais a ir parar ao seu prato além de carne de cavalo. Por Isabel Lacerda

A controvérsia sobre a carne de cavalo encontrada em pratos de vaca, por toda a Europa, escondia um panorama de produtos contaminados ou que não correspondem ao que é anunciado. Veja o que revelam as últimas análises em Portugal.

CARNE DE VACA PICADA E CONTAMINADA

Não houve uma única carne picada em condições de ser consumida com segurança. No fim do ano passado a Deco recolheu amostras em 34 talhos e todas chuburam em higiene e conservação. Os resultados foram não preocupantes que a associação de defesa dos consumidores decidiu não esperar pela publicação do estudo na Proteste de Abril: divulgou-o há dias e alertou a ASAE.

"Todas as amostras de carne de vaca picada vendida a granel estavam extremamente contaminadas. Em muitos casos detetámos valores superiores a 10 milhões de bactérias por grama", afirma Nuno Lima Dias, gestor de projectos da área alimentar da Deco.

Mais: num quarto dos casos foi encontrada salmonela. "Essa bactéria provoca uma gastroenterite invasiva eventualmente acompanhada de sangues nas fezes e febre. Em pessoas imunocomprometidas, como as mais

idosas, pode evoluir para abscessos pulmonares, infeções das válvulas cardíacas ou até do tecido cerebral", alerta Ana Horta, médica especialista em doenças infecciosas.

E ainda pior: um terço da carne picada testada continha listeria, outra potencial causadora de gastroenterite, mas mais leve – o que não é fortissimamente bom. Se a infeção passar despercebida e não for tratada, explica a infectologista, há a possibilidade de passar para o sangue e desencadear meningite, sobretudo em pessoas mais suscetíveis, como idosos e diabéticos. "Além de que no caso das grávidas pode provocar o aborto", diz.

Nenhuma carne picada analisada pela Deco estava própria para consumo

Em todas as amostras sem exceção foi encontrada *E. coli*, uma bactéria presente nas fezes e cuja presença revela óbvia falta de higiene.

Em entrevista à SÁBADO, Filipe Meirinho, diretor-geral de operações da ASAE, afirma que a entidade está a dar seguimento ao alerta da Deco, mas considera não haver motivo de preocupação. "Os portugue-

ses estão seguros quando compram carne num talho ou num retalhista. A ASAE faz recolhas de amostras regularmente", garante o inspector.

No ano passado, a Autoridade de Segurança Alimentar e Económica fiscalizou 1.092 operadores que processam e vendem carne em Portugal. Detetou 358 infrações, que podem ir de irregularidades na embalagem ou na rotulagem à falta de condições de higiene e à presença de bactérias. Estas ações originaram 234 processos de contra-ordenação e 29 processos-crime.

Filipe Meirinho sublinha ainda o facto de haver sempre bactérias nos alimentos e de elas morrerem durante a confeção. Na verdade, só morrem com altas temperaturas, se a carne for bem cozinhada. Se algum pedaço ficar mal passado, serão ingeridas vivas, com problemas para a saúde.

Picar a carne faz aumentar a área do produto em contacto com o ar e alastra os microrganismos. É por isso que se trata de um dos produtos alimentares mais perecíveis, que a lei obriga a conservar a um máximo de 2°C, por oposição aos 7°C indicados para a carne inteira. Só oito dos talhos visitados pela Deco cumpriam essa norma.

A temperatura ambiente, as bactérias de ▶

Figura 26 Secção "Destaque" com a utilização de fotografia e ilustração

Exemplo da utilização da ilustração em conjunto com a fotografia, neste caso utilizado para demonstrar a origem de alguns produtos alimentares e a forma como são conservados

Revista SÁBADO, 7 a 13 de março, 2013 edição 462



Figura 27 Fotografia e ilustração secção "Dinheiro"

O foco deste artigo centra-se em alguns dos episódios mais caricatos da história da monarquia em Portugal. Foi pedido ao ilustrador que através dos retratos oficiais de cada monarca pudesse mostrar de forma cómica aquilo por que ficaram conhecidos

Revista SÁBADO, 7 a 13 de fevereiro, 2013 edição 458, pág.40 a 50, Rui Ricardo

2.5.4 Infografia

A infografia é um suporte gráfico estático ou animado (quando transportado para o ecrã) e constitui uma experiência muito interessante, do ponto de vista da conceção, e da forma como vai ser compreendido pelo leitor. A infografia é também uma forma de expressar conteúdo, que consegue explicar através de imagens ou gráficos, informações mais complexas. É importante diferenciar gráficos de infografias. As últimas são reportagens visuais, e é comum serem uma mistura entre informação e desenho, funcionando como veículo visual para explicar teorias, acidentes, estruturas etc. A infografia tem como principal objetivo unir imagem e texto, de forma clara e atraente para o leitor. Esta técnica facilita o entendimento do artigo e vem responder a uma nova geração de leitores, predominantemente visuais e que querem entender tudo de forma rápida e prática.

Uma infografia é uma informação gráfica, visual, que nos permite absorver rapidamente informações, uma vez que “uma imagem vale mais que mil palavras”. Como em quase todas as revistas da atualidade, a infografia desempenha um papel importante na revista “SÁBADO” e pode ser vista ao longo de toda a publicação, contudo ela é muito mais utilizada nas secções principais para complementar a informação. Muitas destas infografias recorrem a elementos como gráficos ou ilustrações. Assim como a fotografia, o seu uso ocorre principalmente quando se quer dar maior credibilidade a um facto ou tema em destaque. Isto também confere à infografia um lugar de destaque na página, pois com o uso da fotografia, a infografia acaba por informar e ilustrar o tema do artigo. A fotografia é assim a face visível que atesta e reforça a veracidade do tema dentro do contexto infográfico.



Figura 28 Infografia, secção “Dinheiro”

Revista SÁBADO, edição 435, pág.36

SAGA. CINCO GERAÇÕES VIVAS NUMA FAMÍLIA

SERÁ QUE A CAROLINA VAI SAIR À TRISAVÓ?

Se assim for, vai ser adepta ferrenha do Benfica e votar em partidos de direita. Também é possível que venha a morder a bochecha como a mãe, a avó e a bisavó. Por Ricardo Dias Felner

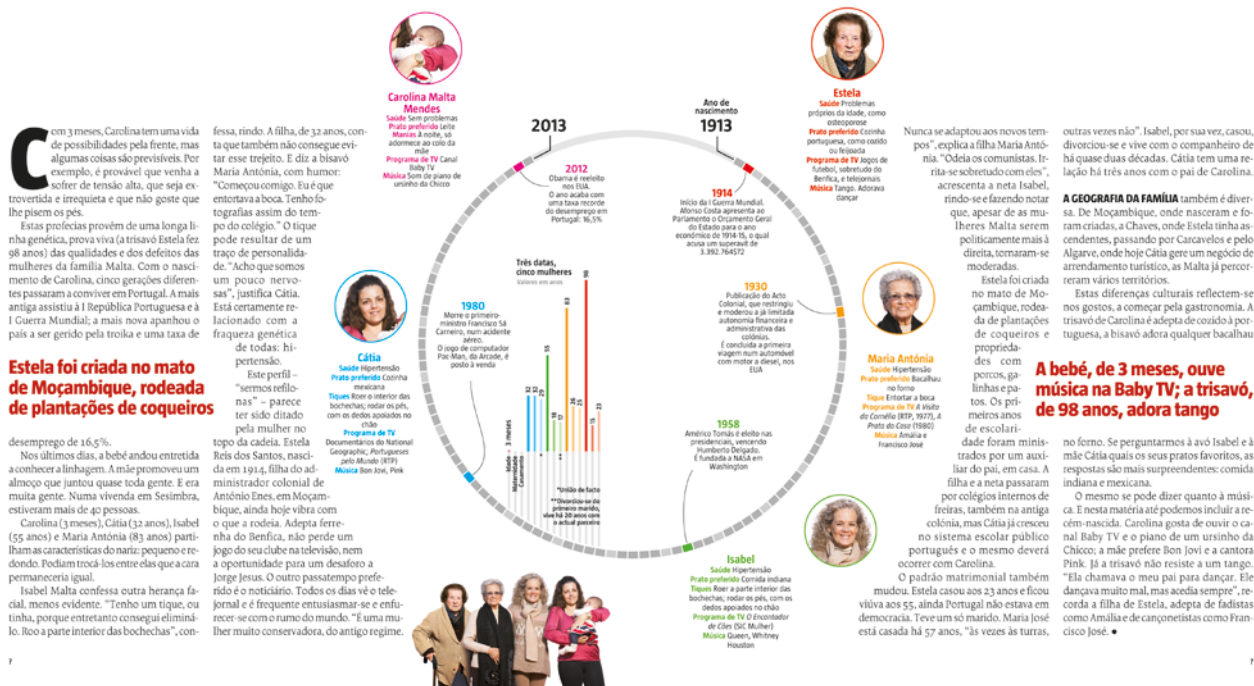


Figura 29 Infografia e utilização fotográfica

Exemplo de uma infografia que assume o lugar de destaque na página, isso deve-se à sua posição central.

