



Instituto Politécnico de Tomar

Escola Superior de Tecnologia de Tomar

Mónica Sofia Gomes Monteiro

**A Ilustração – as suas influências
nas Publicações Periódicas
(Portuguesas)**

Relatório de Estágio

Orientado por:
Hália Costa Santos

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

Junho 2018

Dedico este trabalho a meus familiares e a Pedro Daparte.

RESUMO

Este presente relatório visa descrever a actividade desenvolvida durante o período de seis meses no jornal *Dinheiro Vivo*, como infografista e *designer* gráfica (ilustradora), e que servirá como componente de avaliação final de Mestrado de *Design* Editorial do Instituto Politécnico de Tomar.

O estágio que realizei foi feito com o objectivo de desenvolver um trabalho prático a nível profissional e adquirir alguma experiência nessa mesma área, principalmente a infografia (que para mim é um campo muito recente a explorar).

Para além de demonstrar o trabalho desenvolvido ao decorrer do estágio no jornal *Dinheiro Vivo*, este relatório relaciona-o com estudo do conceito de ilustração, com perspectivas de ilustradores e exemplos ilustrativos, posteriormente e directamente relacionados com as especialidades do *design* editorial.

Palavras-chave: Infografia, Ilustração, *Design* Editorial, Publicações Periódicas.

ABSTRACT

This report describes the activity that I developed for six months while working at the newspaper *Dinheiro Vivo* as infographic and graphic designer (illustrator), and will serve as a final evaluation component of the Editorial Master's Degree of Instituto Politécnico de Tomar.

The internships that I worked in were carried on with the aim of developing practical work at a professional level and acquire some experience in that field, especially infographics (which for me it was a very recent field to explore).

In addition to demonstrate the work during the internship in the newspaper *Dinheiro Vivo*, this report complements it with the study of the concept of illustration, with quotations from illustrators and illustrative examples, later and direct related to the specialties of editorial design.

Key Words: Infography, Illustration, Editorial Design, Periodical Publications.

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer à minha mãe e aos meus irmãos pelo precioso apoio que me deram durante este período.

Às minhas colegas de Mestrado, Vanessa Matos, Patrícia Guilherme e Laura Santos pela amizade, incentivo e motivação, não só durante o curso como também na época de estágio - mesmo estando distantes. Ao professor Mário Carvalho por ter-me proliferado o conhecimento sobre infografia por um semestre e orientar este projecto. Ao jornal *Dinheiro Vivo* por acolher-me e ter-me integrado tão bem. Agradeço ao Bruno Mateus por conduzir-me ao seu pensamento/espírito inovador e manter um olhar perspicaz.

À orientadora Dra. Hália Costa Santos, pela dedicação e atenção durante a época do estágio.

ÍNDICE

05	Resumo
07	Abstract
09	Agradecimentos
25	Introdução
	CAPÍTULO UM (ESTÁGIO)
29	O jornal <i>Dinheiro Vivo</i>
35	<i>Briefing</i> dos Projectos
35	- Foto galerias
57	- Bolachas
63	- Infografias
69	- Adaptações
79	- Outros trabalhos
104	- A cor para o <i>website</i> e para o jornal físico
108	Conclusão
	CAPÍTULO DOIS (ESTUDO DE CASO)
	A Ilustração - as suas influência nas Publicações Periódicas (Portuguesas)
115	Introdução
118	2.2. O que é a ilustração? (Introdução conceptual)
120	2.2.1. Ilustração no século XIX
121	2.2.2. Ilustração no século XX

128	2.2.3. Ilustração nos anos 90
132	2.2.4. Ilustração no século XXI
138	2.3. Análise dos jornais <i>i</i> e <i>Diário de Notícias</i>
139	2.3.1. As influências das ilustrações no jornal <i>Diário de Notícias</i> .
150	2.3.2. As influências das ilustrações no jornal <i>i</i>
162	2.4. Análise do questionário sobre a influência da ilustração nas Publicações Periódicas
182	Conclusão
188	Bibliografia
189	Webgrafia
196	Fontes Primárias
198	Anexo

LISTA DE FIGURAS

- Fig. 3** | Foto galeria - *Conselhos: Não arruíne o orçamento*, para o site do *Dinheiro Vivo*. 39
- Fig. 5** | *Calendário 2018*, elaborado para o jornal *Dinheiro Vivo*. 43
- Fig. 6** | Detalhe da ilustração da notícia original do site da *Forbes*. 45
- Fig. 7** | Foto Galeria - *As Melhores Profissões para Introversos e Extroversos*, para o jornal *Dinheiro Vivo*. 46
- Fig. 8** | Imagem e Infografia criada para a Foto Galeria - *Há mudanças no Cartão de Cidadão já a partir de amanhã*, do jornal *Dinheiro Vivo*. 47
- Fig. 9** | Detalhe da ilustração elaborada para o jornal *Dinheiro Vivo* - *7 coisas que precisa de saber para trabalhar a partir de casa* - estudo da linha de contorno. 49
- Fig. 10** | Foto Galeria - *10 Coisas que pode procurar num candidato a emprego*, para o jornal *Dinheiro Vivo*. 51
- Fig. 11** | Foto Galeria - *Está viciado nas tecnologias? Esteja atento aos sinais*, para o jornal *Dinheiro Vivo*. 53
- Fig. 12** | *Wellesley College - Same-sex marriage*, Sébastien Thibault, 2017. 54
- Fig. 13** | *American antics II*, Sébastien Thibault, 2017. 54
- Fig. 14** | *The Guardian - It's time to reclaim the truth*, Sébastien Thibault, 2017. 55

Fig.15 e 16 <i>he Evolution Of The Side Hustle</i> , Joey Guidone, 2016-2017.	56
Fig.17 Bolacha - <i>Autárquicas 2017</i> , criada para o jornal <i>Dinheiro Vivo</i> .	59
Fig.18 Grafismo criado para o <i>Instastories</i> do <i>Intagram</i> do jornal <i>Dinheiro Vivo</i> .	62
Fig.19 Grafismo criado para o post da página de <i>Instagram</i> do <i>jornal Dinheiro Vivo</i> .	62
Fig.26 Infografia - <i>La Importância del Turismo</i> (original) - fonte de criação para o <i>jornal Dinheiro Vivo</i> .	71
Fig.27 Infografia - <i>Quanto vale o Turismo no mundo</i> (adaptação) - elaborada para o <i>jornal Dinheiro Vivo</i> .	71
Fig.28 Foto galeria - <i>Como preparar as suas finanças para uma vida mais longa</i> (adaptação) - elaborada para o <i>jornal Dinheiro Vivo</i> .	73
Fig.29 <i>A Voz dos Sindicatos</i> , Cristina Sampaio.	74
Fig.30 <i>A Turquia e a UE</i> - Expresso - Prémio Stuart de Desenho de Imprensa 2006 para o melhor Cartoon, Cristina Sampaio.	74
Fig.31 Foto galeria - <i>Descubra com a idade que tem, qual é o seu potencial máximo</i> (adaptação) - elaborada para o <i>jornal Dinheiro Vivo</i> .	75
Fig.35 Infografia - <i>Regra dos 4 R's</i> - elaborada para o suplemento do <i>jornal Dinheiro Vivo</i> (2).	81
Fig.38 Conjunto de logotipos criados para o jornal <i>Dinheiro Vivo</i> .	84

Fig.39 Estudo do logotipo final adaptado para o jornal <i>Dinheiro Vivo</i> .	85
Fig.40 Mapa <i>WebSummit</i> , para o jornal <i>Dinheiro Vivo</i> .	87
Fig.41 Pictogramas desenvolvidos para o <i>website</i> do jornal <i>Dinheiro Vivo</i> .	88
Fig.42 Pictogramas - <i>Portugália</i> - desenvolvidos para o <i>website</i> do jornal <i>Dinheiro Vivo</i> .	88
Fig.44 Biblioteca de imagens criada com elementos ilustrados para o <i>site</i> do jornal <i>Dinheiro Vivo</i> .	91
Fig.45 Pormenor da tela de imagem do software Infogram - Os nomeados para os Óscares 2018, <i>Dinheiro Vivo</i> , 23 de Janeiro de 2018	93
Fig.46 Pictogramas - <i>Como gastar menos e poupar mais com a água</i> , feita para o suplemento do dia 25 de Novembro (jornal <i>Dinheiro Vivo</i>).	95
Fig.49 Foto galeria - <i>9 ações que os líderes bem-sucedidos tomam diariamente</i> , adaptada para o site do jornal <i>Dinheiro Vivo</i> .	97
Fig.50 Pictogramas - <i>Do bacalhau ao bolo rei. Quanto vale o negócio destes produtos para algumas empresas</i> , elaboradas para o suplemento do jornal <i>Dinheiro Vivo</i> .	98
Fig.51 Ilustração editorial - <i>Electricidade</i> , esboço para o suplemento do jornal <i>Dinheiro Vivo</i> .	99
Fig.52 Ilustração editorial - <i>Electricidade</i> , <i>ilustração final</i> para o suplemento do jornal <i>Dinheiro Vivo</i> .	99

Fig.53 Projecto de Arte Pública pela Fundação EDP - Watt ,Mariana a Miserável, Julho de 2016.	100
Fig.54 Ilustração editorial - <i>Comprar ou arrendar casa para vender?</i> , para o jornal <i>Dinheiro Vivo</i> .	101
Fig.55 Ilustração editorial - <i>Revolução na banca traz baixa de custos e mais serviços</i> , para o jornal <i>Dinheiro Vivo</i> .	102
Fig.56 Ilustração editorial - <i>Tubarão</i> , para o jornal <i>Dinheiro Vivo</i> .	103
Fig.57 Diferença de contraste da imagem para o formato <i>web</i> .	104
Fig.60 Detalhe da ilustração criada para o brief nº60 - <i>25 maneiras de criar um legado de liderança</i> - com o exemplo de fundo e “base” que é inserido o personagem.	106
Fig.61 Frontispício d’ O António Maria (litografia colorida) publicada em <i>O António Maria</i> , 1884 - Rafael Bordallo Pinheiro	122
Fig.62 <i>Buffet Froid</i> (desenho e guache 325 x 400mm, de 1976/77 - Coleção Museu de Lisboa EGEAC, João Abel Manta.	127
Fig.64 <i>Barca Bela, Folhas Caídas</i> (1955), de Maria Keil.	127
Fig.63 <i>As Idades de Salazar</i> (1978), de João Abel Manta.	127
Fig.65 Ilustração para a capa do livro <i>Teatro</i> (editado pelo Pato Lógico, com texto de Ricardo Henriques), de André Letria.	129

- Fig.66** | *A ministra e o défice* (*Expresso*), de Cristina Sampaio. **129**
- Fig.67** | Ilustração para a revista *Egoísta*, de Henrique Cayatte (sem data). **131**
- Fig.68** | *Terrible children* (*Crianças Terríveis*, publicada na Revista *Sauda* em 2017), de Lord Mantraste. **133**
- Fig.69** | *All I want for christmas is you* (Tudo o que quero para o Natal és tu) - (acrílico e grafite sobre papel), de Mariana a Miserável. **137**
- Fig.70** | Ilustrações para a revisão cultural de 2014 do suplemento de imprensa do *Público Ípsilon*, de João Maio Pinto. **137**
- Fig.71** | *Cravo e Ferradura*, José Bandeira (*Diário de Notícias*, 1 de Março de 2018) **140**
- Fig.72** | Cartoon - Ana Sousa Dias - de autoria de André Carrilho (*Diário de Notícias*, 3 de Março de 2018). **141**
- Fig.73** | Cartoon - João Taborda da Gama - de autoria de André Carrilho (*Diário de Notícias*, 4 de Março de 2018). **141**
- Fig.74** | *Recreio em Ghouta, Síria* - André Carrilho (*Diário de Notícias*, 6 de Março de 2018.) **143**
- Fig.76** | Cartoon - Marco Tulio Pellegrini - de autoria de André Carrilho (*Diário de Notícias*, 17 de Março de 2018). **145**
- Fig.77** | *Eleições na Rússia*, de André Carrilho (*Diário de Notícias*, 18 de Março de 2018). **146**

Fig.80 | *Ameaça à democracia* - André Carrilho (DN), 25 de Março de 2018.

148

Fig.82 e 83 | *Mundo do Assédio no Trabalho*, jornal *i*.

151

Fig.84 | *Para a Guerra Há Sempre Dinheiro* - (autor desconhecido), publicada no jornal *i*.

152

Fig.85 | A ilustração de John Singer Sargent (1856 -1925), intitulada "Gaseados", publicada a 26 de Março no jornal *i*.

154

Fig.88 | *Marielle Franco*, Vasco Gargalo - publicada a 19 de Março no jornal *i*.

157

Fig.89 | Caricatura de Carlos Diogo Santos, publicada regularmente no jornal *i*.

158

Fig.90 | Ilustração da capa do jornal *i*, do dia 14 de Março de 2018 (sem descrição do autor).

159

Fig.118 | *E-mail* enviado ao ilustrador Óscar Rocha com questões para este projecto.

201

Fig.119 | Na página a seguir (189) temos um exemplar do questionário sobre a *importância das ilustrações nas Publicações Periódicas*, feito em dois dias de Maio de 2018.

201

LISTA DE GRÁFICOS

- Fig.20** | Infografia - *Principais Indicadores Económico-Financeiros da Somague (2/4)* - criada para o *jornal Dinheiro Vivo*. **65**
- Fig.21** | Infografia - *Principais Indicadores Económico-Financeiros da Somague (3/4)* - criada para o *jornal Dinheiro Vivo*. **65**
- Fig.22** | Infografia - *Ministério da Justiça - (1/5)* - criada para o *jornal Dinheiro Vivo*. **66**
- Fig.23** | Infografia - *Ministério da Justiça - (4/5)* - criada para o *jornal Dinheiro Vivo*. **67**
- Fig.24** | Infografia - *Audências (1/2)* - criada para o *jornal Dinheiro Vivo*. **68**
- Fig.25** | Infografia - *Audências (2/2)* - criada para o *jornal Dinheiro Vivo*. **68**
- Fig.32** | Infografia - *Os países mais jovens do mundo (original)* - fonte de criação para o *jornal Dinheiro Vivo*. **77**
- Fig.33** | Foto galeria - *Os países mais jovens do mundo (adaptação)* - elaborada para o *jornal Dinheiro Vivo*. **77**
- Fig.37** | Infografia - *Escalão de IRS* - criada para o *website* do *jornal Dinheiro Vivo*. **83**
- Fig.37** | Infografia - *Escalão de IRS* - versão para o suplemento do *jornal Dinheiro Vivo*. **83**
- Fig.45** | Evolução da infografia (*Top 15 das séries mais vistas do mês de Novembro e as séries mais vistas de 2017*), feita a partir do *Infogram*. **93**
- Fig.47** | Infografia - *Bitcoin Slumps*, original do site da *Bloomberg*. **96**
- Fig.48** | Infografia - *Bitcoin*, adaptada para o site do *jornal Dinheiro Vivo*. **96**

Fig.58 | Diferença de saturação da imagem para o formato web. 105

Fig.59 | *Cores utilizadas nas ilustrações para o site do jornal *Dinheiro Vivo*. 105

Fig.75 | Infografia de ilustração científica (*Diário de Notícias*, 15 de Março de 2018) 144

Fig.78 | Características físicas de Putin realçadas na ilustração de Carrilho. 147

Fig.81 | Infografia do jornal *Diário de Notícias*, 28 de Março de 2018. 149

Fig.87 | Pictogramas do jornal *i* (dia 20 de Março de 2018). 156

Fig.91 | *Combate aos Fogos*, ilustração do jornal *i* (7 de Março de 2018). 161

Fig.92 | Gráfico de resultados da questão n.º. 1 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *i*. 164

Fig.93 | Gráfico de resultados da questão n.º. 2 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *i*. 164

Fig.94 | Gráfico de resultados da questão n.º. 3 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *i*. 165

Fig.95 | Gráfico de resultados da questão n.º. 4 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *i*. 165

Fig.96 | Gráfico de resultados da questão n.º. 5 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *i*. 166

Fig.97 | Gráfico de resultados da questão n.º. 6 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *i*. 166

Fig.98 | Gráfico de resultados da questão n.º. 7 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *i*. 167

Fig.99 | Gráfico de resultados da questão nº. 8.1 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *i*. **167**

Fig.100 | Gráfico de resultados da questão nº. 8.2 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *i*. **168**

Fig.101 | Gráfico de resultados da questão nº. 8.3 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *i*. **168**

Fig.102 | Gráfico de resultados da questão nº. 8.4 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *i*. **169**

Fig.103 | Gráfico de resultados da questão nº.8.5 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *i*. **169**

Fig.104 | Gráfico de resultados da questão nº.9 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *i*. **170**

Fig.105 | Gráfico de resultados da questão nº.1 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *Diário de Notícias*. **171**

Fig.106 | Gráfico de resultados da questão nº.2 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *Diário de Notícias*. **171**

Fig.107 | Gráfico de resultados da questão nº.3 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *Diário de Notícias*. **172**

Fig.108 | Gráfico de resultados da questão nº.4 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *Diário de Notícias*. **173**

Fig.109 | Gráfico de resultados da questão nº.5 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *Diário de Notícias*. **173**

Fig.110 | Gráfico de resultados da questão nº.6 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *Diário de Notícias*. **174**

Fig.111 | Gráfico de resultados da questão nº.7 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *Diário de Notícias*. **174**

Fig.112 | Gráfico de resultados da questão nº.8.1 do inquérito elaborado

sobre a influência das ilustrações no jornal *Diário de Notícias*. **175**

Fig.113 | Gráfico de resultados da questão nº.8.2 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *Diário de Notícias*. **176**

Fig.114 | Gráfico de resultados da questão nº.8.3 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *Diário de Notícias*. **176**

Fig.115 | Gráfico de resultados da questão nº.8.4 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *Diário de Notícias*. **177**

Fig.115 | Gráfico de resultados da questão nº.8.5 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *Diário de Notícias*. **177**

Fig.116 | Gráfico de resultados da questão nº.9 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *Diário de Notícias*. **178**



LISTA DE TABELAS

Fig.36 | Grelha dos temas feita para o jornal *Dinheiro Vivo*. **82**

Fig.43 | Grelha - *Workflow da redação multiplataforma* - feita para o jornal *Dinheiro Vivo*. **90**

INTRODUÇÃO

No âmbito do meu segundo ano de Mestrado de *Design* Editorial, optei por desenvolver um estágio curricular como componente de avaliação. O meu objectivo inicial era ganhar mais experiência a nível profissional, coisa que no meu percurso tem sido um pouco volátil e pouco explorado durante a época da licenciatura, causando algumas inseguranças no mestrado.