Revista SÁBADO, 28 de fevereiro a 6 de março, 2013 edição 461, pág.86-87

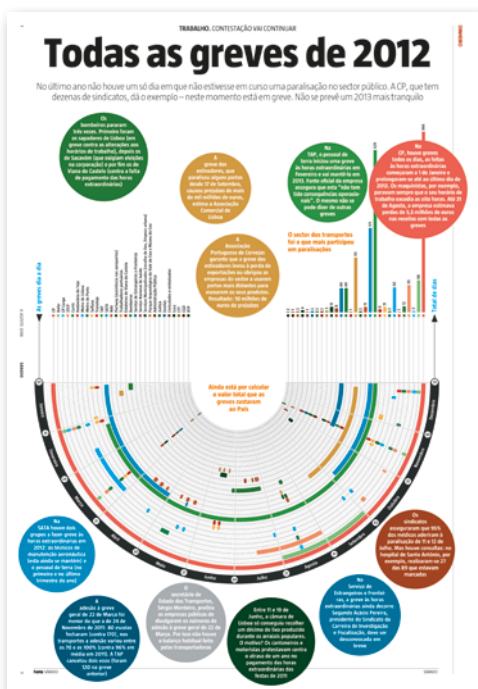


Figura 30 Infografia, secção "Sociedade"

Mais um exemplo da importância da infografia na revista "SÁBADO" e da sua utilidade para descrever assuntos que seriam mais difíceis de explicar ao leitor só através de texto. Neste caso, todo o artigo é feito com recurso à infografia, para que a mensagem seja atreante e compreensível

Revista SÁBADO, 10 a 16 de janeiro, 2013 edição 454, pág.48-49

2.6 A COR COMO FORMA DE COMUNICAR

2.6.1 O uso da cor

As cores são muito importantes para o desenvolvimento de um projeto gráfico, não só pelo seu valor estético, e pelo uso estratégico em determinadas situações, mas pelo poder de criar códigos estruturais. Se bem utilizadas, podem facilitar o processo de comunicação, direcionando o olhar do leitor para zonas específicas da página. Para Timothy Samara “a cor está ligada ao mundo natural, e por isso é um estímulo visual poderoso e uma ferramenta de comunicação bastante útil, contudo, os sentidos que expressa são também bastante subjetivos e variam de pessoa para pessoa, e as diferenças culturais e experiências individuais afetam a forma como interpretamos as mensagens cromáticas.”¹⁶ Neste contexto a utilização da cor influencia o conteúdo e por isso deve ser pensada durante o processo de design de uma publicação ou artigo.

A cor traz uma série de mensagens que influenciam o conteúdo. Esta componente emocional da cor é também influenciada pela sociedade e pela cultura, que associam as mesmas cores a diferentes significados, por exemplo, nas culturas ocidentais, a maior parte cristãs, o preto é associado à morte e ao luto, mas para algumas culturas orientais a morte é associada ao branco, cor que os ocidentais associam à pureza. Assim, a seleção de uma cor para palavras

16 TIMOTHY, Samara, “Guia de Design Editorial” Bookman 2011, pág. 26

CMYK 100 0 0 80	Bastidores, Editorial
CMYK 0 0 0 100	Entrevista
CMYK 0 0 0 70	Opinião, Do Leitor
CMYK 0 60 100 0	Semana, Obituário, Figuras
CMYK 20 100 100 0	Sumário, Destaque, Portugal, Mundo, Dinheiro, Segurança, Sociedade, Família, Social, Desporto, Artes

Esquema 4 Demonstração das diferentes cores utilizadas e as secções da revista a que pertencem

específicas pode acrescentar-lhe significado. O uso de cor num título ou imagem pode reforçar ou alterar o seu significado.

Na revista “SÁBADO” a cor é um elemento importante pois é utilizada para ajudar os leitores a navegar facilmente pela revista, dado que é uma forma de distinguir os diferentes tipos de secções de informação. Apesar de ter uma paleta de cores restrita, estas são utilizadas nas secções em títulos ou caixas de informação. A cor principal da revista é o vermelho, e é utilizada no logotipo e nos títulos dos artigos.

ESTADOS UNIDOS. JUSTIÇA SEM TRIBUNAIS

Matou-lhes a filha e eles perdoam

Conor disparou sobre a namorada e entregou-se à polícia. Os pais da vítima, que eram seus amigos, foram à cadeia e fizeram tudo que puderam para ele não ser julgado



Conor e Ann namoravam há três anos. Em 2010 ele deu-lhe um tiro na cabeça. Os pais dela visitam-no todos os meses na cadeia

SUSANA LÚCIO

Ann Grosmaire e Conor McBride tinham 19 anos e namoravam há três. As famílias eram próximas e o rapaz até tinha vivido em casa dos pais de Ann. Foi uma surpresa para todos quando, em 28 de Março de 2010, se soube que ele a matara a tiro, à queima-roupa, em Tallahassee, na Florida. Mas a forma como os pais dos dois lidaram com a tragédia foi ainda mais surpreendente.

Michael e Julie McBride, os pais de Conor, foram logo ao hospital onde Ann estava internada com graves lesões cerebrais. Michael teve de parar o carro cinco vezes para vomitar e, quando viu o pai de Ann, ficou paralisado. Mas Andy Grosmaire abraçou-o. “Obrigado por estares aqui. Mas é provável que no fim da semana te odeie.”

Dias depois, a mãe de Ann, Kate Grosmaire, visitou Conor na cadeia. O rapaz pediu-lhe perdão e choraram juntos. “Para mim, perdoar foi um acto de sobrevivência”, disse Kate ao jornal *The New York Times*. Nesse mesmo dia, Ann morreu.

Conor foi acusado de homicídio em primeiro grau e podia ser condenado a prisão perpétua ou à morte. Os McBride precisavam de apoio e os Grosmaire foram

O perdão do Dalai Lama

COMO SUJATHA BALIGA SE TORNOU ESPECIALISTA EM JUSTIÇA RESTAURATIVA

VIOLADA. Sofreu abusos do pai e tornou-se **advogada** com o objectivo de prender os abusadores de crianças.

DÚVIDA. Teve um esgotamento e pediu conselho ao Dalai Lama: “Como defender os oprimidos sem odiar os repressores?”

PERDÃO. O Dalai Lama concedeu-lhe uma audiência privada e disse-lhe para meditar e perdoar os inimigos.

os primeiros a ajudar. “Algo tinha acontecido às nossas famílias e sabia que seria melhor lidarmos com isso juntos”, disse Andy Grosmaire.

Falou-lhes da justiça restaurativa, um sistema que não recorre aos tribunais e

centra-se na reparação do mal através do confronto entre vítima e arguido. Nunca antes fora usado num homicídio, mas os McBride convenceram a especialista em justiça restaurativa Sujatha Baliga e semanas depois foi marcada uma reunião. “Não acreditava que houvesse gente tão fantástica”, disse Baliga.

EM JUNHO DE 2011, os McBride e os Grosmaire sentaram-se numa sala da cadeia de Tallahassee, com o promotor público, Sujatha Baliga, os advogados dos dois lados, o padre dos Grosmaire e Conor.

O promotor leu a acusação, os Grosmaire falaram da filha e Conor contou o que aconteceu. Ann disse-lhe que gostava que Conor morresse. Ele colou o cano do revólver do pai sob o queixo. Depois ela chamou-o, voltaram a discutir e, quando Ann lhe disse a chorar que queria morrer, Conor disparou na sua direcção. “O que fiz é imperdoável”, disse Conor.

No fim, Sujatha Baliga perguntou aos Grosmaire qual a pena para Conor. Kate pediu entre 5 e 15 anos; Andy entre 10 e 15. O promotor do Ministério Público foi mais severo: Conor foi condenado a 20 anos de cadeia e mais 10 em liberdade condicional. Os Grosmaire visitam-no todos os meses. •

88

24 JANUÁRIO 2013 SÁBADO

Figura 31

Utilização

da cor na página

As cores não são apenas utilizadas para diferenciar as várias secções da revista, são também uma ferramenta útil para transmitir ideias ou sensações nos vários artigos da publicação. Neste exemplo utilizou-se o preto como cor de fundo, pois para este artigo específico é a cor que melhor transmite a ideia de violência e morte

Revista SÁBADO, 24 a 30

de janeiro, 2013

edição 456, pág.88

2.7 TIPOGRAFIA

2.7.1 A escolha tipográfica e a sua utilização

O texto de um artigo é sua a componente linguística, e forma um padrão constituído por linhas. Esse padrão é dividido por colunas que vêm acrescentar, para além do ritmo horizontal das linhas a cadência vertical das colunas. Quando olhamos para uma página observamos que os vários corpos e estilos do texto variam, estabelecendo entre eles uma hierarquia. Isto resulta das diferentes fontes escolhidas, assim como do corpo, a cor, etc. Segundo Nilton Hernandez, “as letras nas páginas de jornais e revistas tendem a simular alguns recursos próprios da oralidade. Mas para isso acontecer, a primeira tarefa do tipógrafo é ler e entender o texto, só depois a interpretação tipográfica pode começar, revelando a ordem interna do texto”¹⁷.

A escolha tipográfica é um dos aspetos mais importantes da publicação. A sua escolha deve resolver questões tais como legibilidade, hierarquia e clareza. A legibilidade de um texto depende de vários elementos como a forma das letras, o corpo utilizado, a entrelinha, o espaçamento etc. A escolha do tipo de letra a utilizar também é importante, no sentido em que transmite ideias diferentes ao leitor sobre o tipo de informação, por exemplo, uma fonte serifada clássica em estilo antigo, em contraste com uma contemporânea sem serifa, pode transmitir a ideia de credibilidade e confiança. No caso particular da revista “SÁBADO” essa variedade visual é conseguida com a utilização de dois tipos de letra distintos, usados em texto (Borges Blanca) e títulos (Taz). A escolha das fontes a combinar é decisiva pois é necessário existir contraste estilístico suficiente entre elas para que as suas qualidades individuais se evidenciam. Apesar de estas duas serem as duas principais fontes da “SÁBADO”, também são utilizadas outras que funcionam quase como ilustrações e que se relacionam de alguma forma com o conteúdo apresentado. A compreensão da mensagem é imediata a todos os níveis, e a capacidade de o leitor se recordar da mensagem é também superior. Yolanda Zapaterra refere que, “apesar de a função principal da tipografia ser a de reproduzir palavras, estas podem também ter outras funções como ilustrar um conteúdo editorial e comunicar um significado”¹⁸. Isto pode ser feito de várias maneiras, através de manipulações entre tipografia e imagem ou com a utilização de várias famílias tipográficas de modo a conseguir interpretações mais literais ou abstratas do conteúdo.

17 HERNANDES, Nilton, “A Mídia e seus truques” Editora Contexto, 2006

18 ZAPATERRA, Yolanda, “Diseño Editorial” GG, 2008

A TIPOGRAFIA É COMO UMA ESTÁTUA TRANSPARENTE QUE PRECISA INICIALMENTE DE CHAMAR A ATENÇÃO PARA SI PRÓPRIA, E DEPOIS PARA SER LIDA, ABDICAR DA MESMA ATENÇÃO QUE DESPERTOU

Robert Bringhurst

REINO UNIDO. SITE DIVULGA OBJECTOS E IMAGENS DE CADÁVERES

Reconhece alguma coisa?