Mesmo que uma tese ou projecto me proporcionasse uma investigação mais aprofundada do assunto que pudesse tratar, a decisão de fazer um estágio um relatório do mesmo podia dar-me uma visão pormenorizada da circunstância do mercado de trabalho a nível global e os consequentes requisitos necessários para uma selecção, de acordo com a nossa persistência e dedicação.

Depois dessa conclusão, elegi alguns *ateliers* de *design* que desenvolvessem trabalhos na área do *design* gráfico, pois estava mais de acordo com os meus objectivos e aptidões que incluía: concepção de logos, objectos de *branding* e identidade, ilustração, entre outros e não só o design editorial.

Entrei em contacto com a *Global Media*, que acabou por informar-me sobre a disponibilidade de estágio para o jornal *Dinheiro Vivo*.

Foi marcada uma entrevista, no dia 29 de Maio de 2017 às 11 horas, nas instalações das Torres de Lisboa, com Rosália Amorim, diretora do jornal que explicou o que estava à procura e como o jornal funcionava.

Mostrei o meu portfólio e informei que também elaborava infografias, assim foi feita a selecção, uma vez que o jornal necessitava de infografistas.

Este estágio estava previsto iniciar em Setembro de 2017 com a cessão contractual em finais de Fevereiro de 2018. Assim o foi.

Este relatório divide-se em quatro grandes áreas:

A ilustração e a sua influência nas Publicações Periódicas (Portuguesas) - introduzo com o conceito de ilustração que foi a segunda base de trabalho durante a época de estágio e a sua in-

fluência nas publicações periódicas.

O Dinheiro Vivo – onde dou a conhecer o jornal.

Briefing dos Projectos - em que relato e demonstro as soluções, adversidades; a minha posição em relação ao estágio, ao trabalho desenvolvido, e ao relatório em si.

Conclusão - onde faço um resumo de todos os projectos executados.

01

ESTÁGIO

O jornal *Dinheiro Vivo*

O JORNAL DINHEIRO VIVO

O *Dinheiro Vivo* é uma publicação referencial periódica de economia portuguesa, disponível todos os sábados em formato físico tal como o *Jornal de Notícias* e o *Diário de Notícias*. Também existe desde 16 de Junho de 2011 em formato digital, portanto *online*. Em 2012 recebeu o *Prémio de Lançamento do Ano* e em 3 de Setembro de 2012 saiu a primeira publicação em papel.

Tem a periodicidade semanal, e pertence à *Global Media Group*. Sede em Torres de Lisboa, (Rua Tomás da Fonseca, Torre E, 5.º piso, 1600-209 Lisboa). Segundo a designação da Ficha Técnica apresentada no site do jornal *Dinheiro Vivo*, os membros constituintes são:

Diretora executiva: Rosália Amorim;

Chefe de Redação: Filipe Morais

Head of Digital: Bruno Contreiras Mateus;

Editores em Lisboa: Carla Alves Ribeiro e Vítor Martins;

Editores no Porto: Teresa Costa e Pedro Araújo;

Redação: Ana Marcela, Ana Margarida Pinheiro, Ana Sanlez, Bárbara Silva, Diogo Ferreira Nunes, Erika Nunes, Filipe Paiva Cardoso, Ilídia Pinto, João D’Espiney, João Oliveira, Lucília Tiago, Luís Reis Ribeiro Marta Velho e Virgínia Alves; Rui Barroso.

Coordenação vídeo: Luís Stoffel;

Secretária de redação: Ana Carla Gonçalves.

Marketing e Comunicação: Ana Marta Heleno, Diretora Patrícia Lourenço, Gestora de Marca

A publicação *Dinheiro Vivo* tem outra redação no Porto, na Rua Gonçalo Cristóvão, 195 a 219, 4049-011. E os membros constituintes do conselho de administração são:

Presidente – Daniel Proença de Carvalho;

Administradores – Vítor Ribeiro, José Carlos Lourenço, Teresa Graça, Rolando Oliveira, Luís Montez e Jorge Carreira

Além de se assumir como um jornal económico, as suas abordagens estendem-se a temáticas financeiras e empresariais. Tal como afirma André Macedo (fundador do *Dinheiro Vivo*), no

estatuto editorial do jornal em formato digital, tem como objectivo de “respeitar e verificar os factos”, pela mesma razão, diferem o que é noticiado da opinião e da análise.

O jornal *Dinheiro Vivo* apresenta-se como independente de “todas as correntes políticas e de pensamento, formais ou informais”, ainda que o “rigor, objectividade e independência jornalísticas são as características permanentes que definem a informação do *Dinheiro Vivo* em todas as plataformas em que se expressa e informa”. Tem o propósito de “cultivar o sentido crítico”, o cepticismo e o juízo jornalístico, analista e colunista.

“O *Dinheiro Vivo* é exigente com o trabalho informativo que desenvolve para poder sê-lo em relação aos poderes que escrutina, observa e noticia de perto. O DINHEIRO VIVO rejeita simplificações editoriais. O DINHEIRO VIVO informa com responsabilidade e com respeito pelo bom nome das pessoas, empresas, organizações, empresas e países, sem que isso afecte a profundidade e seriedade da sua investigação jornalística. O DINHEIRO VIVO defende a liberdade como condição fundamental para o desenvolvimento das sociedades e das economias. O DINHEIRO VIVO acredita na iniciativa privada como força motriz e pedra basilar das democracias, das sociedades e das pessoas. O DINHEIRO VIVO acredita num Estado que favorece e promove a concorrência justa e transparente entre pessoas e empresas através de leis e regulamentos claros e de um sistema de justiça equilibrado e veloz. O DINHEIRO VIVO acredita num Estado regulador, mas também num Estado com funções sociais — que pode desenvolver directa ou indirectamente –, mas das quais não pode abdicar.”

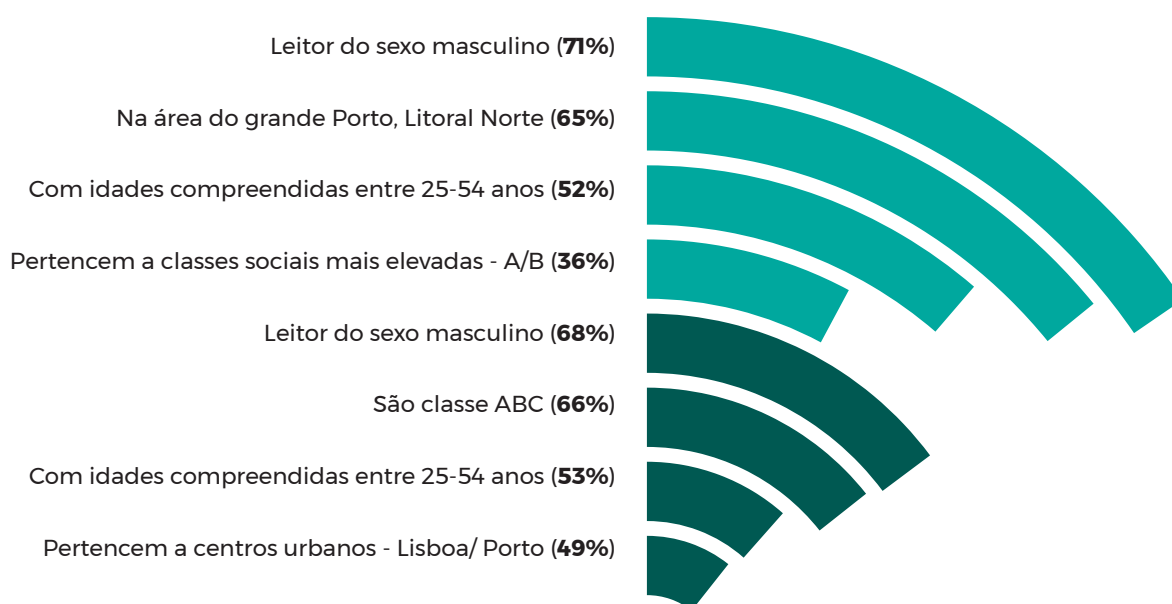
In Dinheiro Vivo Ficha Técnica

Perfil do Leitor do Jornal *Dinheiro Vivo*

Segundo a avaliação do jornal, o público alvo é maioritariamente masculino, dos 25 aos 54 anos.

Abaixo a infografia com os dados:

Imprensa
Digital



/i

Fonte: Bareme Imprensa 2ª vaga 2016 | Netpanel

Novembro 2016

Autor: Mónica Monteiro



**EDIFÍCIO DAS TORRES DE LISBOA
(EDIFÍCIO DO LADO ESQUERDO A GLOBAL MEDIA GROUP)**



ESPAÇO DINHEIRO VIVO

/iii

*“Graphic design will save the world right after
rock and roll does.”*

DAVID CARSON

2.1

ESTÁGIO

Briefing dos Projectos

FOTO GALERIAS

“De forma simples (...) o leitor deverá ser capaz de perceber facilmente aquilo que se pretende mostrar (...) para conseguir compreender, tem de – pelo menos – conseguir descodificar as mensagens e vê-las de forma adequada (...).”

Susana Almeida Ribeiro(2008, p.49)



Brief 1

Conselhos: Não arruíne o orçamento.

No dia 1 de Setembro de 2017, decorreu o primeiro dia de estágio no jornal *Dinheiro Vivo*.

Foi-me apresentado o espaço e seguidamente os elementos colaborativos do jornal. Além dos colaboradores do jornal, foi-me indicada (para referências infográficas), a Ana Kaiseler – infografista do *Diário de Notícias* – que me presenteou algumas referências bibliográficas e visuais relativas à infografia e especificou o tipo de infografia que é elaborado no jornal *Diário de Notícias*, influente do jornal *Dinheiro Vivo*.

Desconhecia todo o tipo de trabalho (da área infográfica), do jornal. Uma das atitudes que tive depois que ser informada por Rosa Miguel, membro da direcção dos Recursos Humanos da *Global Media Group*, que havia vaga no jornal, foi fazer uma pequena pesquisa sobre o que já tinha sido feito no jornal na vertente de *design* editorial. Também, analisei *layouts** de outros jornais.

Como afirmei anteriormente, só no dia da entrevista que fiquei a saber que apenas iria elaborar infografia e ilustração. Mas, principalmente infografia*.

O meu conhecimento sobre infografia era escasso, apenas foi lecionado por um semestre e os conceitos abordados somente me deram uma pequena bagagem conceptual e prática que acabei por aplicar em alguns projectos. Até à data não tinha sequer noção do que era. O que me fascinou no mundo da infografia foi a simplicidade e a capacidade de tornar a informação mais clara sem perder a importância/funcionalidade e resultar num trabalho

gráficamente apelativo. Coisa que é utilizada no nosso dia-a-dia, como referiu o professor Mário Carvalho, a infografia rodeia-nos desde a simples indicação de uma rua como à comparação de dados em diagramas.

Como refere Silva (2005, p.25, *apud* Teixeira - 2011) “tudo deve ser explicado, esclarecido e detalhado - de forma concisa e exata, numa linguagem tanto coloquial e direta quanto possível (...) O didatismo deve estender-se também à disposição visual do que é editado. (...) A apreensão pelo leitor deve ser fácil, clara e rápida. (...) A rigor, tudo o que puder ser dito sob a forma de quadro, mapa, gráfico ou tabela não deve ser dito sob a forma de texto”.

Do *Jornal de Notícias*, acabei por saber que as infografias são feitas com base em vectores* de pictogramas elaborados pelos infografistas. Geralmente as ilustrações/ vectores são de cor plana, normalmente em de tom azul, conforme o grafismo da página a apresentada. O mesmo acontece com o jornal *Diário de Notícias*, que também pertence à *Global Media Group*.

Valero Sancho (2001) afirma que “a necessidade de contar histórias de maneira gráfica é cada vez maior na comunicação, especialmente numa época em que, para alguns, se vive nem tempo de tendências gráficas visuais, mais que literais; num tempo de entender as coisas com uma vista de olhos, por complexas que sejam”. No jornal *O Jogo*, as infografias são mais elaboradas ao detalhe. As ilustrações simulam quase o real, com representações de figuras em destaque – ocupam grande parte da página – ou mesmo fotografias de jogadores em posição específica de jogo.

Contém, além de diagramas, algum texto. A revista *Motor 24*, apresenta infografias bem detalhadas e ao mesmo tempo simples, com pequenas descrições do objecto principal, que normalmente

***Layout** - tem um papel específico no design gráfico. “Refere-se ao arranjo de elementos em uma página geralmente referente a colocação específica de imagem, texto e estilo.” (JAMIE, 2013).

A compreensão do layout é importante no numa projecção de design, pois se não for devidamente compreendido, haverá uma probabilidade da mensagem transmitida ser mal interpretada, ou não ter o efeito de captar a atenção do observador.

“O layout adequado aprimora a aparência do objeto em particular e os objetos como um pedaço de projeto inteiro para criar uma composição forte. O sucesso de um layout depende do arranjo dos elementos visuais individuais e da relação - ou hierarquia visual - formado entre eles. Todos os designers gráficos devem ter isso em mente em todos os momentos ao criar propagandas, materiais promocionais e obras ou arte. (...) É essencial conhecer os fundamentos para um layout adequado para fins de design, desde a compreensão correta e ao uso do equilíbrio, proporção, sequência, ênfase e unidade de todos os elementos coesivos.” (JAMIE, 2013).

é um carro desportivo e as suas partes constituintes. Contém um texto breve inicial, que dá continuidade ao título. Também tem mapas de pistas que acompanham, geralmente, uma fotografia principal. Neste caso, a infografia ocupa um *spread**.

As outras publicações periódicas pertencentes à *Global Media Group* não apresentam infografia ou ilustração. Apenas em casos particulares, em que são feitas capas ilustradas para uma edição especial. Depois que passei a conhecer algum tipo de grafismo ilustrado, utilizada principalmente nas capas. Dos autores que me recordo de terem referido foi Gonçalo Viana, um ilustrador que já tem vindo a publicar algumas ilustrações editoriais em jornais como o *Expresso*, a revista *Estante* (que era uma publicação gratuita, distribuída na *Fnac*) e ilustração publicitária.



Fig. 3 | Foto galeria - *Conselhos: Não arruine o orçamento*, para o site do *Dinheiro Vivo*.

***Infografia** - A palavra infografia provém de *INFO* de informação e *GRAFIA* de desenho. Desempenha a função representativa (gráfica), de um ou mais informações. Uma infografia explica um texto que à priori não seria muito compreendido se fosse somente texto. São aplicados com periodicidade em jornais, mapas, revistas, sites, livros técnicos/educativos e em laboratórios (são utilizados por cientistas como ferramentas de comunicação visual). Pode ser constituída por: fotografia, ilustração, mapas, textos, cronologias, entre outros.

***Vector** - a palavra deriva de um vocábulo latim e significa o “que conduz” (a algo). É um agente que transporta de um lugar para outro,

conforme o contexto. No design gráfico, um vector é um desenho digital de uma forma geométrica independente, que unidos, formam imagens. Estes elementos geométricos, designados polígonos ou segmentos, pontos, curvas são definidos por atributos matemáticos que estabelecem a sua cor, posição e outras características..

***Spread** - é a união de duas páginas viradas que são criadas para funcionar como uma unidade em um documento de dupla face.

Dia 4 de Setembro de 2017, foi-me desafiado a elaboração de umas “bolachas” ilustrativas para o site, de uma infografia que já à priori tinha executada (em meados de Junho, a pedido da directora do jornal, como desafio inicial), deixando em aberto o estilo que queria para o tema.

A infografia principal foi feita a pensar no formato do jornal, acompanhando outras notícias que pertenciam à mesma página. Abri um documento com as medidas de uma página do jornal, simulei uma grelha e a tipografia (*sans serif*^{ft}, como a do jornal apresentava), para o título e o corpo de texto que introduz o tema: *Gestão*.

O título da infografia era: “Conselhos para não arruinar o orçamento”. Optei por ilustrar um indivíduo com a sugestão de notas como cabelo sobre um fundo que simulasse uma cidade. Nas seguintes bolachas*, ilustrei cada informação com um elemento que fosse relativo, como por exemplo a sugestão de umas cadeiras de avião e uma taça com comida, de modo a enfatizar a ideia de ofertas de lugares e serviços de *catering* a baixo custo; uma tenda ou uma casa, para facilitar o leitor a concepção do texto.

As ilustrações utilizadas (o vectores) apenas seguem a ideia do texto apresentado. Não substitui ou acrescenta algo à informação dada, isto é, a ilustração serviu um pouco como sugestão para uma legenda que é o texto. O leitor não é conduzido para outro “mundo” a não ser o que está representado. A ilustração é fiel ao texto.

O fundo branco da infografia inicial foi alterado por azul, com o objectivo de contrastar com a cor de fundo do site do *Dinheiro Vivo*. Também vai de acordo com as cores utilizadas no jornal físico.

Com a ajuda do colaborador do jornal do *Dinheiro Vivo*, Bruno Mateus, o texto noticiado foi reduzido de modo a que resultasse numa infografia simples, de fácil leitura e de compreensão.

Não houve um contacto prévio com o *Head of Digital* – Bruno Mateus – antes, apenas depois da concretização das ilustrações.

Habitualmente, tenho mais contacto com Bruno Mateus, pois ele supervisiona o que é feito de ilustração ou infografia para o site. Ilustrações ou infografias para o suplemento, o contacto directo é com Filipe Morais, o chefe de redação. O Luís Stoffel, da área de multimédia, dá sugestões para criação de foto galerias. Mas os três dão opiniões e críticas sugestivas para alterações ou preparação da arte final, como por exemplo a alteração da cor ou aumento ou redução do corpo de letra.

Para outros assuntos como faltas e justificações, é com a jornalista Carla Ribeiro. Pois ela cuida da parte mais burocrática do estágio.

Normalmente quando os jornalistas pedem ilustrações ou infografias, apresentam o texto antes e, a partir daí, faço a interpretação do texto e acrescento algo alusivo. Normalmente, a execução demora uma manhã, ou o dia inteiro... dependendo da complexidade. Não exercem qualquer tipo de pressão de *deadline**, aliás, dão margem para que me exponha de maneira criativa e eu vou tentando fazer em menos tempo possível para poder realizar outros trabalhos em paralelo, como pesquisa de artigos para foto galeria.

Brief 12

Quer ser aumentado? 6 razões pelas quais nunca será

A 19 de Setembro, foi-me proposta a criação de ilustração para uma foto galeria com o título: “Quer ser aumentado? 6 razões pelas quais nunca será”.

Elaborei 7 ilustrações: A primeira ilustração era “chega atrasado”. Fiz o personagem a atrasar-se para estação de autocarros. Para a segunda, “não é organizado”, fiz uma mesa desarrumada. A terceira era “é bisbilhoteiro” e foi ilustrada com duas pessoas a conversar. A quarta era “não trabalha em equipa” e a opção foi pelo personagem sozinho num capô de futebol.

A quinta ilustração, “não tenta ser o melhor”, ficou com um personagem a ler (este em objeção à negação do acto de “ser o melhor”). Para a quinta ilustração, sobre “pedir não custa nada”, apresentei o personagem numa conversa com alguém superior – que pode ser do seu cargo ou chefe – e com a projecção da sombra, mostrando a personagem numa posição desconfortável. Aqui tentei que a imagem tivesse uma mensagem subliminar e que não fosse apenas uma ilustração que simplesmente descreve as situações. Por fim, na ilustração de capas, optei pelo personagem envolvido numa “chuva de notas”. Desta vez tentei diferenciar na paleta de cores, utilizando 5 cores: dois tons diferentes de amarelo

***Bolachas** - imagem de abertura de uma notícia em formato digital.

Normalmente contém um título/texto breve.

***Deadline** - prazo de entrega.

***Sans serif** – (do francês “sem serifa”), também chamadas grotescas (de francês grottesque ou do alemão *grotesk*).



Fig. 4 | Tipografia com *serif* e *sans serif*, *Wikipédia*.

torrado; o laranja escuro; o preto e o branco. A ilustração em si apresenta-se num traço mais rectilíneo e com a sugestão de cores fortes e de alto contraste, de inspiração nas bandas desenhadas.

Como o artigo era quase uma narrativa, optei por seguir a ideia de contar uma história através de cores e de formas. Neste projecto fui tendo algumas dicas do Luís Stoffel, como por exemplo, colocar o personagem num campo de futebol, isolado, e outros conceitos de forma a aprimorar as ilustrações. Depois fazer uma bolacha principal para abrir o artigo, acrescentei notas a cair. Aqui o Coordenador de vídeo - Luís Stoffel – chamou a atenção de representar sempre o dinheiro com o símbolo europeu do e não o tradicional cifrão, ligando a ilustração à realidade portuguesa e não à americana.

Com o jogo das cores e a técnica da ilustração, acabou por funcionar bem no site. Também com a descrição da imagem (texto adicionado depois no site, pelos jornalistas), facilitou a ilustração (mas esta podia destacar-se sem muito texto), que acabou por tornar uma foto galeria demasiada exaustiva e repetitiva de se ver.

O projecto agradou muito os jornalistas, tive vários *feedbacks* bastante positivos. Aqui comecei a dar a conhecer as minhas capacidades ilustrativas à redação.

Brief 12

Calendário 2018

A 26 de Setembro, foi-me pedido pela jornalista Lucília Tiago a criação de um calendário com a identificação das “pontes” e fins de semana prolongados do ano de 2018 para o site e uma foto galeria com o mesmo tema.

Fiz três foto galerias para os fins de semana prolongados, com o a cor azul (identificado no calendário, que iria aparecer no corpo da notícia, por baixo da foto galeria, então o leitor depois ver a foto

galeria com a sugestão das imagens com as épocas de feriados – uns festivos e outros nacionais- iria percebê-lo), e em tom de laranja as possíveis pontes, com ilustrações relativas às temáticas festivas.

Neste projecto a cor foi fundamental para a percepção do tema e ilustrá-la torna ainda mais fácil a percepção do mesmo.

Para Lopes (2015) "(...) a combinação de cores afecta o nosso estado psicológico e influi decisivamente ao olho humano; interfere na actividade muscular, mental e nervosa (...)"

No entanto, Damásio (2017) refere que "(...) tens de ver os sentimentos como sendo os motivadores de tudo o que construímos culturalmente. Uma das coisas contra as quais nos erguemos é a da construção do puro intelecto como força e poder computacional. Algoritmos. Não é verdade. Parte da ciência e, definitivamente, a tecnologia, estão a seguir esse caminho. (...)".

Com uma selecção de cores que harmoniosamente se conectam estou a criar uma relação com o público alvo, pois a cor tem a sua importância na memorização, recordação e reconhecimento. Atribui alguma identidade às informações e aos projectos, o que pode originar um *design* eficiente, claro e fácil de compreender.

Para Lucas (2009) "(...) As cores podem ser utilizadas para orientar os usuários na direção que pretende que sigam. Por exemplo, utilizando cores mais visíveis, como o vermelho ou laranja para *links* primários e azul ou verde para o secundário é uma boa maneira de aumentar a chance de um usuário seguir as ligações que quer sigam. Isso é conhecido como *Call to Action*. (...)".

Utilizei a fonte *Myriad Condensed* para o título (*bold condensed*) e corpo de texto (*condensed*), de modo a diferenciar a informação de texto apresentado. Para o calendário, utilizei a mesma fonte com as mesmas variações para o texto e numeração.



Fig. 5 | Calendário 2018, elaborado para o jornal *Dinheiro Vivo*.

A indicação e descrição das cores, como deve ser em todas as infografias, coloquei por cima do calendário apresentado para uma percepção inicial eficaz. Sendo mais ou menos uma imagem que iria ser apresentada de maneira interactiva (com o *scroll* *ao longo da leitura da notícia), as cores seriam a solução perfeita para o leitor perceber a que correspondiam em cima localizada).

Brief 15

As Melhores Profissões para Introversos e Extroversos

A 26-27 de Setembro, optou-se por ilustrar uma notícia que foi seleccionada do site da Forbes intitulada “As Melhores Profissões para Introversos e Extroversos”.

A dificuldade principal foi distinguir os dois tipos de personalidade. Acabou-se por ilustrar o introverso numa espécie de estrela com as extremidades voltadas para dentro (diferenciado pelo tom azul escuro, uma cor sóbria), e a extroversa para com as terminações para fora (este num tom amarelado, uma cor mais garrida/viva), isso representando, respectivamente, o introverso – uma pessoa que absorve as emoções de uma forma mais introspectiva e solitária – e o extroverso – que expõe mais as emoções e as energias de uma forma colectiva.

Um dos objectivos, além de distinguir as personalidades por forma e cor, era simplificar a informação já obtida do site, até porque a informação da *Forbes* estava distribuída por uma infografia interactiva, com as profissões representadas por figuras além de ícones. Com a ajuda do Bruno Mateus, retirei a informação pertinente e acabou-se por sintetizá-la de forma a aparecer só o valor mensal do salário de cada profissão, o tipo (se é prático, artístico, convencional, social, entre outros), e o grau de escolaridade exigido, este representado simbolicamente pelo ícone da cartola.

As ilustrações que simbolizam as profissões foram fáceis de criar, optou-se por representá-las de preto para destacar do resto da informação, ao lado do nome da mesma -profissão - com a *stroke* (linha recta), amarela e azul, para conduzir ao leitor à associação dos dois tipos de personalidade inicialmente e respectivamente distinguidas.

Outra dificuldade sentida foi manter a informação dentro da grelha pré estruturada em conjugação com o tamanho do corpo da letra, a solução foi resumi-la ao máximo.

Como reforço, foi feita uma pesquisa por Bruno Mateus – *head of digital* do jornal - relativa aos salários de cada profissão em Portugal em site como: *Guia Carreira, a Job Tonic, Ppl Ware- Sapo, Meu Salário*

e *Careers Assessment - Cushman Make Field*, todos eles nacionais.



Fig. 6 | Detalhe da ilustração da notícia original do site da *Forbes*.



Fig. 7 | Foto Galeria - As Melhores Profissões para Introvertidos e Extrovertidos, para o jorna Dinheiro Vivo.

Brief 17

Há mudanças no Cartão de Cidadão já a partir de amanhã

A 28 de Setembro, foi-me informado pelo Diogo Ferreira Nunes, as alterações no cartão de cidadão.

Li a notícia criada por ele e o mesmo sugeriu uma criação de infografia para uma foto galeria.

Do tema, apenas tinha conhecimento que o cartão tinha a durabilidade de 5 anos e que temos de pagar um determinado valor ao criá-lo ou renová-lo. Portanto, a notícia seria uma novidade/ um conhecimento a adquirir. Ao mesmo tempo, esse pouco conhecimento foi válido para a criação desta foto galeria, começando por diferenciar os valores dos preços em formas geométricas isoladas.

Selecionei infografia devido ao facto de apresentar dados que podem ser distribuídos visualmente, dando ao receptor maior entendimento da informação abordada), distribuí-os por quatro momentos/imagens: a primeira para a “bolacha” para o site, com o título destacado com uma fonte *Condensed* (a *Myriad* – uma vez que não possui a fonte *Flama*, que é a ideal para infografias, a fonte substituta também está na lista de fontes que podem ser utilizadas para infografias) ; as seguintes contém a informação. Coloquei os preços dentro de um círculo, com a descrição por baixo seguido de uma linha recta. Na última imagem, resumi a informação em tópicos e diferenciei o título do corpo de texto com a cor branca.

Tive a intenção de elaborar uma infografia simples, fácil e de entender e que não fosse muito extensa textualmente.

Foi um dos temas que considero relevante criar uma foto galeria, para públicos que, como eu, desconhece ou não tem contacto directo com o tema. E com apenas 5 imagens com informação clarificada, passa a perceber melhor o assunto tratado. Desta forma, penso ser um contributo válido para o jornal, ajudando na simplificação e acessibilidade ao assuntos tratados.



Fig. 8 | Imagem e Infografia criada para a Foto Galeria - *Há mudanças no Cartão de Cidadão já a partir de amanhã*, do jorna *Dinheiro Vivo*.

Brief 20

6 Dicas *mindfulness* para reduzir o stress no trabalho

A 3 de Outubro, foi proposta pela jornalista Bárbara Silva, o desenvolvimento de uma foto galeria com o título: 6 “Dicas *mindfulness** para reduzir o stress no trabalho”.

Optou-se por seguir a linguagem anteriormente assumida tal como na no *briefing* 13 (Descubra com a idade que tem, qual é o seu potencial máximo), de inspiração nas ilustrações de Cristina Sampaio. Aqui as ilustrações foram bem conseguidas, pois elucidavam mesmo o que era a notícia: na bolacha de capa, foi elaborada a ilustração em contraste com o título – com um personagem enfurecido “com muito trabalho” - de modo a não revelar o que seria a infografia. Pensa-se ser um jogo interessante que podia intrigar o leitor, além do título, para clicar e ler a notícia.

Foi feito um jogo tipográfico ao colocar o número 6 a **bold** em contraste com o resto do texto a fim de torná-lo mais ilustrativo e ao mesmo tempo divertido.

Para a primeira imagem, foi ilustrada uma pessoa a meditar e que estivesse mesmo “nas nuvens” – zen; na segunda uma pessoa a conduzir com o detalhe da rádio desligada; na terceira uma pessoa a comer tendo o balão expressivo de pensamento como se cessasse a conexão com as redes sociais; na quarta a pessoa a organizar os objetos, aqui o objectivo é que ele estivesse concentrado na tarefa; na quinta, uma ilustração que demonstra dois tempos: um tempo de leitura e outro tempo de ler *e-mail*, com a indicação do relógio e por fim, a pessoa a passear na cidade.

Na terceira imagem penso que apenas podia ilustrar duas ou três redes sociais que a percepção da ilustração seria a mesma e ficava mais simples visualmente. Graficamente, os elementos são bidimensionais com a sugestão de sombra. A linha de contorno do desenho serve para diferenciá-lo do resto da informação – fundo ou objecto – ou elementos com cores que não se contrastam.

***Mindfulness** - - é um estado mental de controle sobre a capacidade de se concentrar nas experiências, atividades e sensações do presente.

Traduzido em português como “Atenção Plena” ou “Consciência Plena”, o *mindfulness* popularizou-se nas grandes empresas entre os funcionários que buscam um alívio para o estresse do dia a dia, além de ajudar a melhorar as suas capacidades mentais e, consequentemente, a produtividade no trabalho. (...).”

Uma das informações que foi interiorizada na cadeira de ilustração e serigrafia durante a época de licenciatura e que é notória na prática durante estágio e não só noutras unidades curriculares do mestrado, é que as imagens devem ser desenhadas como “ilhas”, com a finalidade de destacá-las do resto dos objectos. Muitas vezes serve para dar volumetria, criando uma ilustração/desenho mais rico e equilibrado. O contrário (o não colocar a *stroke* – linha de contorno), cria uma certa tensão no desenho.

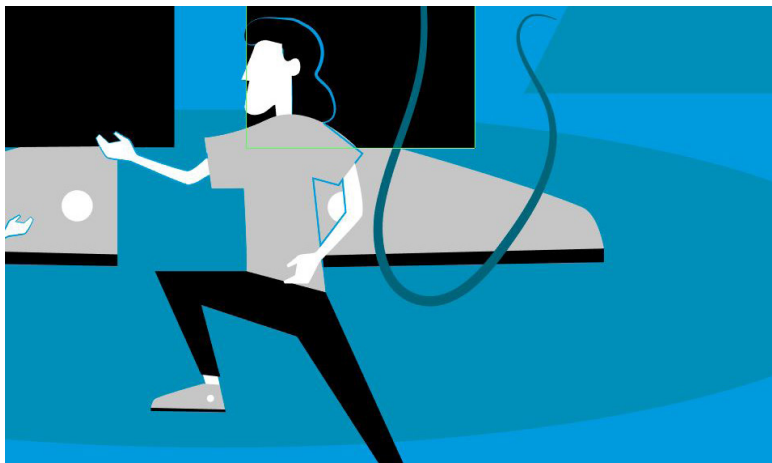


Fig. 9 | Detalhe da ilustração elaborada para o jornal *Dinheiro Vivo* - *7 coisas que precisa de saber para trabalhar a partir de casa* - estudo da linha de contorno.

Brief 24

10 Coisas que pode procurar num candidato a emprego

No dia 6 de Outubro, foi proposta por mim a criação de uma foto galeria de uma notícia selecionada do site da *Forbes*, com o título: “10 Coisas que pode procurar num candidato a emprego”.

Na imagem de capa, ilustrou-se um grupo de pessoas numa sala de espera, como se fossem candidatar para o emprego, destacando um como “vulto” com um ponto de interrogação para indicar um possível candidato.

As ilustrações seguintes serviram para associar ao texto. Na primeira, ilustrou-se duas mãos a saudarem-se, a simbolizar uma confiança inicial entre o candidato e o empregador; na segunda, o candidato numa entrevista; na terceira, o candidato com um balão expressivo de pensamento a indicar a “positividade”; na quarta imagem, dois candidatos: uma sorrir e outro menos

feliz, para aliar à positividade exigida num candidato a emprego; na quinta, o candidato numa sala cheia de papeis, indicando o excesso e trabalho e a concordância e realizar a tarefa; na sexta, o candidato num ambiente exterior, este que sugerisse a aderência a atividades extras ao emprego; na sétima imagem, o candidato numa entrevista, com um balão expressivo com duas pastas, estes que descrevessem um passado histórico de emprego; na oitava, o candidato assinalado com uma lâmpada significativa de ideia ligada à ideias de mente produtiva; por fim, o candidato a subir as escadas, mas esta, simbolicamente, representa a escadas para o sucesso. Este descrevia a ideia que um candidato deve ter uma postura progressiva e ambiciosa em relação ao trabalho de maneira a encaminhá-lo ao sucesso.

Este *briefing* não foi muito exigente de cumprir, pois as ilustrações eram simples visto que era semelhante ao que já tinha elaborado para o jornal nos projectos anteriores, com uma referência visual como base criativa estruturada.

Utilizou-se a fonte *Myriad*, com 51 de corpo, a *bold* para os textos das bolachas. Aí encontrou-se o obstáculo: fazer com que o texto seja legível num documento aberto a *pixels*, de tamanho 1600 por 600.... Principalmente para uma infografia que posteriormente tem possibilidades de ser lida num *ipad* ou *smartphone*.

A solução foi reduzir o texto com o apoio do Bruno Mateus para ter mais espaço, e por fim, aumentar o tamanho do tipo de letra.

Para a *web designer* Jamie Hart (2013) “(...) quando um projeto e desenvolvimento de um folheto, logotipo, site etc., a escolha da fonte específica ou tipo de letra utilizada é de grande importância - faz ou quebra um projecto. É aqui que a técnica e o elemento de *design*, conhecido como tipografia, entram em acção. No entanto, a tipografia é muito mais do que apenas palavras elegantes e coloridas.

Jamie afirma que “a tipografia em *design* gráfico desempenha um papel crucial. Este conceito de *design* é funcional e estético, no sentido de que a escolha do tipo de letra utilizada, ajuda na legibilidade de um projecto, além de melhorar a aparência geral. Assim, tornando o *design* visualmente atraente para os olhos, impressionante e atraente para os espectadores”.

Ainda assinala que “Pode-se afirmar que o *design* gráfico, criado para um público-alvo específico é vital e um elemento-chave na estratégia/ plano de *marketing* de uma empresa de sucesso. É importante compreender e tentar se relacionar com o público-alvo, de tal forma que melhor transmita sua mensagem e benefício, não só para atrair clientes potenciais, mas para manter relacionamentos leais e duradouros com eles através de comunicações eficazes e *design* gráfico.”

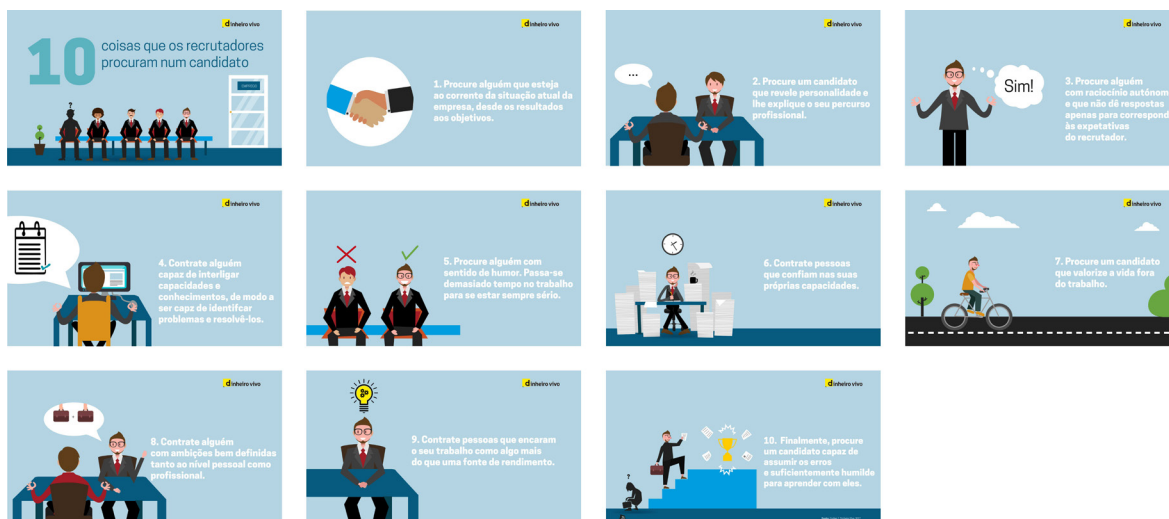


Fig. 10 | Foto Galeria - 10 Coisas que pode procurar num candidato a emprego, para o jornal *Dinheiro Vivo*.