Repare bem. Até pode ajudar a polícia britânica a identificar corpos. O Missing Persons é o primeiro site do género em Inglaterra. Em breve, vai ter também fotos de pessoas que não sabem quem são, por terem perdido a memória

RAQUEL LITO

Não se assuste com o título, nem pense que se trata de um ritual macabro. O site *Missing Persons* britânico, com imagens de restos mortais, inclusive cabeças, tem o intuito de ajudar a polícia a identificar pessoas, mas não o conseguem

Investigações prossigam", avisam. Além de apoiarem a polícia, os leitores virtuais permitem que os familiares das vítimas se envolvam na investigação. "As técnicas forenses modernas permitem identificar pessoas, mas não o conseguem

todo visitante do site): um rosto desfigurado, em 1995, por um comboio, em Hertford.

O BANCO VIRTUAL de dados inclui o caso de um homem magro, entre os 20 e os 35 anos, que a polícia suspeita ter sido atropelado por

Capitulares
Servem para guiar o leitor ao início do texto. Em artigos de interior ocupam três linhas, em entradas de secção cinco linhas

Texto
Composto em *Borges Blanca* é utilizada em todo o texto da revista, sempre a corpo 9,8pt com entrelinha a 11,5 pt

Lead
Apresenta-se sempre em caixa baixa, num máximo de três linhas, composto em Taz (corpo 14 pt)

Títulos

Sempre compostos no mesmo tipo (Taz). Os títulos apresentam-se sempre em caixa baixa nos artigos de interior de uma secção. Nas aberturas os títulos são sempre em caixa alta, onde se destaca a vermelho uma palavra principal. Esta é também uma forma de o leitor distinguir uma mudança de secção

Esquema 5 Demonstração da utilização dos diferentes estilos tipográficos na página

Figura 32
Tipografia
como ilustração

Normalmente o texto de um artigo encontra-se dividido em três colunas, contudo a mancha gráfica que o texto disponibiliza é muitas vezes utilizada para expressar o conceito do artigo, no presente caso o tema está relacionado com a gravidez. Revista SÁBADO, 24 a 30 de janeiro, 2013 edição 456, pág.88

Dinheiro

MATERNIDADE. RITUAIS PARA AUMENTAR A FERTILIDADE

TUDO O QUE

Há quem tome cápsulas de óleo e quem recorra a um produto natural chamado árvore-de-castidade. As mulheres que têm dificuldade em ficar grávidas tentam tudo: até põem pedras especiais debaixo da almofada da cama. Por Susana Lúcio e Raquel Lito

PRECISA PARA ENGRAVIDAR

Dois tijolos quentes, mel e uma ventoinha. Estes são os ingredientes de uma receita para mulheres que não conseguem engravidar. A prescrição foi dada por familiares preocupados a uma jornalista britânica paquistanesa, que a descreveu no jornal inglês *The Guardian*. Tinha de bastar com mel os tijolos previamente aquecidos e, com uma ventoinha, manter as pernas abertas e vapores da mistura para que estes limpassem as suas trompas. Ela recusou os conselhos.

Em Portugal também persistem algumas mezinhas e truques para engravidar. A mais usada - e muito aconselhada nos fóruns de mães - é o óleo de germen de trigo. Rico em vitamina E, tem fama de activar as glândulas sexuais e aumentar a produção de hormonas. A enfermeira obstetra, e parteira há quase 30 anos, Glória Charrua já ingeriu a toma de suplementos dessa vitamina. "Era uma senhora que tinha perdido uma bebé e não conseguia engravidar. Acompanhei-a na CUF e, uns meses mais tarde, encontrei-a na baixa de Lisboa. Perguntou-me o que havia de fazer, estava desolada, e eu disse-lhe para ela e o marido tomarem vitamina E durante três meses. Mais tarde telefonou-me a dizer que tinha conseguido. Tive uma rapariga."

Para ter uma bebé, o investigador americano Landrum Bower Shettles, pioneiro na fertilização *in vitro*, recomenda que a relação sexual ocorra quatro dias antes da ovulação. A taxa de sucesso é de 75%. Os especialistas alertam, porém, que, para aumentar as hipóteses de engravidar, a mulher deve manter-se detida após a relação sexual, durante meia hora. Se sobreviver às tentativas, os espermatozoides têm mais dificuldades em chegar às trompas.

Já os sites da especialidade, como o *www.ficargravida.com*, dizem que o ideal, quando se quer ficar grávida, é que as relações decorram só de dois em dois dias, para os espermatozoides ficarem mais ágeis e fortalecidos, dado que não há ejaculação diária.

E agora a surpresa: nada de lactíciosos. "Estados no Canadá indicam que a dieta de fertilidade deve estar livre deles, porque enfraquecem o sistema reprodutor", explica a terapeuta de medicina natural Antonella Vignati. Esta corrente considera que o leite obriga a uma sobrecarga de hormonas de crescimento, pouco recomendáveis para quem quer engravidar.

Mais uma lição: evitar produtos embalados em plástico, porque têm compostos tóxicos (ftalatos) que são absorvidos pelos alimentos. Se tiver mesmo de ser, devem ser lavados antes de serem consumidos. Outra regra básica: nunca aquecer no microondas uma refeição pré-feita na embalagem de plástico, deve ser aquecida num prato de loiça.

Agora a lista de dieta recomendável para engravidar: ingestão de algas marinhas, sementes de linhaça, cevada, milho miúdo, feijão, lentilhas e grão-de-bico. Há quem tome cápsulas de óleo de onagra, retirado de uma flor chamada primula. "Tem propriedades benéficas e sei que é usado para a tensão menstrual e para regular o ciclo menstrual", explica o obstetra Fernando Cirurgião. O especialista não desconsidera o suplemento e garante que tudo o que possa contribuir para o relaxamento da mulher pode ter bons resultados.

Há Catarina Parada, dona que acompanha e dá apoio a mulheres grávidas, costuma sugerir uma massagem pré-concepção com óleos essenciais como o de rosa, gerânio e bergamota. "São importantes na sexualidade e na reprodução das plantas e beneficiam de forma psicológica as hormonas femininas e os órgãos reprodutores masculinos", explica.

A doulas também conhece quem tome *Agave caespitosa*, também conhecida por *árvore-da-castidade*. "É um medicamento natural usado pelos padres porque diminui o desejo sexual nos homens", explica Catarina Parada. Nas mulheres, porém, aumenta a produção de progesterona, hormona que prepara o organismo para uma gravidez. O produto é aconselhado por diversos membros do Fórum da Associação Portuguesa de Fertilidade. Mas há mais: Catarina Parada garante que ainda existem mulheres que recolhem pedras parietais, fenómeno geológico da serra de Fátima, em Aveiro, no qual, supostamente, brotam pedras de uma rocha que servem para aumentar a fertilidade. Diz a tradição que basta colocar uma debaixo da almofada, na cama, para causar o efeito desejado.

Tijolos, uma ventoinha e mel: uma receita paquistanesa para engravidar

9 6 82050 2008 SÁBADO

2.8 REFLEXÃO SOBRE AS MELHORES PÁGINAS

2.8.1 O que mais distingue a revista “SÁBADO”

Neste capítulo vamos fazer uma pequena reflexão sobre as melhores páginas da revista “SÁBADO”. Uma das imagens de marca da revista são as entradas de artigo, que normalmente ocupam uma página inteira, ou em alguns casos, duas páginas. Este tipo de entradas funciona como uma espécie de capa do artigo e normalmente é idealizada de forma a relacionar o tema do artigo com o seu espectro visual, como também acontece com as capas da revista. Tem como objetivo proporcionar ao leitor, a cada virar de página, uma nova experiência visual. Na criação de muitos destes tipos de entradas são utilizadas uma série de técnicas mais “artesanal”, onde se nota a inclusão de colagens, recortes de textos manuscritos ou ilustrações. Nestes casos programas como o Photoshop são apenas utilizados para dar retoques finais ou resolver problemas de luminosidade. Toda esta grande variedade de técnicas servem, não apenas para proporcionar uma nova experiência ao leitor, como também para reforçar o conteúdo da publicação.



Figura 33 Exemplo de entrada de artigo e técnicas utilizadas

Uma das técnicas mais utilizadas na revista é a inclusão de recortes de papel, que depois são combinados com fotografias. Como podemos observar na imagem, este artigo recorre a uma mistura nostálgica entre uma simulação de recortes de jornais e tipografia relacionados com a época retratada no artigo.

Revista SÁBADO, 15 a 21 de novembro, 2012 edição 446, pág.50-51

REPORTAGEM. CAÇA ÀS FACTURAS NAS RUAS DE LISBOA



**PEDIU FACTURA?
RECORTAR
EM CASO DE
EMERGÊNCIA**

Figura 34 Página inicial secção de “Dinheiro”

Revista SÁBADO, de 21 a 27 de fevereiro, 2013 edição 460, pág.60-61



Figura 35 e 36 Utilização da mancha gráfica como ilustração

Também bastante utilizado na revista o texto em curandel procura acompanhar as formas de um desenho ou ilustração, o que acaba por transformar a mancha de texto numa forma icónica relacionada com o artigo em questão

Revista SÁBADO, 15 a 21 de novembro, 2012 edição 446, pág.78-79

Revista SÁBADO, 3 a 9 de janeiro, 2013 edição 453, pág.83



Figura 37 e 38 Entradas de artigo com a utilização de recortes

Nestes exemplos, ambos relacionados com o tema da política, foram utilizados recortes e linhas para transmitir a ideia do artigo, no primeiro caso relata-se as ligações e os novos empregos dos ex-assessores de imprensa de José Sócrates. No segundo caso, o objectivo foi transmitir a ideia de manipulação através de recortes, como se de uma marioneta se tratasse, esse efeito é depois repetido ao longo de todo o artigo, nos destaques e caixas de informação.

Revista SÁBADO, 3 a 9 de janeiro, 2013 edição 453, pág.48-49; Revista SÁBADO edição 473, pág.83

En noite de festa, A festa de São Martinho tinha atraído a população ao centro de Penafiel. Mas, naquela madrugada de 18 de Novembro de 2012, a cerca de 800 metros, um grupo de assaltantes aproveitava a ocasião para concretizar aquele que terá sido um dos mais lucrativos assaltos a bancos alguma vez feitos em Portugal: cerca de 20 milhões de euros terão sido retirados de dois cofres particulares do Crédito Agrícola.

Aparentemente, o roubo terá sido bem planeado. Em vez de forçarem a porta principal do banco, os assaltantes preferiram ser discretos – e com isso ganhar tempo. Arrombaram a porta da Cooperativa Agrícola de Penafiel, que aluga uma parte do seu edifício ao Crédito Agrícola e desceram à cave. Terão estado ali algum tempo, o necessário para perfurar os cerca de 15 cm da parede e abrir um buraco com tamanho suficiente para um homem passar. Sabiam o que estavam a fazer. Não entraram apenas no banco: penetraram no seu coração, a caixa-forte.

NESSA ALTURA, o alarme soou na empresa de segurança do Crédito Agrícola. "Foi dado o alerta e a central comunicou ao posto e a um dos gerentes que tinha sido acionado o alarme por quebra de vidros", diz à SÁBADO o comandante do destacamento da GNR de Penafiel, tenente Ivesia. Em 13h27, a GNR e um responsável do banco foram ao local. "Encontraram as portas fechadas e os vidros intactos. Estiveram lá 30 minutos e, como não viam nada, continuaram a patrulha", explica a responsável. Não entraram porque o gerente não tinha a chave.

Depósitos secretos

COFRES POSSUM GUARDAR FORTUNAS SEM O BANCO SABER

50

Número de cofres abertos pelos assaltantes no Crédito Agrícola de Penafiel

PENAFIEL, ROUBO DE 20 MILHÕES DE EUROS

OS LADRÕES ENTRARAM PELO BURACO

O alarme tocou e a polícia foi ao local mas não os assaltantes continuaram a furar a parede. Só descobriram os cofres particulares roubados. O a indemnizar os clientes: não sabe o que estava

Por Nuno Tiago Pinto

Os assaltantes partiram uma parede e entraram directamente na caixa-forte do banco

Enquanto isso, no interior do banco, os assaltantes continuaram a abrir o buraco. Às 14h22, o alarme voltou a disparar. Dessa vez, por intrusão. Só o gerente foi contactado. Mas, uma vez, não viu nada de anormal. Às 16h17, o sinal de que a vigilância no Crédito Agrícola tinha sido dada alertou a central de segurança. Mas a GNR não voltou lá. "Antigamente, o banco tinha um alarme sonoro. Quando alteraram o sistema optaram por um alerta para a central de segurança para não incomodar os vizinhos", diz a responsável da GNR. "O assalto só foi detectado no dia seguinte, quando o gerente foi ao banco e se deparou com o furto."

Ao fugir, os assaltantes deixaram cair maços de notas, jóias e objectos de ouro

salvei da GNR. "O assalto só foi detectado no dia seguinte, quando o gerente foi ao banco e se deparou com o furto."

Os 50 cofres particulares tinham sido arrombados. Ao fugir, os assaltantes deixaram cair maços de notas, jóias e objectos de ouro que depois de recolhidos e catalogados pela GNR foram entregues à Caixa Geral de Depósitos – instituição responsável por guardar valores apreendidos em processos judiciais. Depois ainda roubaram uma carrinha da Cooperativa Agrícola.

Quando subiram do assalto, fomos lá. O advogado do banco mostrou-nos o buraco na parede e os cofres todos partidos", diz à SÁBADO Joaquim Cunha,

uma das vítimas. "Tínhamos alugado os cofres porque achávamos que eram seguros. Quando lá fomos era preciso uns 15 minutos para entrar. Os cofres só abriam com duas chaves, uma nossa e outra do banco. Ficámos estupefactos com a falta de segurança. Eles nem têm imagens de roubo porque os ladrões levaram tudo."

NOS DIAS SEQUITES ao assalto, as vítimas começaram a apresentar queixa na GNR e a entregar uma relação dos bens. Vários teriam lá guardadas barras de ouro, jóias de família e dinheiro que totalizariam cerca de 20 milhões de euros. No entanto, o banco não se responsabiliza pelos valores porque desconhece o que cada cliente guardava nos cofres – cujo aluguer mais baixo é de 60 euros por ano. Por isso, as vítimas querem processar a instituição. "Algumas pessoas entraram com ações individuais. Agora queremos fazer uma colectiva", diz à SÁBADO Cristina Alves, outra lesada. "O contrato dizia que nos estavam a alugar um local seguro. E por essa quebra de segurança que queremos ser indemnizados."

A SÁBADO tentou contactar a administração do Crédito Agrícola de Penafiel, mas os responsáveis da instituição não quiseram fazer comentários por serem essas as instruções transmitidas pela Polícia Judiciária – que ainda está a ouvir as vítimas. As autoridades estão interessadas em perceber quem poderia conhecer a estrutura do edifício da Cooperativa e do banco, quais são os responsáveis pelo aluguer das instalações ao banco e quem poderia saber das condições de segurança. ■

60

Preço mínimo, em euros, do aluguer anual de um cofre individual no banco.

200 mil

Valor de cinco barras de ouro que um dos clientes disse ter no cofre

20 milhões

Lucro que os assaltantes terão tido com o roubo, de acordo com as estimativas das vítimas



Nunca se traiu tanto como agora. A culpa é dos homens. E das mulheres. Ou do estado a que deixam chegar os casamentos. E depois? Veja que casos ainda têm salvação. Por Rita García

Se pensa que as traições só acontecem em casamentos moribundos, está enganado. Um estudo publicado no início de Novembro no *Archives of Sexual Behavior*, a revista oficial da International Academy of Sex Research, afirma que os homens e as mulheres nunca tiveram tantas relações extraconjugais. A pesquisa envolveu 918 pessoas de ambos os sexos: 19% das mulheres admitiram já ter enganado os parceiros, um número inferior aos 23% de homens que deram a mesma resposta. Os resultados superaram em 5% e 4%, respectivamente, os dados obtidos em 2010 numa sondagem feita pela National Science Foundation.

OS PACIFISTAS

Entre estes casais não há discussões e isso torna-se um problema sério, já que nenhum dos dois se envolve o suficiente na relação. A intimidade diminui e os poucos o casamento torna-se apenas uma rotina entre duas pessoas que têm cada vez menos em comum. A certa altura, há tantos assuntos mal resolvidos que os dois temem que um conflito sério comprometa definitivamente a relação. Assim, continuam a fugir. E procuram o que lhes falta junto de outra pessoa, muitas vezes com a esperança de que o marido ou a mulher descubram e percebam que precisam mesmo de conversar para resolver o que os divide.

OS ANTI-SENTIMENTOS

Muito e pouco passam a vida a discutir, mas não o fazem para aprofundar os sentimentos. O que está em causa é uma guerra de poder: cada um quer provar que está sempre certo e que o outro passa a vida enganado.

Os dois estão mais preocupados em ocultar as suas fragilidades do que em investir no casamento e acabam por se sentir desorientados com a incoerência de complexidade. É neste contexto que podem surgir novas relações. Se descobrirem e entrarem num desloque, é pouco provável que consigam entender-se, mas se perceberem que esse jogo só os afasta ainda podem salvar a relação.

OS VICIADOS EM SEXO

É mais comum entre os homens do que entre as mulheres, mas quando um dos dois é viciado em sexo não há nada que possa impedir-lo de procurar outros parceiros além do oficial. As hipóteses de mudança são reduzidas, uma vez que se trata de um comportamento aditivo e uma relação sexual é sempre o suficiente para resolver a sensação de vazio que estas pessoas sentem. A situação se altera se o viciado aceitar submeter-se a terapia. É comum que o parceiro se aperceba das relações extraconjugais mas se habitue a ignorá-las.

Quando um dos dois é viciado em sexo, nada pode impedi-lo de procurar outro parceiro

Uma mulher de 40 anos encontrou no Facebook a sua paixão de adolescência, de quem nunca deixara de gostar, mesmo depois de se casar. Os dois aproximaram-se e o relacionamento aconteceu. Incomodada com o facto de estar a enganar o marido, ela procurou Catarina Mexia, terapeuta de casal. "Dizia que não tinha nada a apontar ao marido, que era inexpressivo e um pai exemplar, mas ela tinha percebido que nunca tinha deixado de gostar do outro e não conseguia evi-

OS FUGITIVOS

A relação já terminou há muito tempo, mas nenhum dos dois teve coragem de lhe pôr fim, por amizade, falta de coragem ou comodismo. O aparecimento de outra pessoa e o pretexto que faltava para assumir que o casamento já não se queria realmente ama. Quando se rendem ao que sentem, não há grandes esperanças para o casamento.

A relação já terminou há muito tempo, mas nenhum dos dois teve coragem de lhe pôr fim, por amizade, falta de coragem ou comodismo. O aparecimento de outra pessoa e o pretexto que faltava para assumir que o casamento já não se queria realmente ama. Quando se rendem ao que sentem, não há grandes esperanças para o casamento.

A relação já terminou há muito tempo, mas nenhum dos dois teve coragem de lhe pôr fim, por amizade, falta de coragem ou comodismo. O aparecimento de outra pessoa e o pretexto que faltava para assumir que o casamento já não se queria realmente ama. Quando se rendem ao que sentem, não há grandes esperanças para o casamento.

Figura 39 e 40 Entradas de artigo secções de “Segurança” e “Dinheiro”

Revista SÁBADO, 7 a 13 de fevereiro, 2013 edição 458, pág.76-77

Revista SÁBADO, 22 a 28 de novembro, 2012 edição 447, pág.96-97



Figura 41 Entradas de artigo com utilização de escrita caligráfica

Neste artigo, focado nos números de telemóvel encontrados nos WC públicos de Lisboa. A ideia foi simular frases e desenhos que são frequentemente encontrados nestes locais. Para isso foi pedido aos paginadores e editores que as escrevessem de forma a obter uma maior variedade possível de estilos de texto manuscrito que foi utilizado para reforçar o sentido do título.