Brief 28

Cinco dicas de linguagem corporal para o sucesso

A 13 de Outubro, foi proposta por mim o desenvolvimento de uma foto galeria com a ilustração das 5 dicas de linguagem corporal que encaminham o trabalhador ao sucesso.

Para esta foto galeria, decidi optar por criar uma linguagem gráfica distinta do que já fi feito ao longo dos projectos. A ilustração tem o traçado semelhante ao desenho, quase esboço com o auxílio das ferramentas de desenho do *software* de ilustração.

Seguiu-se pelas quatro cores: laranja, amarelo, amarelo claro e preto. Na primeira imagem de capa, coloquei o título com a Fonte *Cooper Hewitt Medium* e o número 5 a *Cooper Hewitt Bold* com mais destaque. A ilustração principal são 7 figuras com diferentes expressões corporais.

Na segunda imagem, um personagem com a indicação gráfica do volume para indicar a projeção de voz; na terceira, uma face de um homem a sorrir; na quarta imagem, uma mulher numa pose de poder; na quinta, uma pessoa a olhar directamente nos olhos de outra, a assegurar confiança; por último, um homem de pé a expressar-se com as mãos.

Penso ser uma linguagem muito distinta, com as cores bastante garridas que pode resultar para o jornal. Além disso, poderá ser mais complexa de reproduzir ilustrações semelhantes de maneira a dar continuidade e também podia distrair o público do tipo de ilustração que tem vindo ser desenvolvida pelo jornal. Não sei

se manter uma memória associativa das ilustrações é uma coisa manter-se fechada, ou se “sair da caixa”, e encaminhar, por vezes, por outros tipos de ilustrações pode ser uma surpresa para o público e para criar mais leitores para o jornal... É uma questão que penso vir a responder ao decorrer deste estágio.

Brief 29

Está viciado nas tecnologias? Esteja atento aos sinais.

A 16 de Outubro, foi-me pedido pela jornalista Carla Ribeiro o desenvolvimento de uma foto galeria relacionada com o nosso apego às novas tecnologias.

As ilustrações que tenho vindo a desenvolver, algumas têm uma notícia como base. Esta tinha alguns tópicos e as ilustrações foram criadas seguintes o mesmo.

O desafio que propus pessoalmente foi criar uma “nova” linguagem ao desenho, tornando-o mais simples e harmonioso – fazendo com que haja uma evolução simplificada do que já foi feito ao longo do estágio.

Este *briefing* foi respondido com rapidez, pois as ideias surgem mais com a pesquisa de referências gráficas. Neste caso em específico, inspirei nas ilustrações de Sébastien Thibault*, um ilustrador que tem apresentado trabalhos em publicações periódicas como a *Fortune* (americana), e *The Guardian* (britânica).

As suas criações são de desenho vetorial simples, simulando o real, cores planas e de mensagem bastante simbólica, codificada que acaba por deixar o leitor a questionar sobre o que vê. É um dos objetivos que tenho vindo a priorizar nas minhas criações ilustrativas: que tenha uma mensagem e que não ficam apenas como “adorno textual”, que consigam falar por si sem recorrer ao texto (aqui “desliga” o trabalho do jornalista, mas penso que elas devem destacar quase como uma notícia – isto será uma pesquisa parcial para o entendimento do meu relatório de estágio, para ter uma bagagem conceptual sobre ilustração, para o meu futuro pessoal e profissional).

Também as criações de Joey Guidone* que, tal como Sébastien Thibault, foram uma referência visual, pois trabalha os temas de uma forma bastante icónica e simples, usufruindo da “semiótica*

* **Semiótica** – estuda todos os fenómenos culturais como se fossem sistemas signícos, isto é, sistemas de significação.



Fig. 11 | Foto Galeria - *Está viciado nas tecnologias? Esteja atento aos sinais*, para o jornal *Dinheiro Vivo*.

da imagem” – contém um repertório cultural e visual que nos faz analisar a imagem a partir do contexto da sociedade em que estamos inseridos ; distingue a forma do fundo com cores que contrastam e caracteristicamente planas.

Em relação ao projecto em si, recorri ao tom azul como cor base, desenhei as personagens de uma forma simplificada a cor branca para contrastar com o fundo.

Não fugi do tema ao representar as figuras com algumas tecnologias do momento, num espaço amplo. A intenção era representar as personagens num ambiente, todas elas ocupadas com elementos tecnológicos, como se não estivessem a disfrutar do espaço natural.

A linha gráfica vai de acordo com a mensagem da notícia, como se estive a ser contada uma história ao longo da foto galeria.

Uma particularidade: estas ilustrações dirigem-se a um público alvo com alguma cultura visual capaz de decifrar códigos, mas também a ilustração em si não apresenta muito difícil de decodificar devido ao texto de apoio. Os traços expressivos há voltas das personagens e dos objectos, demonstram alguma acção (esta com intenção de demonstrar alguma intensidade/ excessividade consequente do acto humano, ao interagir nas respostas ao estímulo das “mensagens”), que ilustram uma sociedade bastante envolvida e distraída com objectos que os transportam a um mundo virtual. Também apresenta símbolos que podem ser decifrados a quem está desprovido de conhecimento do mundo tecnológicos como o *wifi*.

Susana Almeida Ribeiro afirma que (2008, p.49) “De forma

simples (...) o leitor deverá ser capaz de perceber facilmente aquilo que se pretende mostrar (...) para conseguir compreender, tem de – pelo menos – conseguir descodificar as mensagens e vê-las de forma adequada (...).”

Na última ilustração representada, elaborei duas personagens e distingui-as com referências como o diploma, a cartola e o teste - que representam o mundo universitário – e o telemóvel como o objecto de intriga. Os elementos de universidade, principalmente o diploma e o teste, conduzem para uma “vitória” conseguida e outro para o “fracasso” – o teste com a percentagem obtida (respectivamente, 91% e 0%). Aqui o público está apto para comprar a dualidade ilustrada além de ler o texto noticioso.

Tal como referi anteriormente, estes tipos de projectos são elementos de evolução a nível profissional, pois alargam o meu campo de conhecimento além daquilo que me é oferecido para trabalhar diariamente. Coloca em alerta o meu conhecimento sobre a cultura da sociedade moderna e também a faz-me recorrer a referências bibliográficas como a *Semiótica*, de Charles Sanders Peirce e Ferdinand de Saussure, estudados na disciplina de Semiologia no primeiro ano de licenciatura; a *Psicologia das Cores*, de Eva Heller; *Como ser um Ilustrador*, de Darrel Rees; *Pensamento Sobre Design*, de Paul Rand ; *79 Ensaio Sobre o Design*, de Michael Bierut, *Como ser um Designer Gráfico sem Vender a sua Alma*, de Adrian Shaughnessy entre outros, que vou citando e referindo neste trabalho.

*Exemplos ilustrativos dos autores abaixo.

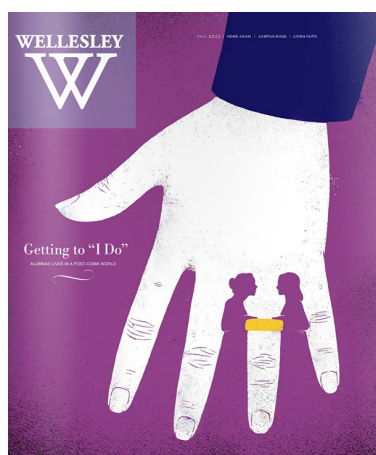


Fig.12 | Wellesley College - Same-sex marriage, Sébastien Thibault, 2017.

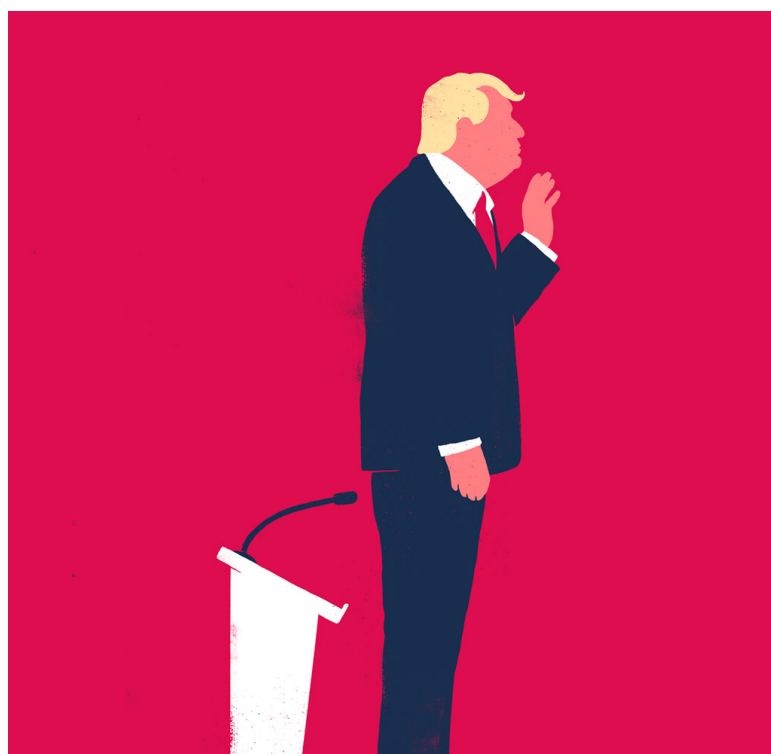


Fig.13 | American antics II, Sébastien Thibault, 2017.

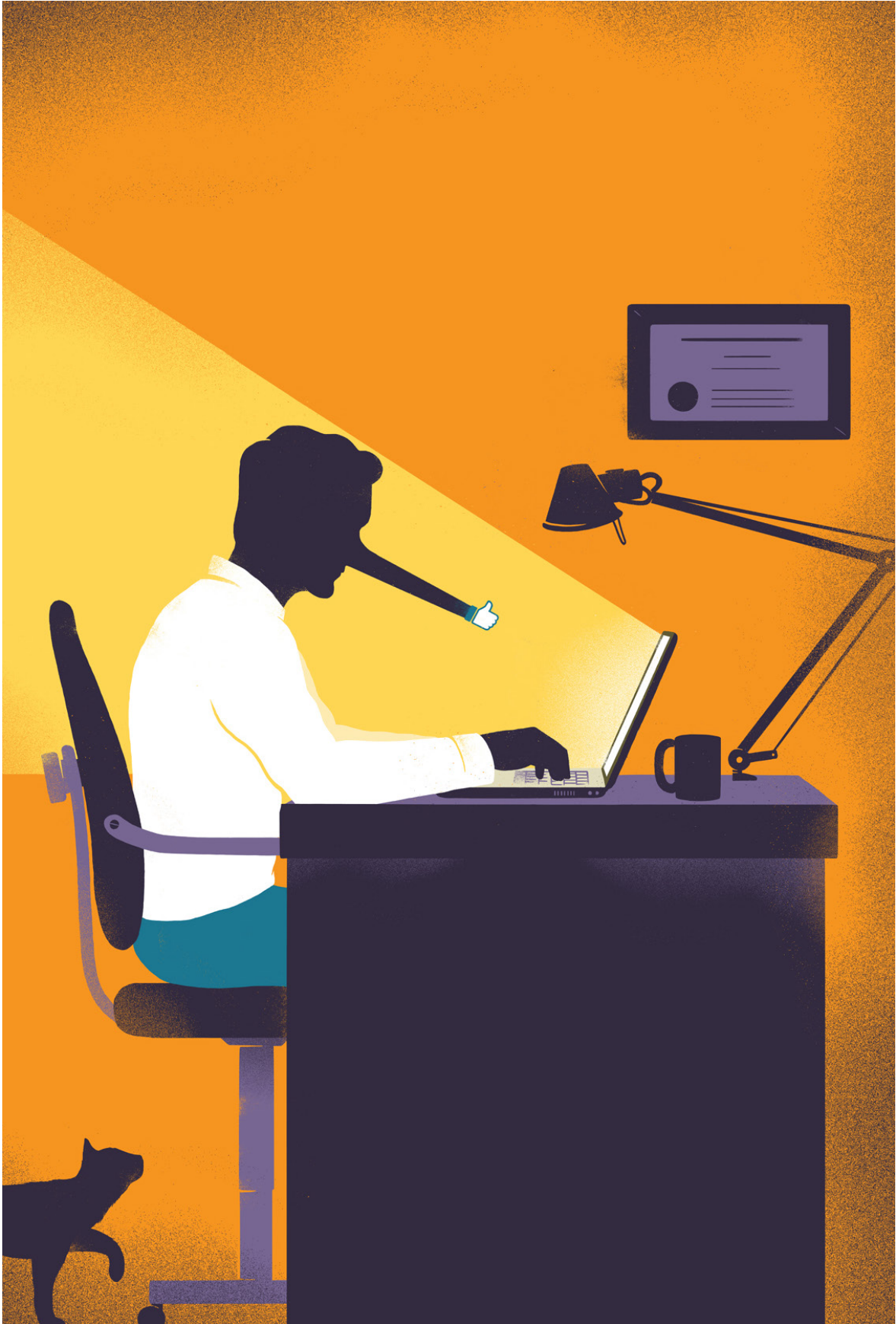


Fig.14 | *The Guardian* - *It's time to reclaim the truth*, Sébastien Thibault , 2017.

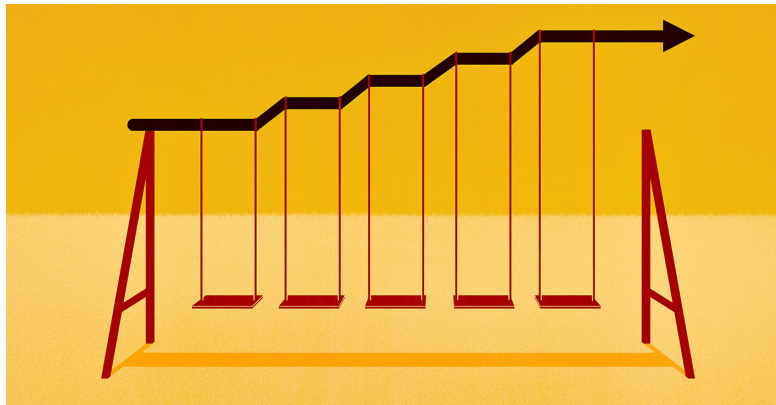
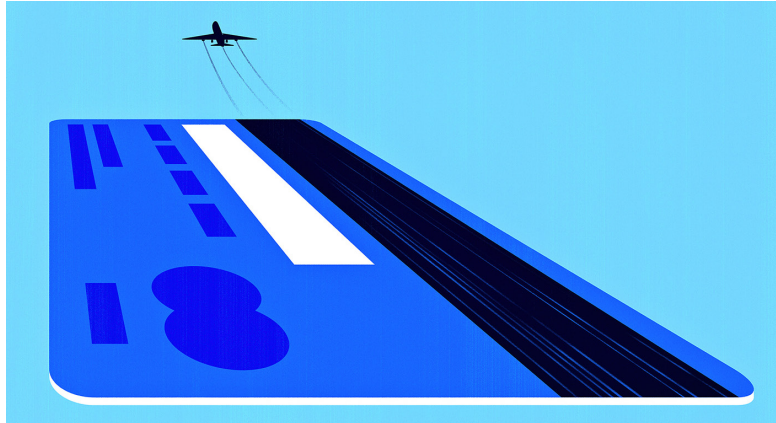


Fig.15 e 16 | *The Evolution Of The Side Hustle*, Joey Guidone, 2016-2017.

BOLACHAS

“O moderno e tradicional nesta luz, o designer pode trazer um novo e lógico relacionamento com formas e ideias gráficas tradicionais, juntamente com conceitos “novos” baseados no ponto de vista atual. Essa união de duas forças supostamente divergentes fornece condições que levam para novas experiências visuais.”

Paul Rand (1947, p.74)



Brief 4

Autárquicas 2017

A 7 de Setembro de 2017, foi-me solicitado o desenvolvimento de uma bolacha com a temática *Autárquicas 2018*.

Fiz uma pesquisa para ver referências gráficas relativas ao tema, e optei ir pela ideia de voto. O jornal tinha em mente enfatizar as cores da bandeira nacional, acabei por elaborar quatro propostas gráficas. Na primeira bolacha desenvolvida, desenhei duas pessoas no acto do voto. Na segunda, só a bandeira nacional representada de uma maneira estilisticamente contemporânea, com o jogo da assimetria triangular.

Na terceira, simplesmente uma pessoa no acto de voto, e brinquei, tipograficamente, com a palavra “autárquicas”, colocando o *i* dentro de uma caixa, simulando a cruz do voto.

Por fim, na quarta bolacha apenas o papel de voto inserido num balão/ rectângulo expressivo (neste fiz as alterações de cores, indo de acordo com o tom de azul do suplemento).

Depois de uma conversa com o Bruno Mateus e Hugo Vicente (membro da *Global Media*), foi selecionado a primeira opção desenvolvida, pois demonstrava o confronto de duas pessoas no acto do voto. Foi-me aconselhado fazer a alteração de cor de uma das “personagens” representadas para vermelho, com o fim de representar um partido político e o azul para outro (o conceito de partido político distribuído pelas duas personagens é apenas fictício, não relacionando-os com os verdadeiros). E por fim, dar cor à cruz de voto representada no papel, por cima da urna de voto.

Ao título, atribuí uma fonte (*Cooper Hewitt Book*), para a

palavra “tudo sobre” e o “2017”; (*Cooper Hewitt Heavy*), à palavra “Autárquicas”, para destacá-la do resto da informação/ ilustração.

Para Paul Rand (1947) “Ao contrastar o tipo e a matéria gráfica, o *designer* pode criar novas combinações e suscitar novos significados”.

O título foi alterado e ficou somente: *Autárquicas 2017*.



Fig.17 | Bolacha - *Autárquicas 2017*, criada para o jornal *Dinheiro Vivo*.

Brief 7

Orçamento do Estado 2018

Este *briefing* foi difícil de executar, pois exigia uma criação de algo relativo ao tema com a conciliação da imagem mais grafismo.