Revista SÁBADO, 13 a 19 de dezembro, 2012 edição 450, pág.88

2.9 SUPLEMENTO TENTAÇÕES

2.9 Conceito editorial do suplemento

Tal como muitas publicações de informação, não apenas revistas mas também jornais, a revista “SÁBADO” possui um suplemento semanal, criado em 2011, de cultura e lazer, disponibilizado gratuitamente em conjunto com a mesma. Tal como noutros suplementos de revistas de informação a “Tentações” opta por um conjunto de temas relacionados, em grande parte, passatempos para os leitores, aproximando-se do conceito que marca atualmente as revistas de tendências. Este género de suplementos de lazer tem uma abordagem consumista e descontraída, nos quais são apresentados temas da cultura urbana, incluindo viagens, gastronomia, design, teatro e dança, sinopse de filmes, exposições, concertos e agendas de eventos.

A utilização de suplementos por parte das publicações já existe há algumas décadas no estrangeiro, contudo, em Portugal começou a florescer na década de 90. No caso da “Tentações” os temas principais focam-se na agenda de eventos e na divulgação das novidades da produção artístico-cultural. Congrega agendas gastronómicas, endereços de estabelecimento, preços, sinopses e crítica de filmes ou peças de teatro, comentário a livros ou a programas de televisão, dicas etc. Este tipo de formato ganhou força como suplemento de jornais e revistas com a evolução das indústrias culturais e do público consumidor.

O modelo dos suplementos de lazer é fruto das indústrias culturais, no qual é substituído o conteúdo de opinião por conteúdos “de serviço” e orientação do consumo. O desenvolvimento deste formato é proporcional ao desaparecimento da crítica estruturada que está a ficar cada vez mais exclusiva das revistas académicas. É inquestionável a importância que a cultura, as artes e o entretenimento têm a longo prazo, para qualquer tipo de publicação generalista, pois além de fidelizarem os leitores, o desenvolvimento das indústrias criativas e culturais fornece cada vez mais conteúdo, e os eventos culturais locais estão em desenvolvimento e captam a atenção de cada vez mais público.

OS MELHORES SUPLEMENTOS ESTÃO SEM DÚVIDA
ENTRE AS REVISTAS COM O MELHOR DESIGN DO MUNDO

Mark Porter



Figura 45 Primeira capa da revista "Tentações"

Revista "Tentações", 5 a 11 de maio, 2011 edição 1, Capa

2.9.2 Páginas interiores

Apesar de ser um suplemento disponibilizado em conjunto com a revista “SÁBADO”, a “Tentações” caracteriza-se por ter uma identidade muito própria, o que permite aos leitores distingui-la da publicação principal. A “Tentações” apresenta as mesmas dimensões que a “SÁBADO” (ver página 27) e está organizada segundo uma série de secções fixas que aparecem sempre em todas as edições na mesma ordem.

Apesar de muito diferente em termos visuais e de organização, a “Tentações” possui algumas semelhanças com a “SÁBADO”, tais como a mesma grelha que divide o texto em três e quatro colunas e a mesma utilização tipográfica para o texto corrido (Borges Blanca), contudo, para os títulos e subtítulos a “Tentações” apresenta uma maior variedade de opções bastantes diferentes entre si, para além da “Taz” também são utilizadas fontes serifadas como a “Clarendon” e a “Giza Three”.

Misturar fontes ao longo da publicação acaba por criar uma ideia de contextos relacionados e de diversidade cultural, para além de ajudar a diferenciar as várias secções da revista. Dentro destas fontes também são utilizados vários estilos tipográficos da mesma fonte como o “bold” ou o “Itálico”, utilizados muitas vezes para dar destaque a uma expressão do título. A “Tentações” vive muito da utilização fotográfica (que se nota através da quantidade de fotografias utilizadas por página e pelas suas dimensões) uma vez que grande parte dos temas se centram em atividades e passatempos de interesse do público-alvo e por isso a fotografia é utilizada para cativar e motivar o leitor ainda mais. Podemos afirmar que a fotografia acaba por ser o conteúdo principal da revista e que o texto é utilizado apenas para complementar a informação dada pela mesma.



Figura 46
Entrada
de artigo
“Tentações”
Revista
“Tentações”, 25
a 31 de outubro,
2012
edição 78,
pág.6-7

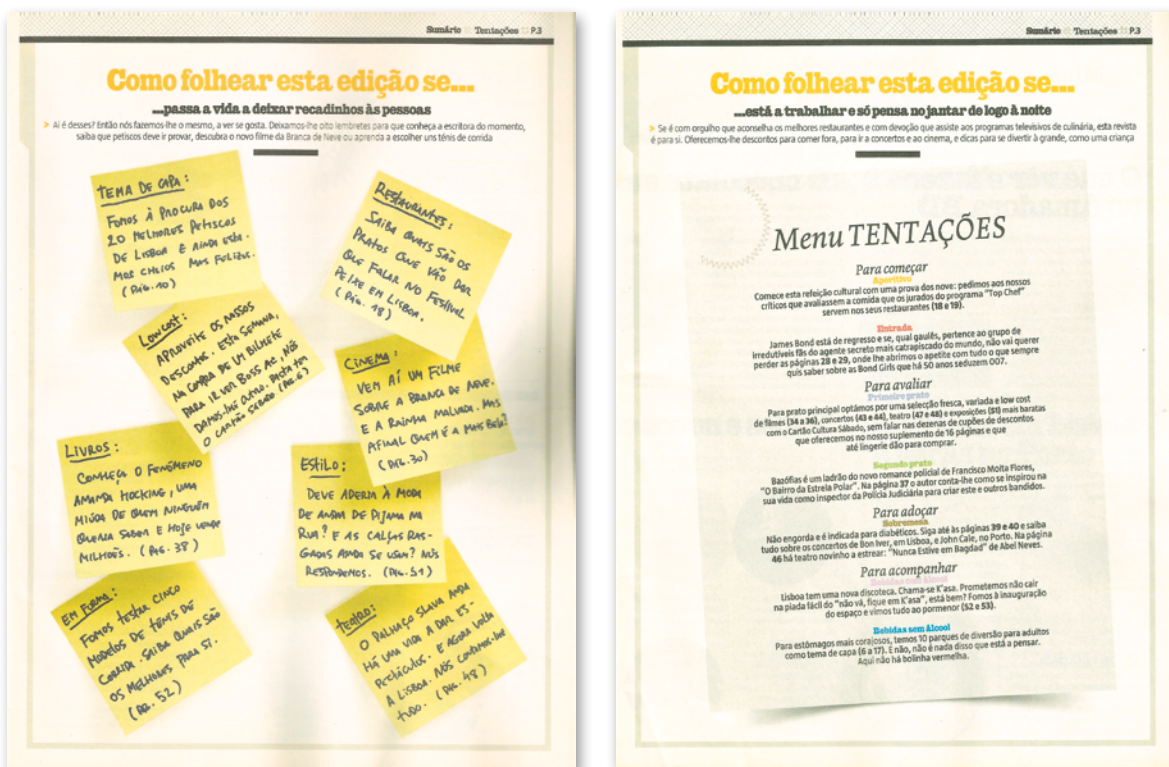


Figura 47 Exemplos de Sumário na revista “Tentações” e a sua organização

Exemplos do sumário da revista, que se apresentam sempre de forma diferente a cada edição, quer a nível visual quer a nível de leitura. O sumário procura sempre relacionar-se com o tema principal edição. Na imagem da direita o sumário assume a forma de um cardápio de restaurante, uma vez que esse era o tema do destaque.

Revista “Tentações”, 12 a 18 de abril, 2012 edição 50, sumário

Revista “Tentações”, 25 a 31 de outubro, 2012 edição 78, sumário



Figura 48 Secção de restaurantes, “Tentações”

Sendo uma revista disponibilizada de forma gratuita o design da “Tentações” tenta relacionar-se com o da SÁBADO, com a utilização dos mesmos tipo de letra e cor, contudo, o suplemento apresenta uma grelha própria e maior liberdade com o design.

Revista “Tentações”, de 12 a 18 de abril, 2012 edição 50, pág.18

2.9.3 Capas

Tal como a revista com a qual é vendida, uma das imagens de marca da “Tentações” são as suas capas conceptuais. Uma vez que a tentações é disponibilizada de forma gratuita com a “SÁBADO”, não é vista diretamente pelo público nas bancas, nem depende de vendas por isso as capas da “Tentações” não têm de seguir as mesmas regras da revista “SÁBADO”, o que lhe transmite uma maior liberdade criativa em relação às capas. Isto significa que o suplemento tem liberdade para alterar o posicionamento e o aspeto do logotipo, de modo a que se relacionem com o tema principal.

As capas das revistas são constantemente marcadas pela originalidade. Normalmente apresentam o logotipo no topo da página e um título relacionado com o tema principal da edição. O logotipo é muitas vezes utilizado como elemento gráfico móvel, cuja execução muda todas as semanas com a inclusão de formas, que substituem algumas letras (ver figura 50) e que comunicam informações sobre os destaques da revista. Muitas edições, porém, caracterizaram-se por serem mais “abstratas” com a utilização de recortes, colagens ou fotografias menos habituais que surpreendem os leitores e captam a sua atenção. Todos estes elementos conjugados com uma tipografia muitas vezes manuscrita, expressam o conceito geral da edição. Contudo a utilização destes elementos só é possível devido à forma como a revista é disponibilizada, de forma gratuita.



Figura 49 Capa “Tentações”

Revista “Tentações”, 8 a 14 de março, 2012 edição 45, Capa



Figura 50 Capa “Tentações”

Revista “Tentações”, 10 a 16 de maio, 2012 edição 54, Capa



Figura 51 Capa “Tentações”

Revista “Tentações”, 7 a 13 de fevereiro, 2013 edição 93, Capa

UMA “VISÃO” SOBRE A CONCORRÊNCIA

3.1 Diferenças e semelhanças

Neste capítulo vamos abordar alguns aspectos que caracterizam a revista “VISÃO” a principal concorrente da revista “SÁBADO”. Analisamos as edições de ambas as revistas entre os meses de setembro a outubro de 2013, e tentamos perceber quais as principais diferenças e semelhanças.

A “VISÃO” é atualmente a revista semanal portuguesa, mais antiga no mercado, dado que foi lançada a 25 de março de 1993. Atualmente é editada pela “Impresa Publishing”, que pertence ao grupo “Impresa”. Sucedeu ao extinto semanário “O Jornal” e teve como primeiro diretor Carlos Cáceres Monteiro, sendo atualmente dirigida por Pedro Camacho. Foi também a primeira publicação jornalística a ser distribuída para Tablet.

Analisando as duas revistas concorrentes podemos concluir que têm o mesmo público-alvo, a classe média-alta. Com o mesmo tipo de publicidade e secções de informação semelhantes, apresentam informação diversificada, de cariz nacional e internacional, sendo ambas detentoras de uma abordagem séria. Ambas apresentam uma conduta rígida em relação ao seu projeto gráfico, pois mantêm o uso de três ou quatro colunas assim como as mesmas medidas das margens. Esta rigidez, por outro lado, proporciona consistência e coerência visual a ambas as revistas.

Na SÁBADO, o texto está distribuído por quatro colunas em algumas secções específicas, e o mesmo acontece com a “VISÃO”. Pode-se dizer que em ambos os casos é a grelha que define o tipo de conteúdo e que proporciona uma composição equilibrada.

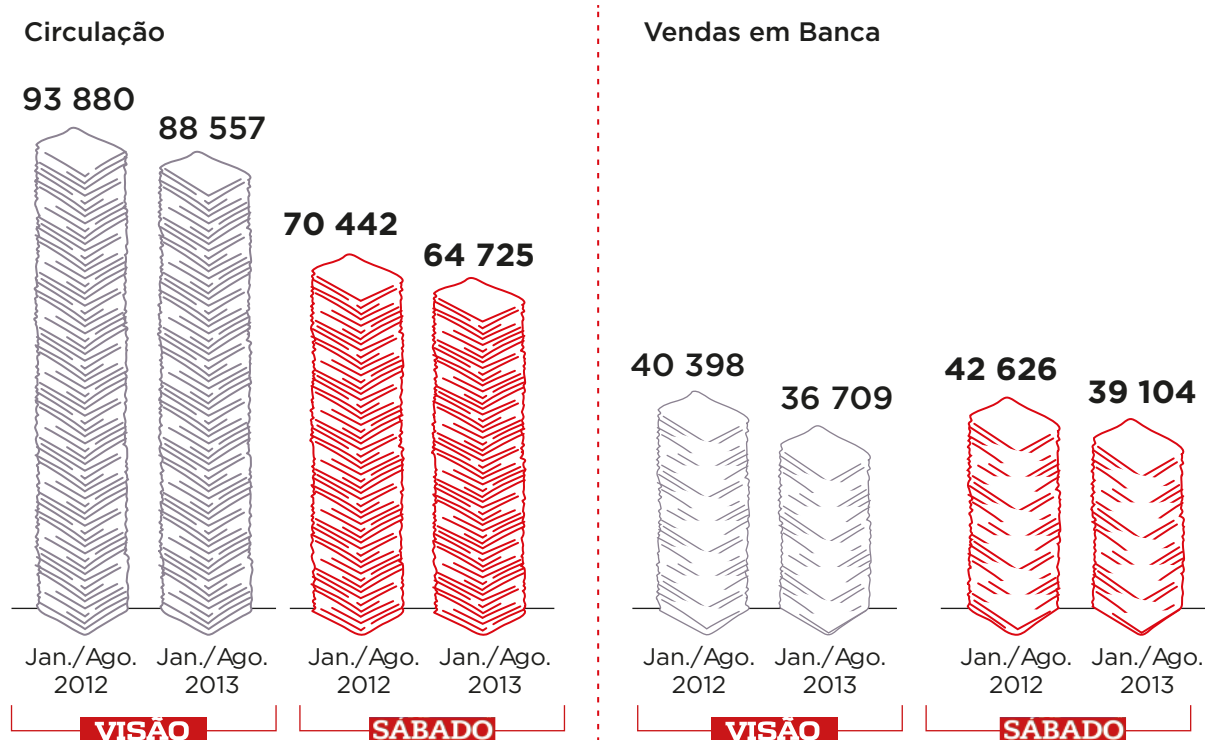
Observou-se que ambas as publicações são utilizadas apenas duas fontes tipográficas, com e sem serifas, que se distribuem por toda a publicação, em texto, títulos e legendas. No caso da “SÁBADO”, contudo, é comum encontrarmos outros estilos tipográficos, por vezes manuscritos, que se relacionam com o tema do artigo e que podem ser vistos quase como uma ilustração do mesmo. Em termos de imagens, estas são utilizadas em grande número ao longo de ambas as publicações como forma de comprovar o assunto tratado no texto. São utilizados três tipos de imagem (ilustração, fotografia e infografia). A ilustração, apesar de ser utilizada por ambas as revistas, é vista de forma mais consistente na “SÁBADO” em secções como a “Segurança”.

Apesar de publicarem temas idênticos, aquilo que mais distingue as duas publicações é a sua abordagem visual aos artigos, ou seja, enquanto a revista “SÁBADO” possui uma maior liberdade e espaço para criar entradas de artigo mais conceptuais, que se relacionam com o tema em questão, aproximando-se assim da função secundária da mensagem, a “VISÃO” parece optar por uma abordagem mais direta ao assunto enfatizando a sua função primária.

É A MANEIRA COMO DUAS REVISTAS COBREM UMA HISTÓRIA QUE DEFINE A FILOSOFIA E OS PONTOS DE VISTA DE CADA UMA – CADA COMPONENTE DA REVISTA TEM DE SER ENCARADO COMO UMA PARTE DA MASSA MAIOR E SEMPRE EM MUDANÇA DAS REVISTAS

Jeremy Leslie

Todas as publicações dão destaque a qualquer uma das funções da mensagem, que provocam efeitos diferentes na percepção do leitor.



Fonte: Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação

Figura 52 Resultados da circulação e vendas em banca 2012/2013

Gráfico com a diferença de circulação e vendas em banca entre a revista “VISÃO” e a “SÁBADO” entre 2012 e 2013. Em termos de circulação e vendas em banca, online, assinaturas e vendas em bloco (revistas oferecidas em postos de combustíveis por exemplo) a “VISÃO” mantém a liderança. No entanto, se analisarmos apenas as vendas em banca onde o público pode ver ambas as revistas ao mesmo tempo a “SÁBADO” continua a ser a mais vendida.



Figura 53 Exemplos de capas da revista “VISÃO” e “SÁBADO”

Alguns exemplos de capas da revista “VISÃO” e “SÁBADO” onde o tema principal é semelhante entre as duas. Como podemos observar as revistas são muito parecidas, quer em termos de organização quer na cor utilizada. Ambas utilizam uma foto ao corte com um título principal mais destacado, os apenas os restantes títulos secundários, aparecem no topo e no rodapé da capa.

Revista “VISÃO”, 31 de janeiro a 6 de fevereiro, 2013. edição 1039, 18 a 24 de outubro, 2012 edição 1024 2012 capas

Revista “SÁBADO”, 8 a 14 de novembro, 2012 edição 445, 13 a 19 de setembro, 2012 edição 437, capas



Figura 54 Exemplos e comparação de páginas interiores da revista “VISÃO” e “SÁBADO”

Para analisar o interior de ambas as revistas podemos observar, que estas são muito diferentes na forma como a informação é apresentada. A “SÁBADO” opta frequentemente por fazer uma entrada mais conceptual do tema que normalmente ocupa a primeira página do artigo, neste caso isso foi feito utilizando apenas a tipografia. Em termos de utilização da imagem podemos ver que, em ambas, a fotografia é a primeira opção como forma de comprovar o assunto do artigo. A “SÁBADO” utiliza diferentes técnicas, neste caso as imagens resultam de uma série de montagens fotográficas. Por outro lado a “VISÃO” favorece a utilização de imagens mais representacionais e objetivas.

Revista “VISÃO”, 18 a 24 de outubro, 2012 edição 1024, págs. 30-31, 34

Revista “SÁBADO”, 13 a 19 de setembro, 2012 edição 437, págs. 36-38

3.2 Newsmagazines internacionais

Todas as publicações são diferentes entre si, não apenas no tipo de informação que transmitem, mas também na forma como são estruturadas pelos designers. Em seguida vamos referir sumariamente alguns projetos editoriais, de revistas de informação de outros países que abordam as mesmas temáticas que a “SÁBADO”, apesar de terem características estilísticas bastante diferentes.

l'Espresso Itália

Fundada em 1955 e com sede em Roma, esta revista de informação é, juntamente com a concorrente “Panorama”, a mais importante revista semanal italiana. Com uma circulação mensal de cerca de 216 mil exemplares, aborda temáticas generalistas, mas destaca-se sobretudo em áreas como a política. Utiliza frequentemente entradas conceptuais.



Figura 55 Capas “l’Espresso”

Exemplo de capas da revista italiana “l’Espresso”. Tal como em todas as edições o nome da revista encontra-se no topo, envolto num rectângulo vermelho que lhe dá destaque. Esse peso visual é depois equilibrado por um novo rectângulo posicionado na base, que contém os restantes temas da revista. Todo o espaço intermédio é reservado para a foto e título de destaque

Revista l'Espresso nº 34, 29 agosto 2013

Revista l'Espresso nº27, 11 julho 2013



Figura 56 S  mario "l'Espresso"
A cada edi  o as propor  es e orienta  o do s  mario muda ligeiramente. O s  mario    composto em página dupla. Revista l'Espresso n  34, 29 agosto 2013 pág.12



Figura 57 Páginas interiores "l'Espresso"
A abertura das secções está sempre em página simples, enquanto os artigos seguintes ocupam página dupla. A imagens assume uma maior importância devido ao grande tamanho, ou ao agrupamento de várias imagens. Destaca-se também a utiliza  o tipográfica. Revista l'Espresso n  34, 29 de agosto 2013 págs. 24; 114

Stern Alemanha

A revista em análise foi fundada em 1948 por um famoso jornalista alemão chamado Henri Nannen, que liderou a publicação durante quase trinta anos. É uma das revistas alemãs mais lidas, e em 2006 apresentava uma circulação de mais de um milhão por mês. Tal como outras revistas generalistas, são abordados temas nacionais e internacionais. Na revista destaca-se a utilização frequente da ilustração, e a utilização de um número bastante limitado de cores. Para distinguir as principais secções é utilizada uma página simples que funciona como separador, onde estão contidos todos os temas da secção.