Foi selecionada a imagem pelo Bruno Mateus (a do Mário Centeno), em seguida, várias propostas gráficas de bolacha foram medradas até chegar ao grafismo dos triângulos, criando um “retracto” assimétrico; foi selecionada a fonte *Bebas Neue* a *bold* e *condesed* (a fonte *condesed* é legível e apresenta-se austera/ rígida, em simbiose com o tema), para o título, de modo a dá-lo algum destaque. Por fim, foi proposta a inserção das cores da bandeira nacional portuguesa para ser mais visível, graficamente, o assunto.

BEBAS NEUE BOLD

BEBAS NEUE REGULAR

BEBAS NEUE BOOK

BEBAS NEUE LIGHT

BEBAS NEUE THIN

Sobre a *Bebas Neue*...

Bebas Neue é uma família de fonte sem serifa baseada na fonte gratuita criada por Ryoichi Tsunekawa.

A fonte ganhou popularidade e tornou-se um tipo de “*Helvetica* das fontes gratuitas”.

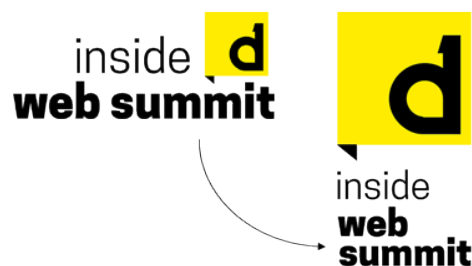
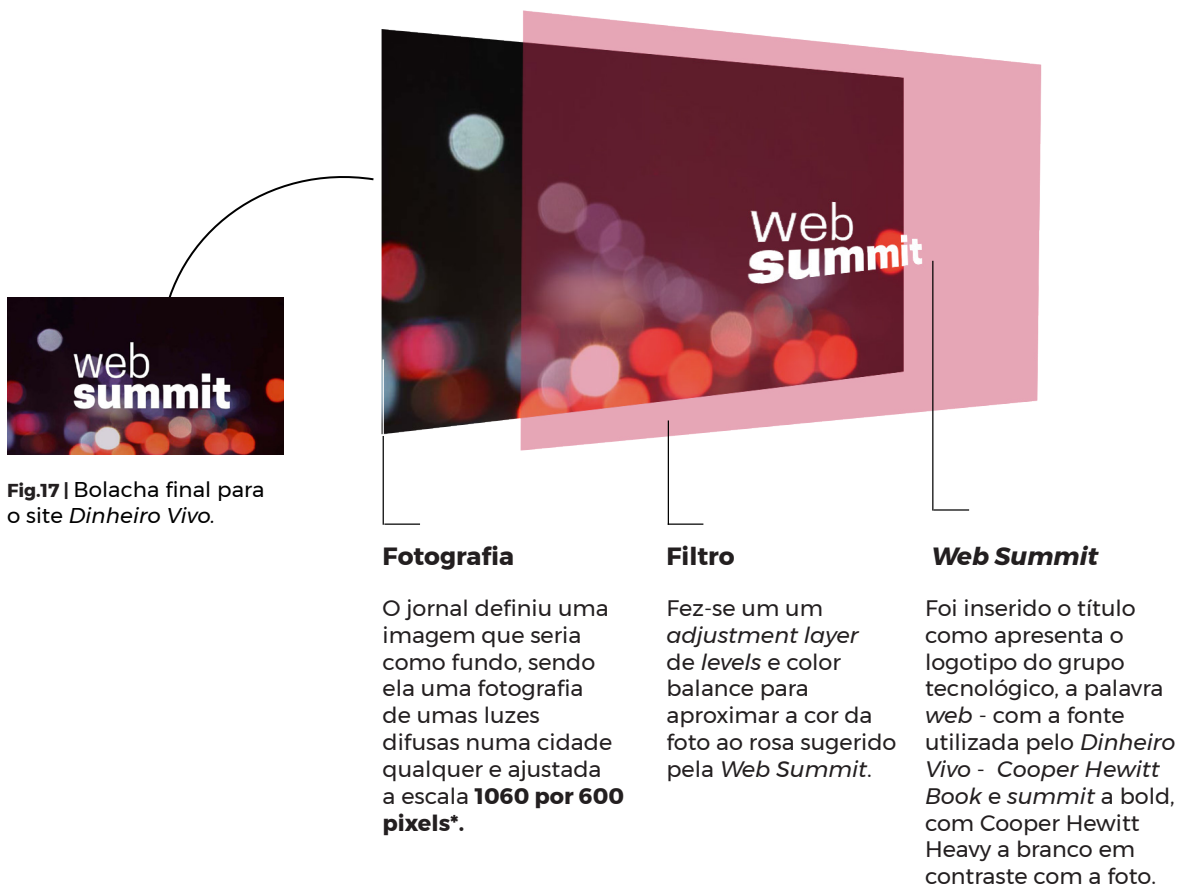
A família da fonte agora tem novas versões – *Thin*, *Light*, *Book*, e *Regular* – criadas pela *Fontfabric Type Foundry*. Segundo a *Fontfabric*, as qualidades da fonte *Bebas* e suas variações são adequadas para *web*, *impressão*, *comércio* e *arte*.

Bebas Neue – variações da fonte tipográfica *Bebas Neue*, com o corpo de 23 pt.

Brief 8

Web Summit

Primeiramente, foi criada a mosca com o texto alinhado à direita, de encontro com o logotipo. Como apresentava com dimensões excessivas, foi elaborada outra mosca com o texto por baixo do logotipo, com a largura da caixa de texto de encontro com a proporção do logo. Foi gravado a dois tons, para 100% preto e cinza.



*tamanho das imagens para o site do jornal *Dinheiro Vivo*.

****Mosca** - indicação do logotipo no canto superior direito da imagem.

Brief 22

Instastories Grafismo

A 8 de Outubro, foi desenvolvida uma proposta gráfica de um *template* – modelo – de *Instastories* para o a rede social *Instagram* do jornal. Antes do seu desenvolvimento em concreto, fiz uma pesquisa do grafismo e o tipo de informação que é publicada na rede social (*Instagram*), de alguns jornais concorrentes portugueses e estrangeiros como o *Observador*, o *Público*, o *P3*, o *Jornal Económico*, o *Expresso*, e respetivamente, a *Forbes*, a *Business Insider*, a *New York Times*, entre outros.

Concluiu-se que alguns eram mais “artísticos”, com a exibição de fotografias, com textos breves, algumas citações, vídeos e as capas dos suplementos...

O conceito inicial de base para a criação do modelo era relacionado com a *Web Summit* (um evento onde decorre demonstrações e conferências sobre tecnologia), com a sugestão gráfica do logotipo da mesma (os triângulos). Optou-se por criar um grafismo moderno, com o jogo de triângulos com as três cores básicas do jornal *Dinheiro Vivo*: amarelo, cinza e preto.

Tinha que ter a referência do “Inside Web Summit” e optou-se por localizá-la no canto superior direito, pois teve-se a preocupação com a referência do logotipo do jornal na circunferência do canto direito (onde localiza o utilizador da rede social).

A 27 de Outubro, foi desenvolvido uma publicação para as redes sociais: *Facebook* e *Instagram*. Definiu-se a mesma linha gráfica do *Instastories*, de modo a ter mais coerência.

Para o fundo, foi selecionada três imagens: uma que para o campo “Fazedores”, outra e “Economia” e o por fim “Nogócios”, os três partes integrantes dos temas do jornal. Foram escolhidas pela mesma gama cromática.

Para o texto, foi utilizada a fonte *Cooper Hewitt Medium*, de modo a ter mais destaque do fundo.

Pensa-se que as duas propostas resolvidas foram uma boa solução gráfica, por apresentar-se contemporânea, de fácil compreensão, apelativa, bastante distinta e memorável.

Para Paul Rand (1947, p.74) refere que compreende o “moderno e tradicional nesta luz, o *designer* pode trazer um novo e lógico relacionamento com formas e ideias gráficas tradicionais, juntamente com conceitos “novos” baseados no ponto de vista atual. Essa união de duas forças supostamente divergentes fornece condições que levam para novas experiências visuais”.



Fig.18 | Grafismo criado para o *Instastories* do *Intagram* do jornal *Dinheiro Vivo*.



Fig.19 | Grafismo criado para o post da página de *Instagram* do jornal *Dinheiro Vivo*.

PNG - (*Portable Network Graphics*, também conhecido como *PNG's Not GIF*[1]) é um formato de dados utilizado para imagens, que surgiu em 1996 como substituto para o formato GIF, devido ao facto de este último incluir algoritmos patenteados.

Além disso, o formato PNG permite comprimir as imagens sem perda de qualidade e retirar o fundo de imagens com o uso do canal alfa. O canal alfa, diferentemente da transparência do GIF, é capaz de definir o nível de opacidade de cada pixel, adequando-se a qualquer fundo de um site ou apresentação, sem serrilhamento, algo que não se consegue com os outros formatos populares. Por isso é um formato válido para imagens que precisam manter 100% da qualidade para reuso. Pode ser usado na maioria dos programas de edição de imagens como o *Adobe Fireworks* (proprietário) e o *_GIMP* (livre).

INFOGRAFIAS

“Os fundos com várias escalas de cinzentos são muito usuais nas infografias e fundos negros usam-se como elementos separadores ou como formando parte de texto que muitas vezes são legendas ou títulos negativos, para os destacar”.

Susana Almeida Ribeiro (2008, p.55)



Brief 2

Principais Indicadores Económico-Financeiros da Somague.

A 6 de Setembro de 2017, foi concebida uma infografia que explicita a evolução dos últimos três anos do volume de negócios, dos resultados líquidos, dos capitais próprios e o do passivo total dos da *Somague*. Seguidamente, para o mesmo fim, o volume de negócios e o número de colaboradores em vários países.

A infografia é simples: apenas foi utilizado o gráfico de barras e a circular para demonstrar os dados. Utilizou-se diferentes tons de azul para comparar e distinguir cada função das referências.

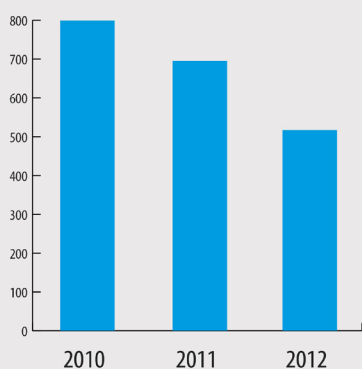
Igualmente ao primeiro projecto elaborado (*Conselhos: Não arruíne o orçamento*), a dificuldade encontrava-se na legibilidade da informação infográfica no site, num *ipad* ou *smatphone*.

A fonte utilizada foi a *Myriad condensed*, de modo a dar mais legibilidade, mesmo sendo a informação textual mínima.

Volume de Negócios

Volume de negócios

(Unid. Milhões Euros)



Resultados Líquidos

Volume de negócios

Endividamento líquido

Casos equivalentes

(Unid. Milhões Euros)

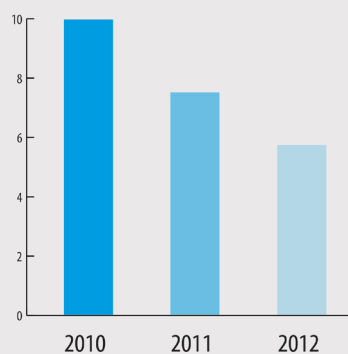


Fig.20 | Infografia - Principais Indicadores Económico-Financeiros da Somague (2/4) - criada para o jornal Dinheiro Vivo.

Volume de Negócios

(por distribuição geográfica)

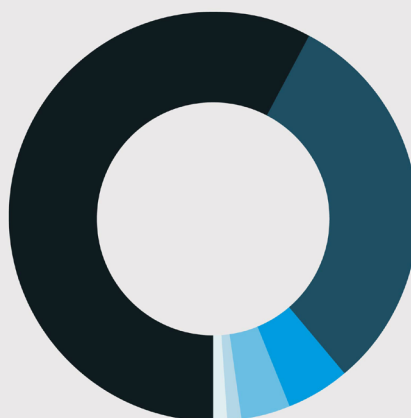
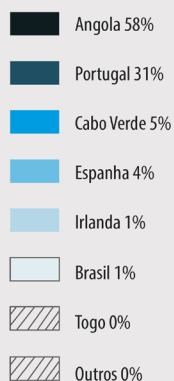


Fig.21 | Infografia - Principais Indicadores Económico-Financeiros da Somague (3/4) - criada para o jornal Dinheiro Vivo.

Brief 5

Ministério da Justiça

No dia 12 de Setembro, foi-me incitado o desenvolvimento de uma infografia do Ministério da Justiça, com a indicação dos distritos de Portugal e o consequente número de imóveis vendidos por distrito.

Optei por distinguir cada um dos distritos por tons de azul. De seguida, criei um gráfico de barras para demonstrar o número de aquisições por ano (de 2007 a Setembro de 2017), e o mesmo para o segundo trimestre.

Por fim, especifiquei o número de vendas de casas novas e de casas em segunda mão vendidas durante 2010 e 2017 por gráficos circulares.

Diferenciei os números por corpo a *bold* para melhor percepção da informação e o resto de texto em *condesed*, com a fonte *Myriad* (fonte utilizada para infografias, principalmente em *condesed*, para melhor legibilidade e leiturabilidade).

Para o fundo, utilizei um tom de cinza, para contrastar com o fundo branco do site.

Para Susana Almeida Ribeiro (2008, p.55) “Os fundos com várias escalas de cinzentos são muito usuais nas infografias e fundos negros usam-se como elementos separadores ou como formando parte de texto que muitas vezes são legendas ou títulos negativos, para os destacar”.

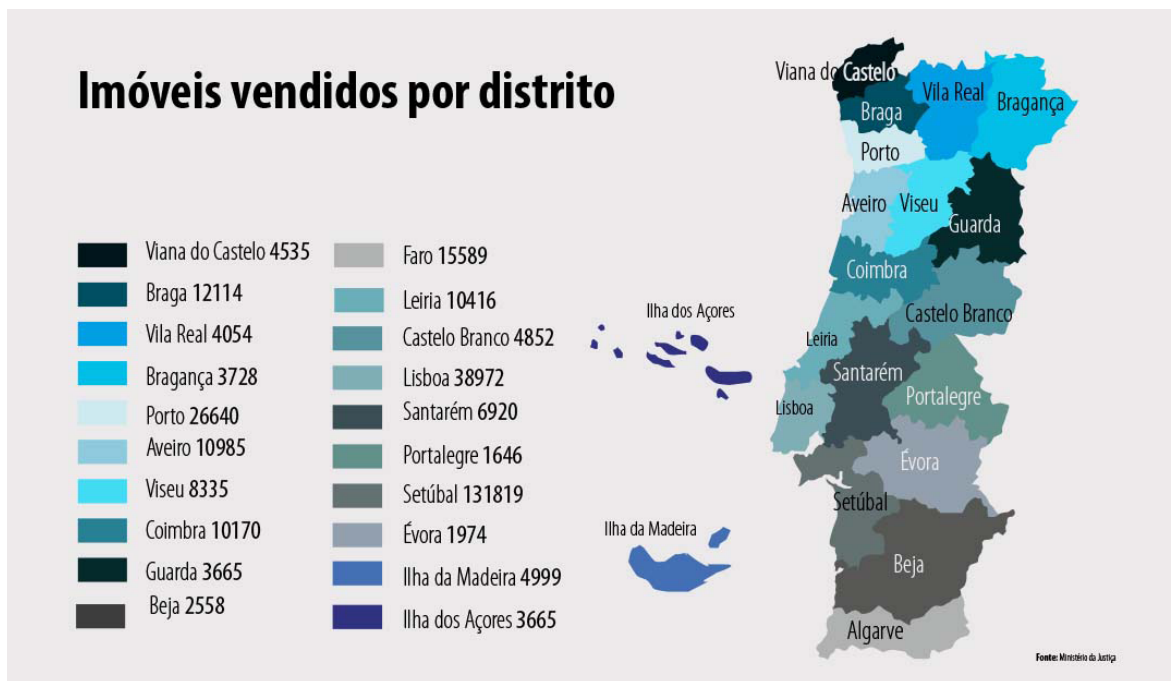


Fig.22 | Infografia - Ministério da Justiça - (1/5) - criada para o jornal *Dinheiro Vivo*.

Das **188 669 mil** vendas de 2017

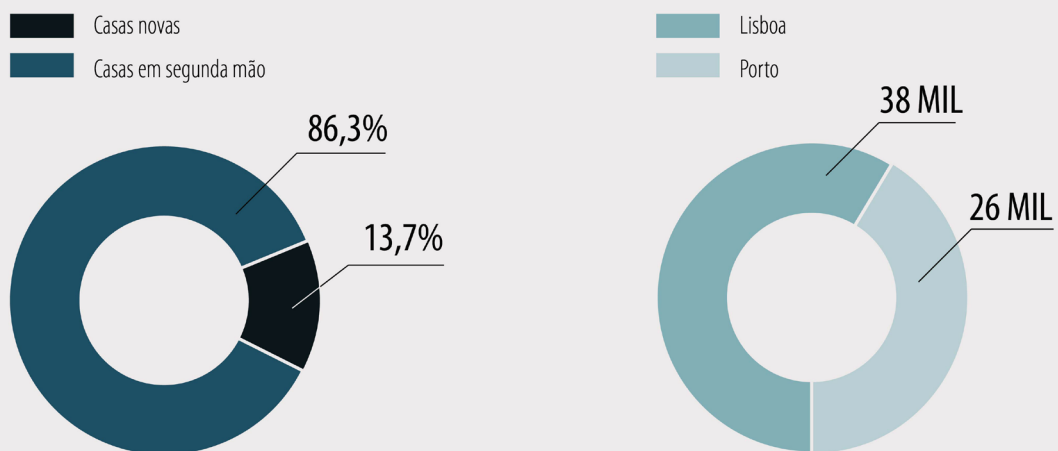


Fig.23 | Infografia - *Ministério da Justiça* - (4/5) - criada para o jornal *Dinheiro Vivo*.

Brief 21

Audiências

A 4 de Outubro, foi-me proposta mais uma criação de uma infografia que descrevia a percentagens de audiências dos canais de série da televisão por cabo durante o mês de setembro.

Neste projeto penso que não atingi os objetivos exigidos pelo o jornal a nível criativo. Queriam uma coisa que destacasse e que não fosse apenas a demonstração das percentagens, o que acabou por ser feito: um gráfico de barras com a indicação do nome do canal ou da série... Apenas incluí um grafismo extra, uma simulação de grupo de pessoas como se fosse a “audiência” num tom acima e semelhante à cor de fundo.