Figura 58 Capas “Stern”

As capas da revista “Stern” apresentam sempre o logo da mesma no canto superior esquerdo, num tamanho considerável, o que também facilita a rápida identificação por parte do leitor. O restante espaço é reservado para a o tema principal e para os artigos secundários, que ocupam sempre posições diferentes na capa

Revista Stern nº 39, 19 setembro 2013

Revista stern nº38, 12 setembro 2013





Figura 59
Sumário “Stern”

O sumário da revista apresenta-se sempre em página dupla, com um tratamento fotográfico semelhante ao utilizado em revistas de viagem, com fotos a ocupar a zona central das páginas e com os restantes títulos nas extremidades

Revista Stern nº39, 19 de setembro 2013



Figura 60
Páginas interiores “Stern”

Nesta revista as aberturas das secções principais encontram-se em página simples, com um pequeno texto introdutório disposto em duas colunas. O restante texto dos artigos é disposto em três colunas, contudo podemos observar que uma quarta coluna mais estreita, aparece entre as colunas principais com cerca de metade da largura destas. A coluna mais estreita é utilizada para acrescentar largura à margem, para conter um subtítulo do artigo ou destaques.

Revista Stern nº39, 19 de setembro 2013
págs. 21; 116-117; 56-57



Le Nouvel Observateur França

Com sede em Paris, é a revista de informação geral mais importante em França, com uma circulação de cerca de 538 mil exemplares por mês. Fundada em 1964, aborda temas como economia e cultura, mas destaca-se principalmente em áreas como a política e literatura. Ao contrário das publicações anteriores não utiliza praticamente ilustrações, dependendo apenas da fotografia para ilustrar os artigos. A cor assume nesta uma função importante pois é utilizada para fazer a distinção entre as diferentes secções.



Figura 61 Capas “Le Nouvel Observateur”

O nome da revista é composto em caixa-baixa num tipo forte serifado que é combinado com uma imagem ao corte, apesar da sua posição ser sempre a mesma a cor é frequentemente alterada, dependendo da cor de fundo da imagem, de forma a que o nome da revista ganhe maior contraste e destaque. As fotos de capa são sempre cortadas de modo interessante o que as torna mais chamativas.

Revista Le Nouvel Observateur nº 2516; nº 2512; nº 2548

Sommaire

7 L'économie de la semaine
10 ENQUÊTE
16 TÉLÉPHONES ROUGES
18 L'économie de la semaine
20 L'économie de la semaine
22 L'économie de la semaine
24 L'économie de la semaine
26 L'économie de la semaine
28 L'économie de la semaine
30 L'économie de la semaine
32 L'économie de la semaine
34 L'économie de la semaine
36 L'économie de la semaine
38 L'économie de la semaine
40 L'économie de la semaine
42 L'économie de la semaine
44 L'économie de la semaine
46 L'économie de la semaine
48 L'économie de la semaine
50 L'économie de la semaine
52 L'économie de la semaine
54 L'économie de la semaine
56 L'économie de la semaine
58 L'économie de la semaine
60 L'économie de la semaine
62 L'économie de la semaine
64 L'économie de la semaine
66 L'économie de la semaine
68 L'économie de la semaine
70 L'économie de la semaine
72 L'économie de la semaine
74 L'économie de la semaine
76 L'économie de la semaine
78 L'économie de la semaine
80 L'économie de la semaine
82 L'économie de la semaine
84 L'économie de la semaine
86 L'économie de la semaine
88 L'économie de la semaine
90 L'économie de la semaine
92 L'économie de la semaine
94 L'économie de la semaine
96 L'économie de la semaine
98 L'économie de la semaine
100 L'économie de la semaine

SOMMAIRE

DOSSIER P. 98
LES SEXYGÉNÈRES
AMOUR, TRAVAIL, LOISIRS...
TOUT EST POSSIBLE À 60 ANS

7 L'économie de la semaine
10 ENQUÊTE
16 TÉLÉPHONES ROUGES
18 L'économie de la semaine
20 L'économie de la semaine
22 L'économie de la semaine
24 L'économie de la semaine
26 L'économie de la semaine
28 L'économie de la semaine
30 L'économie de la semaine
32 L'économie de la semaine
34 L'économie de la semaine
36 L'économie de la semaine
38 L'économie de la semaine
40 L'économie de la semaine
42 L'économie de la semaine
44 L'économie de la semaine
46 L'économie de la semaine
48 L'économie de la semaine
50 L'économie de la semaine
52 L'économie de la semaine
54 L'économie de la semaine
56 L'économie de la semaine
58 L'économie de la semaine
60 L'économie de la semaine
62 L'économie de la semaine
64 L'économie de la semaine
66 L'économie de la semaine
68 L'économie de la semaine
70 L'économie de la semaine
72 L'économie de la semaine
74 L'économie de la semaine
76 L'économie de la semaine
78 L'économie de la semaine
80 L'économie de la semaine
82 L'économie de la semaine
84 L'économie de la semaine
86 L'économie de la semaine
88 L'économie de la semaine
90 L'économie de la semaine
92 L'économie de la semaine
94 L'économie de la semaine
96 L'économie de la semaine
98 L'économie de la semaine
100 L'économie de la semaine

Figura 62 Sumário “Le Nouvel Observateur”

Exemplo de como o sumário é disposto, em página simples, o conteúdo é apresentado em forma de lista onde todas as seções são diferenciadas através da cor. As seções mais importantes são também acompanhadas por fotografias

Revista Le Nouvel Observateur, nº 2516; nº 2557



Figura 63 Páginas interiores “Le Nouvel Observateur”

Exemplos de como são organizadas as aberturas de secção, onde são utilizadas cores diferentes para para as distinguir. Utiliza-se a mesma tipografia, utilizada na nome da revista, em itálico, para compor os títulos dos artigos. Nesta revista também é notória a utilização de uma coluna extra, usada para destaques, pequenas infografias etc. A variação da posição da coluna estreita acaba por transmitir ritmo à página, contrastando com a regularidade das colunas principais.

Revista Le Nouvel Observateur nº 2516, pág.42-43; 76; 70-71

Conclusão

Em síntese pretendeu-se com este trabalho analisar a forma como o conteúdo dos artigos da revista “SÁBADO” era interpretado pelos designers, bem como tentar perceber como contribuiu para a emergência de uma nova filosofia do design editorial. Entre as características observadas no desenvolvimento desta pesquisa destaca-se indubitavelmente a relação entre o aspeto visual da página e o tema do artigo que proporcionam uma nova experiência para o leitor, em virtude da conexão visual. Associado a estes pormenores está ainda uma espécie de casamento entre modernidade e tradição, de uma forma que parece ir ao encontro das melhores revistas generalistas europeias.

Ao longo dos 10 anos da existência da revista “SÁBADO” observa-se um amadurecimento artístico e gráfico somado a um grande profissionalismo. Estas qualidades são mais imediatamente visíveis nas páginas mais conceptuais que têm por objetivo estimular a imaginação do leitor.

O design da revista “SÁBADO” enquadra-se naquilo a que podemos chamar uma perspetiva moderna, apesar de não ser propriamente o mais ousado ou ousado como aquele que se observa em revistas com temáticas mais artísticas.

Os designers que têm passado pela revista, tal como os redesenhos efetuados, têm tentado projetá-la de forma consciente e rigorosa parecendo ir ao encontro das palavras de Norman Potter, uma figura cimeira do design inglês, que definia o design como “Putting things together in a way that makes sense”¹⁹.

É importante referir também que a capacidade para tirar partido dos recursos técnicos e tecnológicos disponíveis, próprios do design, não são determinantes na qualidade dos projetos. A prová-lo está o facto da “SÁBADO” utilizar na sua construção gráfica uma versão antiga do software “Quark” (6.0), sem que tal interfira na qualidade do produto final. Podemos definir o design da “SÁBADO” como neutro, transparente e objetivo, remetendo-nos para as palavras da consultora tipográfica Beatrice Warde, que no seu ensaio teórico “Crystal Goblet” afirmava que a intervenção do designer deve ser absolutamente transparente ²⁰.

A política cultural empresarial da “SÁBADO”, nascida no contexto da globalidade, veio impulsionar ainda o desenvolvimento do design editorial na conceção das revistas de informação geral. Devido a revistas como a “SÁBADO” e a “VISÃO” o design gráfico nacional iria dar os primeiros passos em matéria de conteúdos generalistas.

Seria presunçoso, em termos atuais, em que os parâmetros globais se estão a alterar tão drasticamente, afirmar, no entanto, que a revista “SÁBADO” é a melhor revista generalista nacional, até porque as referências na construção do design editorial nacional são provenientes de fontes tão distintas que será mais realista ver esta revista como um contributo para o desenvolvimento global da política editorial atual. Consi-

19 POTTER, Norman, “What is a Designer: Things, Places, Messages” Hyphen Press

20 WARDE, Beatrice, “Crystal Goblet” Sylvan Press

deramos, por isso, que esta revista como exemplo modular, em matéria de conteúdos de informação geral contribuiu de alguma forma para enriquecer a cultura gráfica portuguesa do séc. XXI.

Para terminar gostaríamos de referir que esta análise se cingiu à edição em papel, deixando de fora a versão digital da publicação, que fica em aberto à espera que alguém se proponha a olhar para ela de forma sistemática.

Referências bibliográficas

A imprensa local e regional em Portugal (2010), Entidade reguladora para a comunicação social. (1.ª ed.).