Colocou-se o título e as percentagens a bold com a fonte *Myriad Condensed*, e a legenda e indicação dos nos a *Myriad* (portanto, regular). As legendas foram posicionadas do lado esquerdo, visto que o grafismo ocupava toda a grelha, e pensa-se ser uma boa resolução porque o leitor lê da esquerda para a direita.

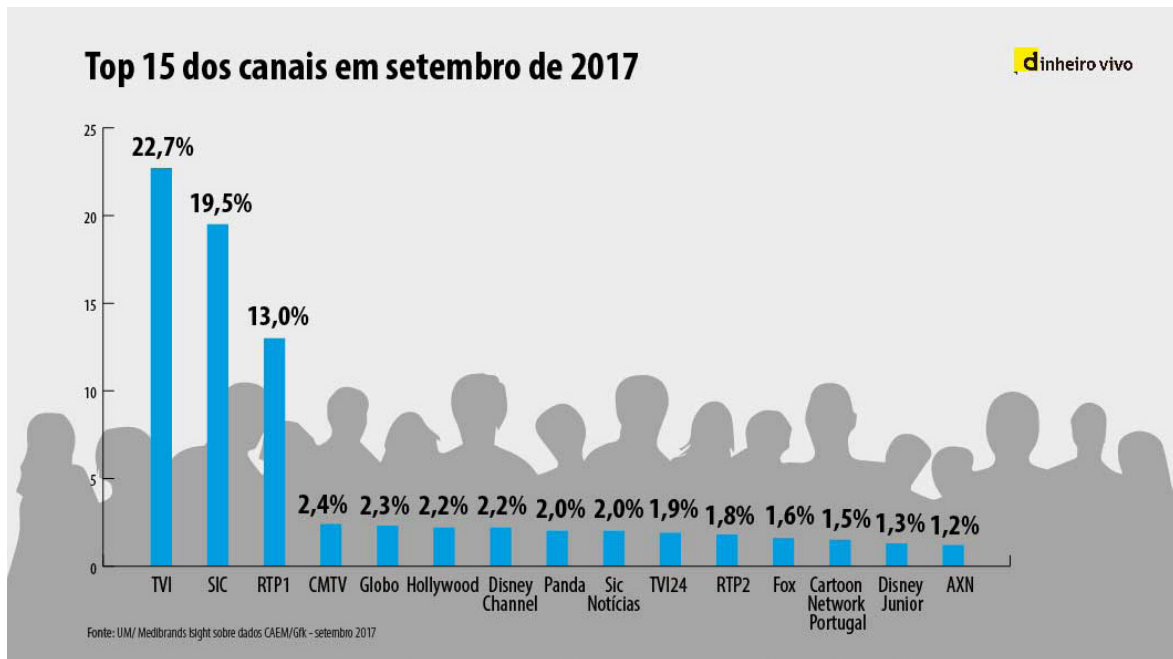


Fig.24 | Infografia - Audências (1/2) - criada para o jornal Dinheiro Vivo.

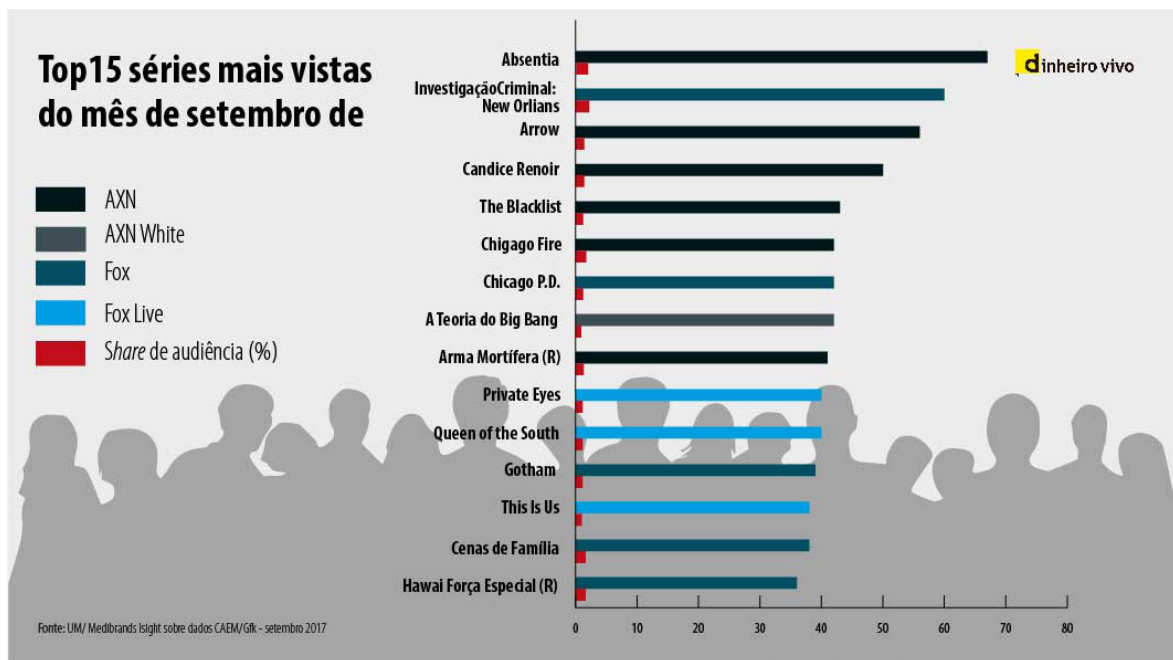


Fig.25 | Infografia - Audências (2/2) - criada para o jornal Dinheiro Vivo.

ADAPTAÇÕES

“O *designer* deve se orientar claramente de clichês visuais por alguma interpretação inesperada do comum. Ele faz isso, em parte, simplificando por abstrair, simbolizando. Se a imagem visual resultante for de alguma forma ambígua, ela pode ser complementada por uma que seja mais claramente reconhecida”.

Paul Rand (p.36, 1947)



Brief 9

Quanto vale o turismo?

A 13 de Setembro, foi-me proposta a elaboração de uma infografia, mas esta tinha uma original que estava em Espanhol e apenas tive que fazer alterações para português e desenvolver pictogramas semelhantes.

Desenvolvi os vectores das pessoas que aparecem por cima das caixas, tentando manter a essência do original.

Utilizei o *gradient* com a transição de com para mais escuro para os rectângulos coloridos. Usei a fonte *Myriad Condensed* para dar maior legibilidade ao texto apresentado sem distanciar da tipografia demonstrada no original.

Para melhor entendimento da infografia no geral, alterei a posição do título abaixo da infografia para o topo, para ser lida em primeiro lugar, com a fonte *Myriad Bold Condensed*, também de forma a dar mais destaque.

Esta infografia não foi muito desafiante de elaborar, pois era apenas a transcrição para português (pela jornalista Ana Margarida Pinheiro), e o encontro de pictogramas semelhantes.



Fig.26 | Infografia - *La Importância del Turismo* (original) - fonte de criação para o *jornal Dinheiro Vivo*.



Fig.27 | Infografia - *Quanto vale o Turismo no mundo* (adaptação) - elaborada para o *jornal Dinheiro Vivo*.

Brief 19

Como preparar as suas finanças para uma vida mais longa

A 8 de Outubro, foi proposta por mim a criação de uma foto galeria com o título: “Como preparar as suas finanças para uma vida mais longa”. Também por mim foi feita a tradução da notícia para português e o jornalista e *Head of Digital* - chefe do departamento digital - Bruno Mateus fez a revisão do texto.

A notícia original era um vídeo constituída por tópicos interativos e com a explicação do mesmo feita por um orador, e como as foto galerias são feitas com sequências de imagens estáticas, apenas foi feita a troca por texto e imagens associadas.

Para a capa foi elaborada duas propostas de bolacha: uma primeira em que demonstrava uma pessoa a colocar uma moeda no “porquinho” mealheiro e outra com um jogo de mãos e braços numa relação quase de simbiose, em que uma mão colocava a nota num braço e um cartão de crédito noutra. A segunda proposta foi selecionada visto que demonstrava uma ação contínua e cíclica que gerava dinheiro uma vez que a primeira era um pouco do que já se tem feito quando é para demonstrar o acto de economizar.

Para o designer gráfico Paul Rand (1947, p.36) “O *designer* deve se orientar claramente de clichês visuais por alguma interpretação inesperada do comum. Ele faz isso, em parte, simplificando por abstrair, simbolizando. Se a imagem visual resultante for de alguma forma ambígua, ela pode ser complementada por uma que seja mais claramente reconhecida”.

A segunda opção foi considerada como uma solução que ficou bem resolvida, em harmonia com o título inserido no espaço do meio da ilustração e também uma boa resposta ilustrativa que acabou por resumir visualmente o que viria a ser a foto galeria.

As seguintes imagens foram mais simples de elaborar: uma segunda com uma infografia que demonstrava a evolução estimativa da esperança média de vida em Portugal desde a década de 60 até 2010, portanto, durante 100 anos. Aqui foi o desafio foi apenas encontrar informação sobre a esperança de média de vida dos homens e das mulheres em Portugal, pois no original era a esperança média de vida da sociedade americana.

No site do Instituto de Estatísticas e Comissão Europeia tinha a informação necessária e foi transcrita para a infografia.

Tentou-se não afastar muito da infografia original porque era a mais indicada para o tipo de informação que apresentava: uma comparação de dois dados – esperança média de vida dos homens e das mulheres. Em duas linhas rectas, os dados foram apresentados e intersectados por pontos do da percentagem. As percentagens indicadas estavam inseridas num retângulo que servia de meio para destacá-las do gráfico.

A legenda, o ideal era colocá-la por cima do gráfico, mas devido à escala da do documento e da informação foi posicionada ao lado – penso que não foi uma boa solução uma vez que o leitor a primeira coisa que pode ler são as legendas para, em seguida, perceber o gráfico. É puramente uma questão de hierarquização de informação, mas devido ao impedimento, foi localizada dessa maneira.

Os textos da notícia foram resumidos e colocados por pontos e os ícones foram criados de acordo com eles. Os ícones foram criados em semelhança aos vetores, destacados por cores: azul, branco e preto. O objectivo era que fossem simples de ser interpretados, um

apoio ao texto. Uma coisa que o leitor percebe e entende antes que analisar a notícia.

Resumiu-se numa foto galeria breve e simples de ler.

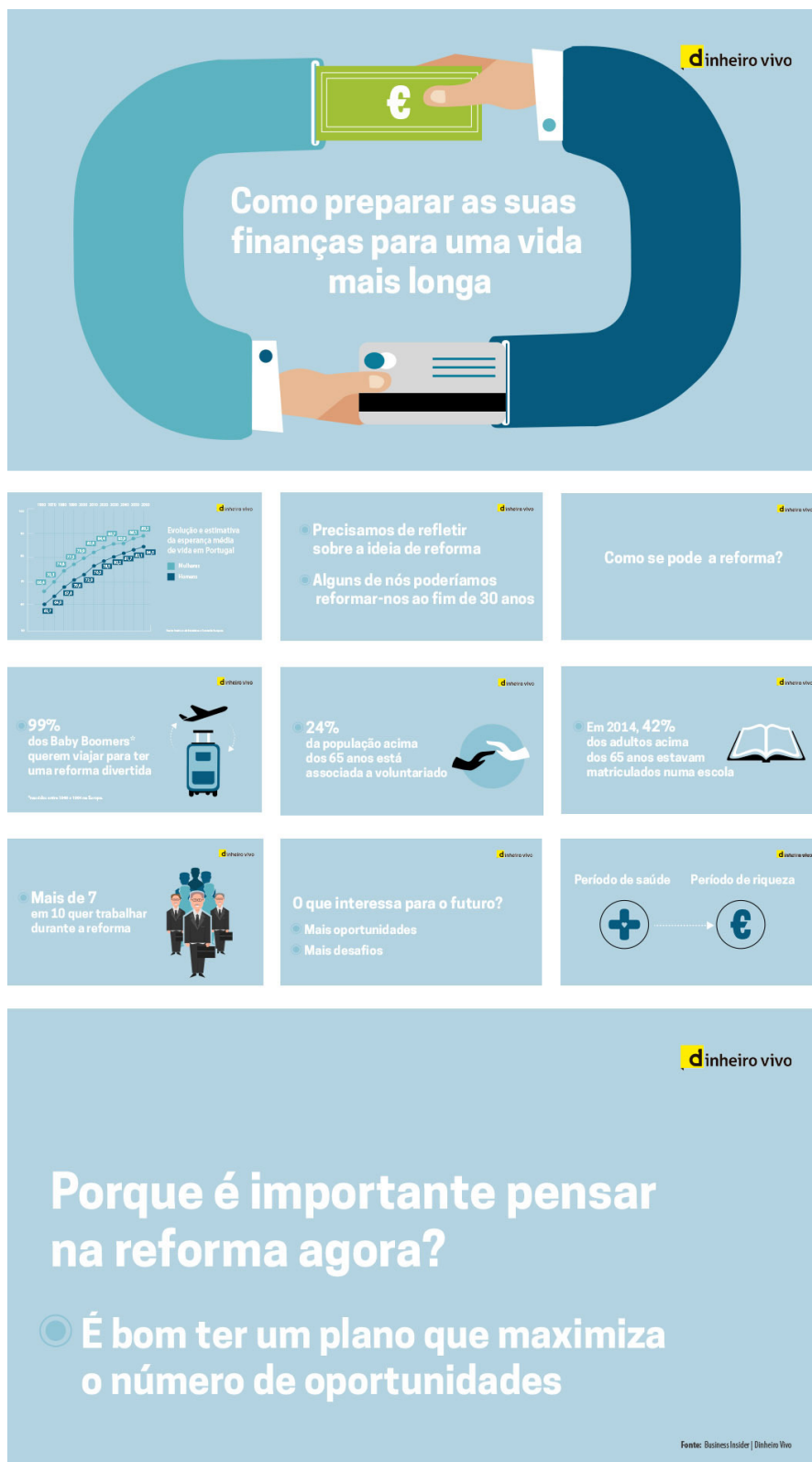


Fig.28 | Foto galeria - Como preparar as suas finanças para uma vida mais longa (adaptação) - elaborada para o jornal Dinheiro Vivo.

Brief 13

Descubra com a idade que tem, qual é o seu potencial máximo

A 21-22 de Setembro, foi-me proposta mais uma criação de uma foto galeria ilustrada.

O tema original “Descubra com a idade que tem, qual é o seu potencial máximo”, era do jornal Forbes, apresentado com as ilustrações em vídeo.

Tentei afastar-me das ilustrações originais, utilizando um grafismo mais contemporâneo e elaborado em vectores.

Retirei a linha que continha as idades e alterei para as setas, pois apresenta-se mais simples e directa. Usufri das cores planas, para criar uma harmonia cromática na ilustração. As cores mais claras são mais receptivas para o leitor, pois transmite paz e conforto.

Inspirei nas ilustrações de Cristina Sampaio*, uma ilustradora que tem apresentado trabalhos em publicações periódicas como o *Expresso* (portuguesa), e a *Kleine Zeitung* (austrino).

Este projecto não foi simplesmente “mais uma ilustração”, não referi anteriormente, mas as temáticas são bastante interessantes, pois dão-me a conhecer factos noticiosos a cada dia. Neste caso em específico, deu-me a conhecer os potenciais adquiridos conforme a nossa idade.

Conhecer a linha condutora do desenvolvimento do conhecimento humano e transformá-lo para algo ilustrativo, dá ao leitor uma nova visão de como as coisas podem ser e para mim, pessoalmente e criativamente, dá uma ideia de como posso a vir a elaborar várias ilustrações, evoluí-las, ter a subjectividade de relacioná-las ou não, etc. É mais um ponto de partida gráfica que transporta a outras ilustrações de forma a “ambientar/habituá-lo” ao receptor (os leitores do jornal), a decifrá-las e mais confiança a quem dirige as minhas criações no estágio.

*Exemplos ilustrativos da autora abaixo.

Fig.29 | *A Voz dos Sindicatos*,
Cristina Sampaio.

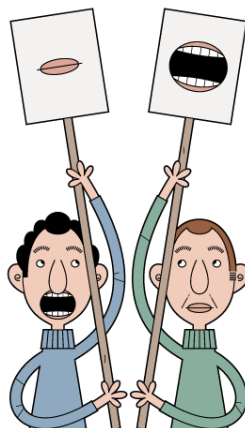


Fig.30 | *A Turquia e a UE* - Expresso
- Prémio Stuart de Desenho de
Imprensa 2006 para o melhor
Cartoon, Cristina Sampaio..

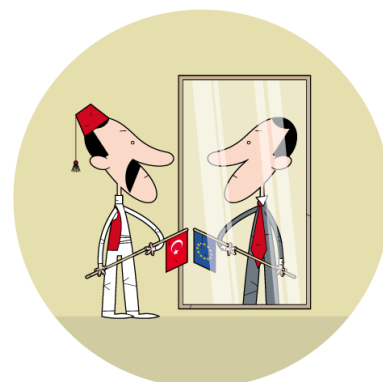




Fig.31 | Foto galeria - Descubra com a idade que tem, qual é o seu potencial máximo (adaptação) - elaborada para o jornal Dinheiro Vivo.

Brief 25

Os Países mais jovens do mundo

A 11 de Outubro, numa pesquisa de notícias para criação de foto galeria, foi encontrado por mim no *site* da *Forbes* uma infografia que fazia a comparação de países mais jovens do mundo.

Depois de uma conversa com Bruno Mateus, foi selecionada a notícia, pois estava relacionada com a independência de Catalunha de Espanha e isso viria a ser um facto histórico, não só para Espanha como mundialmente tal como tem acontecido durante décadas em alguns países.

Graficamente, manteve-se a organização do original, com as barras na horizontal. Os “anos de soberania”, foi colocado para fora, nas terminações da barra, pois seria visivelmente mais destacado e o público iria ter contacto “directo” com os valores - considera-se que é a informação mais importante, além dos países representados.

Nas datas do dia de independência, mantive como no original: ao lado das barras, depois da demonstração gráfica dos países. Foram nestes – representação dos países – que encontrei a “dificuldade”, coloco entre parênteses devido ao facto de ser um conhecimento um pouco raso meu sobre geografia. Ou, lá vão os anos que foi-me doutrinada a disciplina, e a minha vaga memória relativa ao reconhecimento de bandeira de países como foi sentido nos *briefings* anteriores, como um pequeno obstáculo para a criação de infografias com temáticas alusivas à geografia, ou subtemas da mesma.

Para o título, foi utilizado a fonte *Myriad Bold Condensed*, para a identificar os países e nos valores dos “anos de soberania” - a preto para destacar do azul das barras. E *Myriad Condensed* no subtítulo, este menos destacado porque é apenas uma descrição e serve quase como legenda da infografia também na “data de independência”. As variações, como é lecionada na cadeira de tipografia, ajuda a hierarquizar a informação*.

***Hierarquia visual** -- é um dos princípios chave do design. Seja criando peças impressas ou digitais você terá de lidar com o conteúdo e este precisa estar bem organizado no *layout*. Mais do que ser criativo, deve ter em conta as sutilezas necessárias na composição, seja na escolha das cores, tamanhos, contrastes, orientação, posições, tipos e principalmente, no que incluir e excluir do seu *layout*.

A hierarquia visual é a organização e priorização do conteúdo com o intuito de comunicar bem a mensagem ao público. Enquanto designers, precisamos tomar decisões bem intencionais no que diz respeito a priori-

zação do conteúdo. Com a quantidade massiva de informação disponível e o tempo que o utilizador gasta na primeira impressão com o site, se a mensagem não for colocada de forma pensada, a sua mensagem não terá o impacto que gostaria. Deve se colocar no lugar do utilizador, criando caminhos para dirigi-lo na rota que desejar. É necessário ter atenção aos elementos que pesam graficamente e distribuí-los de forma a conduzir o utilizador pelos caminhos mais importantes. (...)"

in *Design Culture*, descrita por Priscilla Vasconcelos
a 2 de Abril de 2015



Fig.32 | Infografia - Os países mais jovens do mundo (original) - fonte de criação para o *jornal Dinheiro Vivo*.



Fig.33 | Foto galeria - Os países mais jovens do mundo (adaptação) - elaborada para o *jornal Dinheiro Vivo*.

OUTROS TRABALHOS

**(ilustração editorial e infografias
para o suplemento
grelhas para uso interno)**



Brief 3

Regra dos 4 R's

Nesse mesmo dia (6 de Setembro de 2017), foi criada uma infografia para solucionar o texto da regra dos 4 R's, para o jornal físico de 9 de Setembro (a secção de Finanças Pessoais: *Manual de poupança no regresso às aulas*).

Como referência gráfica, utilizei o símbolo da reciclagem como ponto de partida. Estruturei quatro setas de uma forma circular com quatro cores distintas, em tons de azul, para cada conceito: *Reutilizar; Reduzir; Reciclar e Repensar*.

Primeiramente, o texto respectivo de cada conceito foi colocado da cor da sua seta, depois de uma conversa com a infografista do *Diário de Notícias* - Ana Kaiseler- o texto ficou a preto, a antever a resolução final no suporte físico. O tipo de papel do jornal tem pouca gramagem e não assume cores bastante claras, apenas um *pantone* de um só tom. Também a tinta perde-se no suporte, fica esbatida, segundo a infografista. As palavras que se apresentam dentro das setas, foram, inicialmente, colocadas em caixa alta e em corpo regular. Após a conversa sobre o assunto descrito acima, as letras brancas sobre fundo com cor perdem-se (na impressão assume só fundo). Foi preciso alterar a espessura do corpo para *medium/bold*. E por fim, manteve-se as sugestões das quatro cores respectivo as de cada conceito para as circunferências.

Depois de ser feita as setas em forma circular, foram apresentadas mais propostas de infografia, mas esta (a circular), foi considerada a mais simples: pois encaixava perfeitamente na grelha e era de fácil compreensão para o leitor.



Fig.34 | Infografia - Regra dos 4 R's - elaborada para o suplemento do jornal *Dinheiro Vivo* (1).

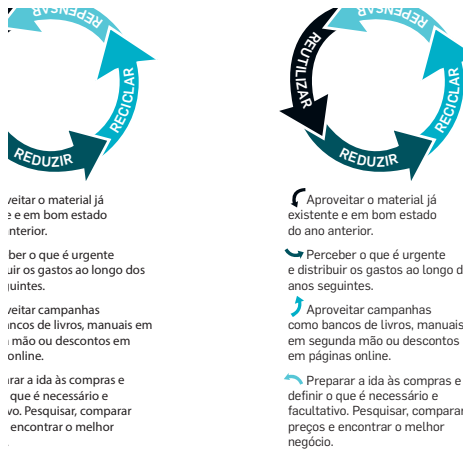


Fig.35 | Infografia - Regra dos 4 R's - elaborada para o suplemento do jornal *Dinheiro Vivo* (2).

Brief 10

Grelha dos temas do jornal Dinheiro Vivo

A 18 de Setembro, foi-me proposto o desenvolvimento de uma grelha de temáticas do jornal para uso interno pelo Bruno Mateus.

Diferenciei o título dos tópicos por cor (tons de cinzento), e variação tipográfica (com a fonte *Webly Seek Bold* e *Regular*). Dei mais espaço para os temas “Opinião”, “Entrevista” e “Negócios” e essa largura serviu de base para a criação dos restos dos espaços das outras temáticas. Isso tudo num tamanho A4.

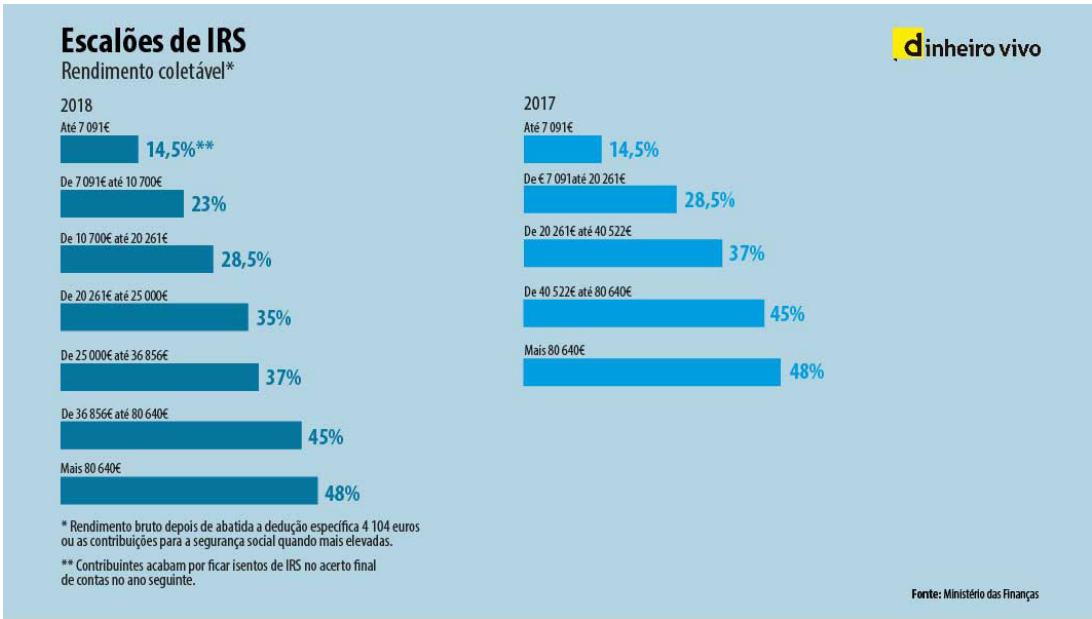


Fig.37 | Infografia - Escalão de IRS - criada para o website do jornal Dinheiro Vivo.

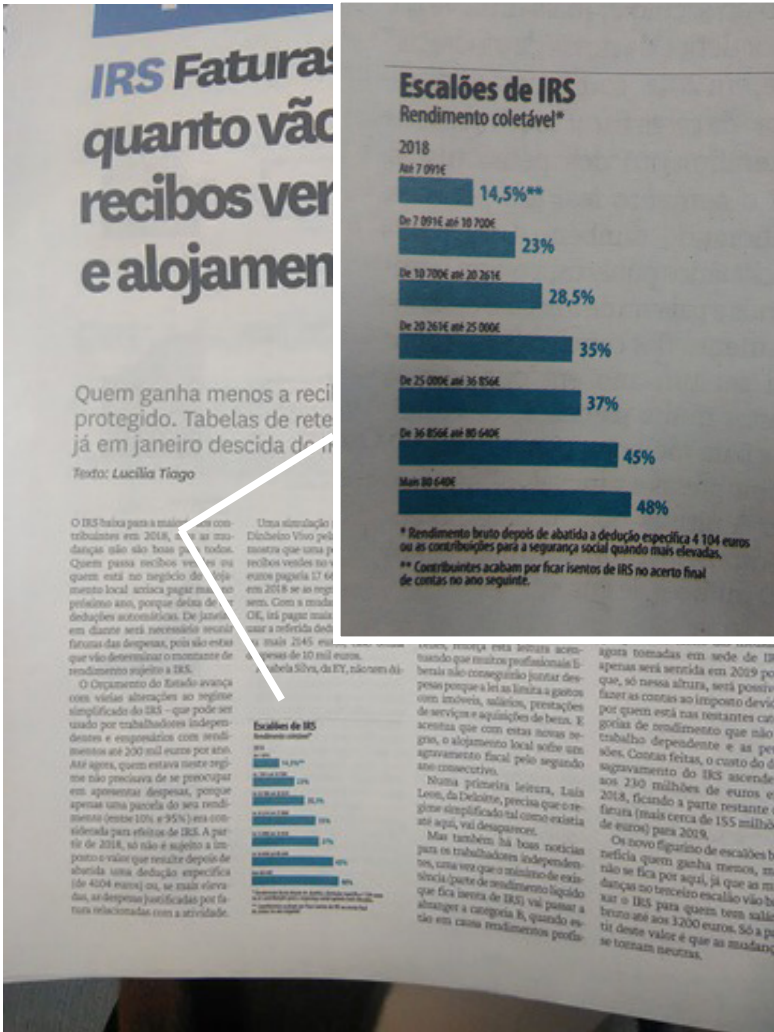


Fig.37 | Infografia - Escalão de IRS - versão para o suplemento do jornal Dinheiro Vivo.

Brief 36

Dinheiro Vivo TV – Logotipo

O coordenador de vídeo, Luís Stoffel, sugeriu-me que criasse um logotipo para o jornal em formato “TV” – que contém vídeos com notícias do dia-a-dia. O desafio encontrava-se na conjugação do logotipo do jornal mais o novo, introduzindo a palavra “Live”, que sugerisse a televisão.

Elaborei várias propostas, brincando sempre com a tipografia: peso, contraste, dimensão, entre outros. Num dos primeiros, inseri a palavra live desenhada de maneira a aproximar a caligrafia, e este fundia-se para um retângulo que retratava a televisão, com a ideia de antenas. Por baixo, inseri o logotipo original.

Noutro, criei um quadrado, semelhante ao quadrado da mosca original, inseri a palavra livre com o jogo de cores na letra *v*.

Aproveitei o *d* da mosca amarela, criei um retângulo e introduzi a palavra *Live* por baixo com a fonte utilizada no jornal para criação de logos, a *National*. Esta acabou por ser selecionada, pois, resumia a simplicidade e modernismo. O que pode causar alguma intriga aqui é se o logo é original ou o objectivo, a extensão da mosca original? A diferença encontra-se na substituição do fundo amarelo por transparência. A tipografia foi introduzida numa escala em que a sua espessura é igual à espessura do retângulo. E tudo está introduzido de uma maneira proporcional. Como podemos observar na imagem ao lado.

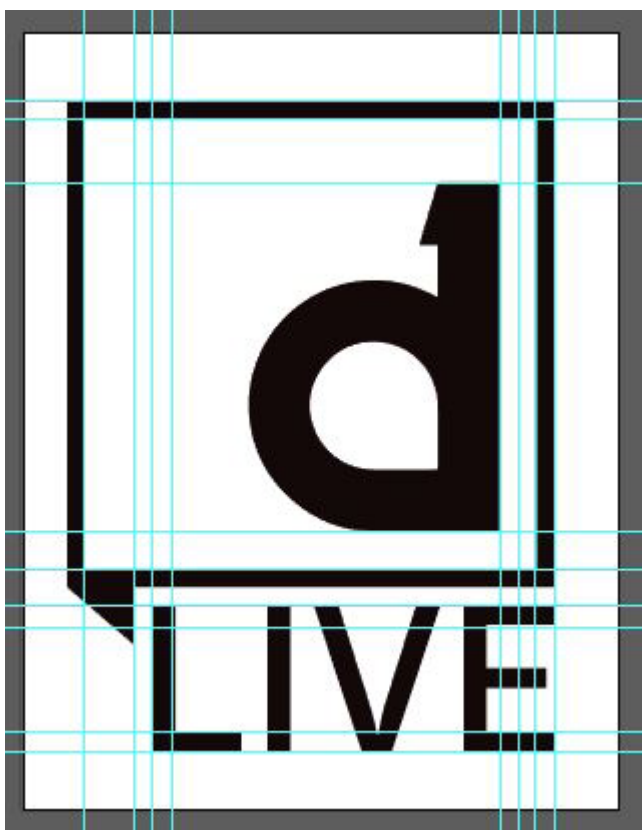
As outras opções foram recusadas: a de caligrafia, por ser muito moderna; a outra – a do *v* com alterações de cor – por estar de acordo com a linha gráfica do jornal.

Propostas iniciais

O jornal definiu uma imagem que seria como fundo, sendo ela uma fotografia de umas luzes.



Fig.38 || Conjunto de logotipos criados para o jornal *Dinheiro Vivo*.



Propostas finais

O jornal definiu uma imagem que seria como fundo, sendo ela uma fotografia de umas luzes.

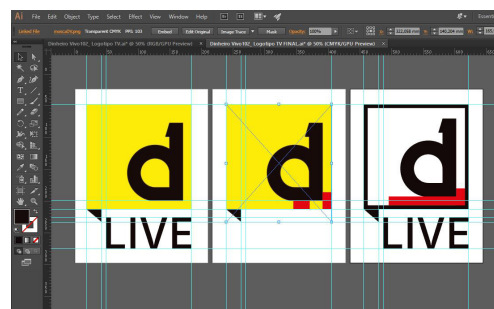


Fig.39 | Estudo do logotipo final adaptado para o jornal *Dinheiro Vivo*.

Brief 38

Mapa - Web Summit

Para o suplemento do dia 4 de Novembro, foi-me pedido para elaborar um mapa infográfico com a planta dos pavilhões onde iriam decorrer as conferências da *Web Summit*. Foi um conhecimento que passei a obter sobre o evento.

Web Summit é uma mostra de tudo o que está ligado ao mundo do empreendedorismo, tecnologia e inovação da Europa, com oradores oriundos das várias zonas do globo.

Decorreu em Lisboa pela primeira vez do ano passado, de 7 a 10 de Novembro. A segunda edição decorreu a 6 a 9 de Novembro de 2017 no Altice Arena (zona do Parque das Nações).

Durante estes dias em Portugal falou-se muito no evento, movendo portugueses e estrangeiros para a zona do evento e outras áreas de pré abertura, como a *Night Summit* no Bairro Alto e na *LxFactory*. Com pena não pude estar presente, pois seria a minha primeira vez no evento, mas foi interessante sentir o espírito “*Web*

Summit” na redação, até mesmo na partilha de informação e auxílio na concretização do mapa.

Com a ajuda da Ana Margarida Pinheiro, jornalista do jornal, a concretização do mapa foi mais fácil pois desconhecia qualquer tipo de informação relacionada com o tema.

Fiz uma pesquisa prévia em conjunto com a jornalista e foi encontrado um mapa do evento do ano anterior em Portugal, o que facilitou o processo de desenvolvimento.

O mapa original tenha cores muito escuras, alusivas ao mundo da tecnologia, e foi alterado para as cores mais suaves, de acordo com as cores do jornal.

O que acabou por ser feito foi, uma informação mais detalhada, com a indicação das ruas e ruelas de forma a conduzir o leitor aos pavilhões principais; zonas de autocarros, táxis e refeições. Foi tudo pensado ao pormenor, com a intenção de localizar o leitor na área do Parque das Nações e acomodá-lo com o evento.

Para o texto que foi introduzido como que ia decorrer no evento, utilizei a fonte *Myriad Bold*. Não coloquei regular porque com o peso do mapa, a informação em texto poderia perder-se. Mesmo que o objectivo seja que o texto seja primário ou secundário, ele tinha de ganhar também destaque no mapa em geral.

Fui fiel ao mapa original do Parque das Nações, localizando também o Rio Tejo, as estradas e todas as rotundas que se encontram perto do Pavilhão. O Pavilhão principal coloquei a amarelo, os outros a tom de cinza para estabelecer uma hierarquia de informação visual.

O mapa foi criado num formato maior que um A3, para simular a dupla página onde iria ser inserido. Centralizei-o de modo a que não fosse cortado de maneira que tornasse a informação ilegível.

Os pictogramas introduzidos foram os de desenho limpo e simples, que facilmente poderiam ser reconhecidos.

Por fim, a indicação de tesoura a linha recta tracejada de corte. Este foi uma sugestão da directora e do editor chefe, com a intuição de levar o leitor recortar o mapa, guardá-lo e reutilizá-lo nos dias do evento. Atribuiu-se ao mapa a capacidade de torná-lo prático, útil, duradouro e como a essência do evento, memorável.

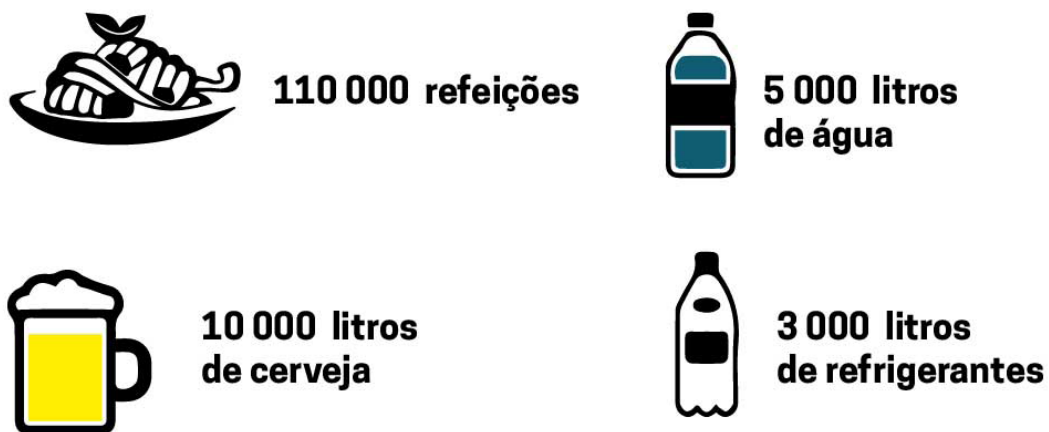


Fig.41 | Pictogramas desenvolvidos para o website do jornal *Dinheiro Vivo*.