BRINGHURST, Robert (2005), *“Elementos do estilo tipográfico”*.
Cosac & Naify

CORTEZ, Jayme (1970). *“Mestres da ilustração”*. (1.ª ed.).
Hemus

ECO, Umberto. (2011). *“Como se faz uma tese em ciências humanas”*. (17.ª ed.). EDITORIAL PRESENÇA

HERNANDES, Nilton. (2006). *“A mídia e seus truques”*.
Editora Contexto

KRESS, Gunther; LEEUWEN, Theo van (2006). *“Reading images: The grammar of visual design”*. (2.ª ed.).
Taylor & Francis Group

LESLIE, Jeremy (2003). *“Novo design de revistas”*. (1.ª ed.).
Editora Gustavo Gil

MORRISH, John. (1996). *“Magazine editing”*.
Taylor and Francis

MUNARI, Bruno (2013). *“Design e comunicação visual”*.
Edições 70

OLIVEIRA, Luis Adriano. (2011). *“Dissertação e tese em ciência e tecnologia segundo Bolonha”*.
LIDEL - Edições Técnicas, Lda

ROCHA, Carlos de Sousa; NOGUEIRA, Mário Marcelo (1995). *“Design gráfico: Panorâmica das artes gráficas II”*. (1.ª ed.).
Plátano - Edições Técnicas

SAMARA, Timothy (2011). *“Guia de design editorial: Manual prático para o design de publicações”*. (1.ª ed.).
Bookman

SAMARA, Timothy (2007). *“Grid: Construção e desconstrução”*.
Cosac & Naify

ZAPATERRA, Yolanda (2008). *“Diseño editorial: Periódicos y revistas”*.
Editora Gustavo Gil

Documentos electrónicos

SCHMUDE, Cássia. (2005). *“A infografia como elemento editorial - Revista Superinteressante”*, acedido a 17 de novembro de 2013, em:
http://www.bc.furb.br/docs/MO/2005/300395_1_1.pdf

HEITLINGER, Paulo. (2011). *“Design editorial: Boas práticas de composição e regras tipográficas”*, acedido a 10 de setembro de 2013, em:
<http://tipografos.net/ebooks/Layout-Designeditorial-20-b.pdf>

LOVATO, Cristina dos Santos. (2010). *“Análise de imagens em notícias de popularização científica”*, acedido a 2 de julho de 2013, em:
<http://e-revista.unioeste.br/index.php/travessias/article/view/4309>

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia; CHASSOT, Sophia Seibel. *“O projecto gráfico de revistas: Uma análise dos dez anos da revista Capricho”*, acedido a 12 de outubro de 2013, em:
<http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/215/206>

ROSSI, Geraldo Abud (2008). *“O design gráfico da página na constituição da identidade visual das revistas impressas”*, acedido a 5 de janeiro de 2014, em:
<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/91993?show=full>

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia; LINDEMANN, Cristianne (2012). *“O design editorial de suplementos de cultura: um olhar sobre os jornais Folha de S. Paulo e Zero Hora”*, acedido a 17 de novembro de 2013, em:
<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-0544-1.pdf>

FREIRE, Eduardo Nunes (2007). *“O papel do design de notícias no discurso jornalístico do século XXI”*, acedido a 12 de setembro de 2013, em: <http://www.lasics.uminho.pt/OJS/index.php/5sopcom/article/viewFile/54/55>

ANEXOS

1. Entrevista a Carles Duran,

Diretor de projetos do “Grupo Cyan”,
responsável pelo redesign da revista “SÁBADO”

**Qual foi o vosso principal objectivo com o redesign da revista?
Inspiraram-se em algum projecto editorial, não nacional, para
fazer o redesign da Sábado? o que queriam transmitir de novo
aos leitores?**

O projecto atual é na realidade uma evolução do primeiro redesign feito em 2004 com o “Grupo Cyan”. Neste segundo redesign o principal objectivo foi transmitir um aspecto mais moderno e “limpar” alguns aspectos do design inicial. Eliminamos algumas cores sobretudo nas caixas de informação. Atualmente perdeu-se um pouco o espírito inicial

**Em relação ao logo da sábado, que foi ligeiramente alterado,
qual foi a vossa principal intenção ao fazê-lo?**

Se bem me lembro o logótipo manteve-se desde o primeiro redesign, apenas introduzimos a sombra interior e modificamos o acento.

**Em relação ao interior da “SÁBADO”, e depois de analisar
a versão anterior, notei que uma das vossas preocupações foi
dar à revista um aspeto mais “clean” e moderno, tanto a nível
visual como organizacional, que principais alterações
contribuíram para isso?**

Durante o anterior redesign o diretor da revista era João Marcelino que impôs uma série de condições. No último o diretor era Miguel Pinheiro. Esta mudança foi fundamental para a criação das bases do projecto. Conseguimos fazer um produto mais limpo e elegante.

Ao fazer o redesign de uma publicação, um dos aspetos fundamentais é a tipografia, pois ela lida com questões de legibilidade e hierarquia da informação. A escolha da combinação de fontes a utilizar é também decisiva, pois é necessário existir contraste entre elas, qual foi a vossa principal intenção ao escolher

as novas fontes da revista e o que queriam transmitir ao utiliza-las?

Tanto a Taz como a Borges são tipografias (sobretudo a Taz), que permitem muitos caracteres por linha. Para além disso a Taz é uma tipografia que preenche muito bem o espaço, o que acaba por lhe transmitir um carácter forte.

Ao pensar no redesign da “SÁBADO” devem ter também analisado as revistas concorrentes (revista “VISÃO”), tiveram alguma preocupação em tentar distânciar a “SÁBADO” da revista “VISÃO”? O que é que acham que existe de diferente entre o projecto editorial das duas revistas? De que modo é que isso se traduz no seu design?

São conceitos diferentes. Neste momento a “SÁBADO” tem mais liberdade na concepção dos artigos, e isto faz com que a revista “SÁBADO” seja um pouco mais popular do que a “VISÃO”.

2. Entrevista a Teresa Sengo,

Coordenadora do departamento gráfico da revista “VISÃO”

Ao analisar as principais revistas de informação em Portugal (“VISÃO” e “SÁBADO”), apercebi-me de que, apesar de ambas terem secções de informação semelhantes, a forma como essa informação é transmitida ao leitor é bastante diferente.

A “SÁBADO” parece gozar de uma maior liberdade na criação de páginas mais conceptuais, enquanto a “VISÃO” opta por uma abordagem visualmente mais directa, qual a sua opinião? Como é que o processo de criação das páginas, na revista “VISÃO”, se desenvolve?

A VISÃO têm uma paginação mais sóbria pois como temos mais reportagem tentamos utilizar uma linguagem mais séria e mostrar ao leitor que estivemos nos locais, evitando ilustrar os artigos com fotos de agência. Além disso a credibilidade é assegurada com a utilização de uma linguagem directa, menos confusa e mais clara. Acabamos por não «embrulhar» os artigos com um papel bonito, pois o importante não é o embrulho, é o artigo propriamente dito.

Que outras publicações servem de inspiração à revista “VISÃO”?

Muitas. Todas. New Yorker, GQ, Rolling Stone, Time, Veja, Bussiness Week...

Quantos redesigns sofreu a revista? Qual foi o vosso principal objectivo ao fazê-los?

Já sofreu muitos desde que existe há 20 anos. De vez em quando há que ir de encontro ao que o público pretende, ao mercado de publicidade e à evolução do design.

No início a VISÃO estava muito ligada à VEJA (brasileira) e à Time. Muitos anos depois o público pedia-nos uma revista mais sóbria e passámos para um produto mais tipo TIME. Anos mais tarde fizemos uma revista um pouco maior, o que nos limitou em termos de design, mas beneficiou em termos de campanhas publicitárias e em termos de desperdício de papel. Depois voltámos a «encolhê-la» a pedido dos leitores.

Fundamentalmente quem manda é o mercado. Nós temos o dever de nos adaptar ao que o leitor prefere.

A que público-alvo se destina a revista “VISÃO”?

E quais os conteúdos que traduzem esse público-alvo?

A VISÃO não tem público-alvo. Tentamos obviamente abranger o maior número de leitores, o que faz de nós uma newsmagazine de sucesso. Mas é óbvio que o nosso leitor pede reportagem, pede casos reais, pede repórteres no terreno.

Pede também opinião de grandes especialistas, pede fotorreportagem. Temos público que nos acompanha desde sempre, temos leitores muito novinhos que começaram por ler a VISÃO JÚNIOR e que passaram directamente para a VISÃO por se identificarem com o tipo de textos. Engraçado é que desde o seu lançamento que a VISÃO tem leitores muito participativos (tanto a nível de telefonemas, cartas e emails, como ao nível do nosso site).

Quais os tipos de letra utilizados actualmente na revista?

A revista utiliza actualmente as fontes: benton, freight e a fonte criada especialmente para a Visão por Dino dos Santos.

Tendo em conta que a “VISÃO”, como revista de informação, aborda uma grande número de temas distintos, considera que o design tem um papel importante na forma como a informação é transmitida ao leitor?

O design de qualquer publicação é meio caminho andado para o seu sucesso. Apesar de sóbrio e discreto o design da Visão é muito estudado.

3. Entrevista a Fernando Barata, Diretor de Arte da revista “SÁBADO”

De que forma é que o processo criativo se desenvolve, relativamente à criação de páginas mais conceptuais? Uma vez que essas são já uma das imagens de marca da revista

Páginas com conceito, primeiro o designer recebe uma sinopse do tema (texto). Segundo, ele pensa numa forma visual ou gráfica fora do contexto normal (estabelecido), como passar essa informação ao leitor de uma maneira simples e objectiva.

Que outras publicações servem de inspiração à revista SÁBADO?

Em relação as revistas que inspiram a revista SÁBADO, existem muito boas revistas americanas fantásticas: Wired, bloomberg businessweek e Esquire.

Ao longo da sua história (desde 2004) quantos redesigns teve a revista? Qual o principal objetivo ao fazê-los?

A revista teve 2 redesigns, primeiro foi gráfico, o segundo foi editorial e gráfico. O objectivo é dar aos leitores secções e temas novos com novos desenhos gráficos.

A que público-alvo se destina a revista SÁBADO?

E quais os conteúdos que traduzem esse público-alvo?

Classe A, B. Os conteúdos retratam todas as secções da revista. Portugal, Mundo, Dinheiro, Segurança, Sociedade, Família, Despoto, Social, Artes

Tendo em conta que a SÁBADO, como revista de informação, aborda uma grande número de temas distintos, considera que o design tem um papel importante na forma como a informação é transmitida ao leitor?

Esta é a minha opinião, grafismo, fotografia e títulos têm mais atenção do que o texto. O leitor vê uma maior percentagem do trabalho gráfico, a seguir a fotografia, depois os títulos e por fim o texto.