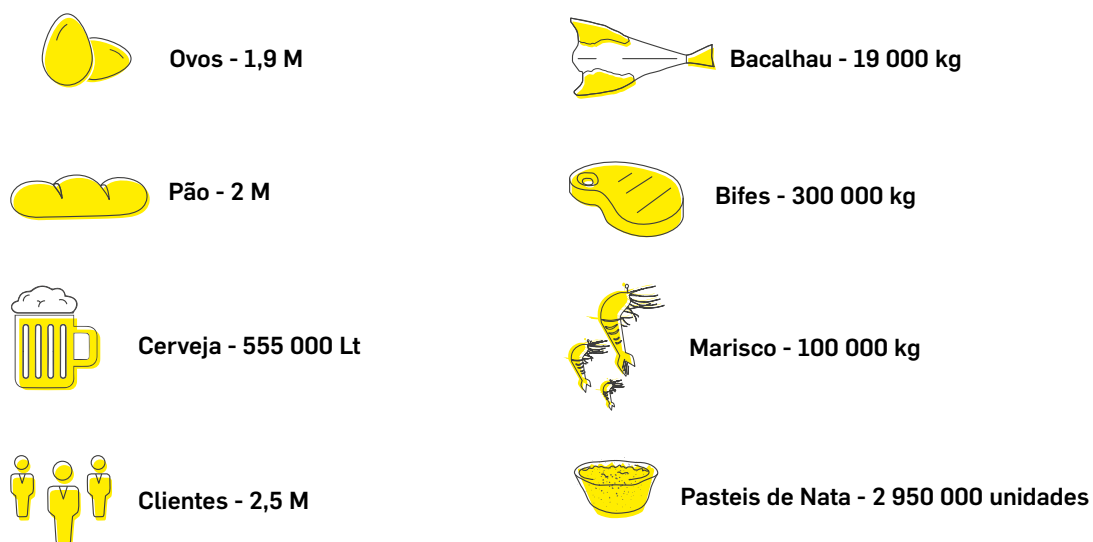


Fig.42 | Pictogramas - *Portugália* - desenvolvidos para o website do jornal *Dinheiro Vivo*.

Brief 47

*Workflow** da redação multiplataforma

Briefings como a criação de grelha para os utilizadores do jornal, surgiram sempre como um grande desafio, uma vez que era necessário colocar muita informação num **artboard* reduzido e manter tudo dentro da grelha.

Foi importante estabelecer uma boa tipografia: legível e que funcionasse bem a várias escalas de modo a ajustar toda a informação na grelha. O mesmo aconteceu com o *briefing* 64 (*Lista das 25 Lojas CTT - Pai Natal Solidário*).

A cor e a forma também tiveram o seu papel significativo, pois estabelecia aqui uma hierarquia de informação (tal como a variação tipográfica).

Utilizei sempre o cinza claro para as formas e cinza num tom mais escuro para a tipografia, para fugir do tradicional preto. Aqui não sei distinguir a estética da funcionalidade, mas penso que o torna mais limpo e menos cansativo de ler (mesmo que o texto seja mínimo).

O problema que pode ocorrer é nas impressões, que pode sair muito mais claro. Mas foi feito testes de impressões pelo jornalista Bruno Mateus, e o resultado acabou por funcionar.

Mas o preto é uma coisa a ponderar para eventos futuros, caso a impressão saia mal... Estes pequenos projectos (grelhas de para uso interno do jornal) são importantes para a distribuição de informação - diária ou semanal - e/ou funções pelos jornalistas e outros elementos constituintes.

* **Artboard** - tela de trabalho. Funciona como uma área de trabalho no papel.

* **Workflow** - fluxo de trabalho.



Fig.43 | Grelha - Workflow da redação multiplataforma - feita para o jornal Dinheiro Vivo.

Brief 48

10 dicas para o sucesso

Com os avanços dos *briefings* fui sentindo a necessidade de criar uma biblioteca de imagens, uma vez que muitas das vezes os artigos exigiam o mesmo tipo de ilustração, isto é, a mesma figura para expressar uma ideia. Esta ideia de criar um arquivo de imagens fez com que produzisse mais durante o dia. Antes conseguia criar duas foto galerias por dia, com a biblioteca, dupliquei. Já no 50º *briefing*, (28 empregos que pode ter a partir de casa), comecei a criar foto galerias mais extensas, com cerca de 50 imagens distintas ilustradas. Aí sentiu-se o benefício de ter como base uma biblioteca de imagens.

Com a gestão do tempo, considero que foi uma boa maneira de contribuir para o jornal, sem deixar de parte o rigor de execução e a importância de ter um artigo pesquisado e selecionado *à priori*. E com ele, estabelecer um conceito para as ilustrações.

Aqui considerei necessário usufruir do sentido de humor, pois seria a chave para a funcionalidade de muitas foto galerias elaboradas, de maneira de não as tornar massivas para o leitor,

também conduzi-lo para outra dimensão (pois temáticas pesquisadas o exigiam) ... trazendo sempre algo novo!

Pesquisei maioritariamente na *Forbes*, com um *hashtag** (*#ifyouonlyknew*), que me conduzia aos temas como carreira, finanças pessoais, investimento e muitos outros. Assim era a minha pesquisa diária, também por outros sites referidos anteriormente.

Voltando à biblioteca, distribuí-a por figuras ilustradas com variações de posições/ ações, de modo a que fosse “moldável” e dinâmico. Ilustrei outros elementos figurativos que ajudam a tornar a composição de uma foto galeria mais credível e que compõem os personagens. Desconhecendo o público-alvo do jornal, comecei por ilustrar figuras masculinas, depois considerei necessário acrescentar figuras femininas sem querer sobrevalorizar nenhum dos géneros e dar origem a desagrado do público-alvo.



Fig.44 | Biblioteca de imagens criada com elementos ilustrados para o site do jornal *Dinheiro Vivo*.

Brief 52

Verão de 2017 rendeu mais 390 milhões de euros à hotelaria

Em meados do mês de Outubro (no segundo mês de estágio), passei a conhecer e utilizar o *software* digital *Infogram*, próprio para infografias, recomendadas pelo *Head of Digital* e coordenador do meu estágio, Bruno Mateus.

O *software* é fácil de manipular para quem está familiarizado com os programas utilizados durante a licenciatura e mestrado – o *Adobe*. É bastante semelhante ao *software Illustrator*.

Dispõe de vários *templates** infográficos, com diagramas, tabelas, mapas, entre outros ... Imagens e vectores de ícones disponíveis na

galeria. O que aprendi com o programa, é que pode facilmente ser produzida uma infografia, em comparação com o *Illustrator*, uma vez que o programa foi desenhado mais para um jornalista que um designer gráfico. Pois a clareza encontra-se na inserção de dados (este que interiorizei numa reunião com todos os infografistas da *Global Media Group*, uns meses depois, num tutorial dado por uns dos utilizadores pioneiros do *Infogram*), que podem ser simplesmente introduzidos através de uma hiperligação do ficheiro em *Excel*, (directamente da conta *Gmail*), para o *Infogram*.

A infografia produzida no *Infogram* é mais indicada para o formato digital, uma vez que é interactiva. Mas a infografia produzida pode ser exportada em vários formatos (*PDF**, *Jpeg** e *PNG**). O que acabo por fazer normalmente é, enviar o *link* da infografia (também há essa opção de partilha), para o email do jornalista. Este incorpora a hiperligação no corpo da notícia. Basta ele publicar a notícia no formato *classic* (uma das formas de publicar a legenda em conjunto com a imagem em tom de amarelo), e a infografia aparece publicada.

Uma das muitas vantagens que tem em relação ao *Illustrator*, é que pode ser actualizada directamente no software em estudo, isto é, dá para fazer alterações, corrigir erros e é automaticamente modificada. Enquanto que no *Illustrator* é necessário corrigir, gravar e exportar, enviar para o jornalista e este coloca a imagem da infografia no corpo da notícia. Contém uma gama de cores especiais como base, mas pode ser facilmente acrescentada outras cores (como foram introduzidas as paletas de cores do jornal), através de um código numérico e de letras – *Custom color* (o #) – e adaptar à infografia criada.

A jornalista Susana Almeida Ribeiro (2008, p.166) refere que “(...) desde logo uma das grandes diferenças entre uma infografia feita para papel e outra para o mundo digital é o imediatismo. A Internet ganha clara vantagem na hora de reparar e dar a conhecer informações, especialmente tratando-se de catástrofes (...)”.

Outra vantagem é na gravação do documento: a cada alteração (durante a execução da infografia), é gravado o documento. Isso é uma solução muito mais que perfeita, pois vem apaziguar a clássica irritação dos *designers* no acto de salvar o documento. Muitas das vezes o programa utilizado fecha, deixa de funcionar, entre outros problemas técnicos chatos, e que designo como quase “fatalista” para o cumprimento de um *deadline* projectual.

Mas o *software Infogram* tem as suas contrapartidas em comparação com o *Illustrator*: por exemplo na utilização da grelha. O *Illustrator* dá-nos a oportunidade de criar a nossa própria grelha, arrastando a régua para uma específica área... Este processo pode ser repetido várias vezes. No *Infogram* não, a régua é automática. Só através da “sensação”, ao arrastar o elemento de um lado para o outro que “sentimos” ou encontramos o centro ou as extremidades da área de trabalho, com a indicação de uma

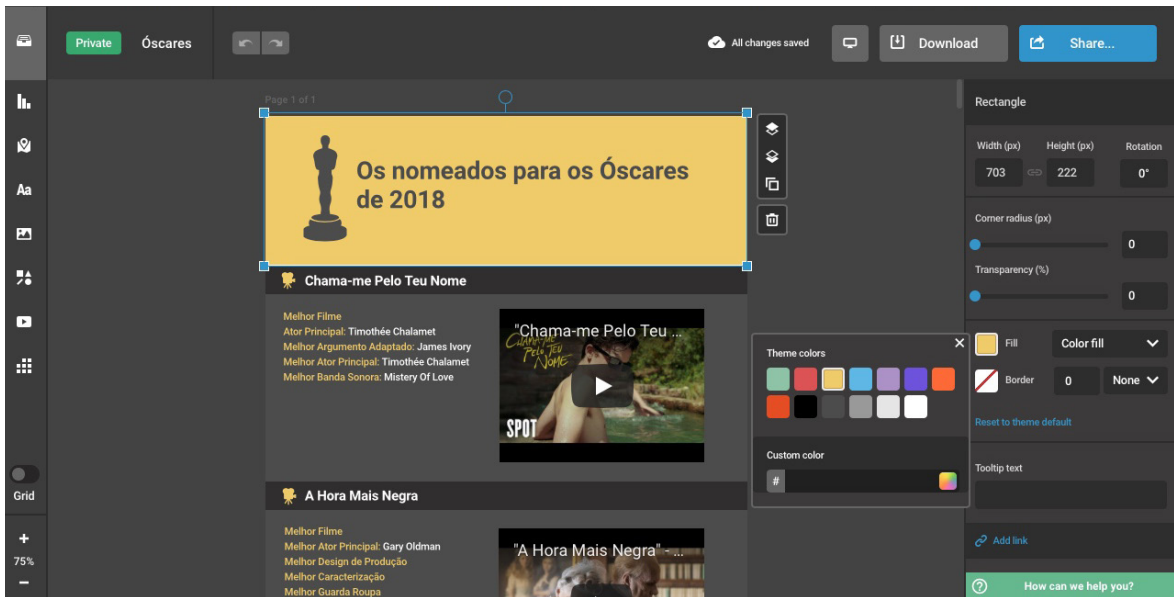


Fig.45 | Pormenor da tela de imagem do software Infogram - Os nomeados para os Óscares 2018, Dinheiro Vivo, 23 de Janeiro de 2018

linha recta a cor rosa. Também não existem *layers*, pois só dá para colocar o elemento “para frente” ou “para trás”. Os *layers* ajudam na distribuição, isolamento de várias e distintas informações numa *artboard* só e pode-se atribuir um nome para cada camada criada, facilitando a identificação.

Para a infografia, foi criada uma espécie de *template* para informar graficamente o *top* das séries mais vistas. Acaba por ser mais funcional, preciso, com melhor divisão de espaço em branco e informação.

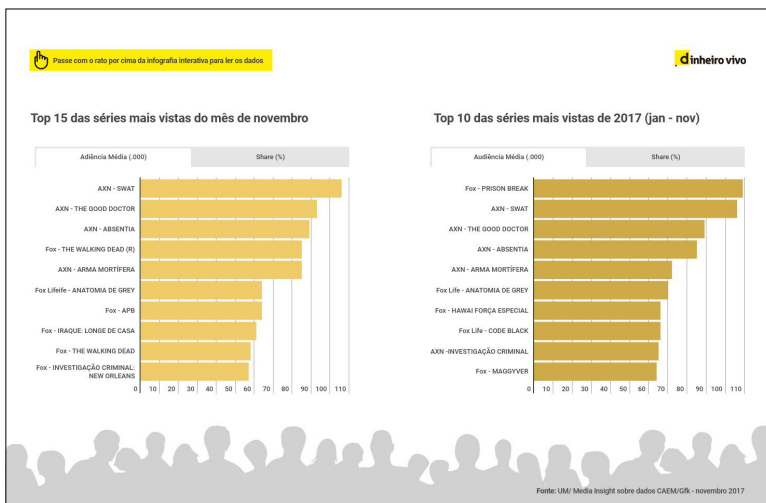


Fig.45 | Evolução da infografia (Top 15 das séries mais vistas do mês de Novembro e as séries mais vistas de 2017), feita a partir do Infogram.

* **Template** - modelo de apresentação (*layout*) de um documento apresentado visualmente, com a configuração de como irá ser exibida a cor, coluna, fontes e parágrafos, para *web*.

* **PDF** - “A sigla inglesa PDF significa *Portable Document Format* (Formato Portátil de Documento), um formato de arquivo criado pela empresa *Adobe Systems* para que qualquer documento seja visualizado, independente de qual tenha sido o programa que o originou.”

* **Jpeg** - “é um acrônimo de *Joint Photographics Experts Group*, é um método de compressão de imagens fotográficas e também é considerado como um formato de arquivo”.

Brief 57

Dados para Suplemento dia 25 de Novembro – Como gastar menos e poupar mais com a água

Em meados de Novembro, Portugal deparou-se com a seca das barragens por falta de chuva.

O jornalista João Oliveira (2017) garante que “o ministro do Ambiente chegou a falar num aumento do preço da água” (...) Para acautelar esse hipotético aumento ou para simplesmente reduzir aquilo que paga mensalmente pela água que consome, conheça um conjunto de escolhas que podem reduzir significativamente a água que consome em casa. E a sua fatura.”

O jornal *Dinheiro Vivo* optou por publicar dicas de poupar água, com texto do jornalista referido acima, intitulado: “Como gastar menos e poupar mais com a água”.

Para o desenvolvimento dos elementos, foi-me dado um texto que servia de orientação, a partir daí comecei por esboçá-los.

Como já tinha um grafismo pré-estabelecido para os pictogramas, foi fácil desenvolvê-los, com uma pesquisa também feita à priori dos objectos em estudo. Comecei pelo redutor de torneira, desenhando-o com detalhe e colocando-o ao lado da torneira; seguidamente o chuveiro, como solução do banho tomado na banheira, poupando assim no consumo da água na higiene; o autoclismo (tive de fazer várias versões até chegar à arte final, pois a intenção era fazer perceber como se pode reduzir a descarga de água com um simples gesto. Aqui illustrei o plegar a carregar no botão - com dois botões distintos - num plano aproximado); a banheira e a sanita, com a indicação da gota e setas para orientar a transferência de água de um elemento para outro, mas este acabou por não ser utilizado; a máquina de lavar, com uso de carga completa; por fim o sistema de regas, em o aconselhável é utilizá-los nas horas de menos calor, segundo o jornalista. Tive de ter cuidado com a arte final, criando formatos em dimensões diferentes para que não resultasse

muito pequeno no jornal físico, com a opinião do Editor-chefe. Alterando também a espessura da linha de contorno do desenho.

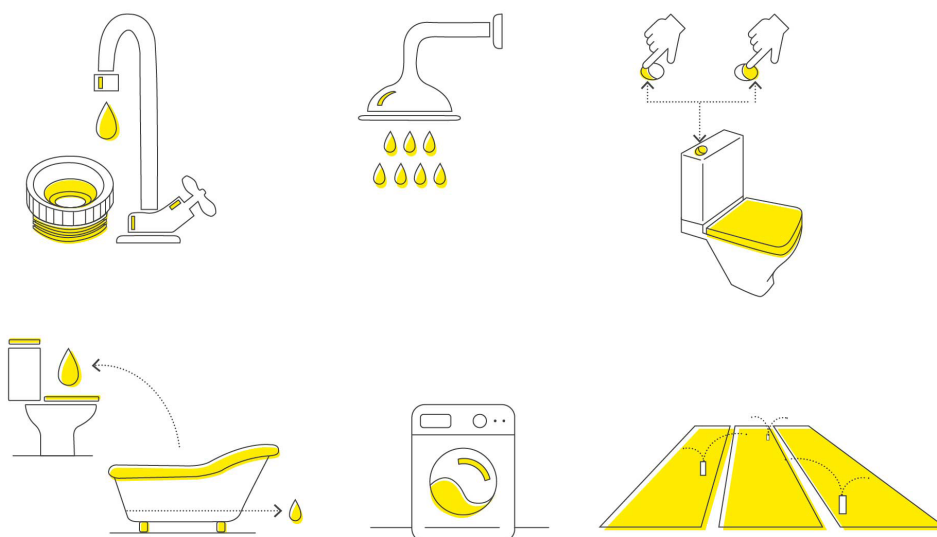


Fig.46 | Pictogramas - Como gastar menos e poupar mais com a água, feita para o suplemento do dia 25 de Novembro (jornal *Dinheiro Vivo*).

Brief 61

Bitcoin

Tive de criar uma infografia, fazendo alterações de um original para o que foi criado. Alterei a cor de fundo, pois não fazia sentido para a legibilidade da infografia no geral. Ficou a cinza claro. Utilizei a fonte *Myriad Bold Condensed* para o Título, e *Myriad Condensed* para o resto da informação, em escalas distintas, criando uma hierarquia visual. Tal como no original, coloquei a legenda acima da infografia para facilitar a sua interpretação.

Este projecto foi diferente das outras infografias criadas, pois estava em contacto com uma *breaking news**. Tinha de fazê-lo em imediato para ser colocado no *site*.

Em situações semelhantes, o *designer* tem uma *deadline* para cumprir, maior parte das vezes, apenas minutos para executar o grafismo. A regra e o desafio foram: executá-la com perícia sem esquecer da simplicidade gráfica!

* **Breaking News** - notícia de última hora.

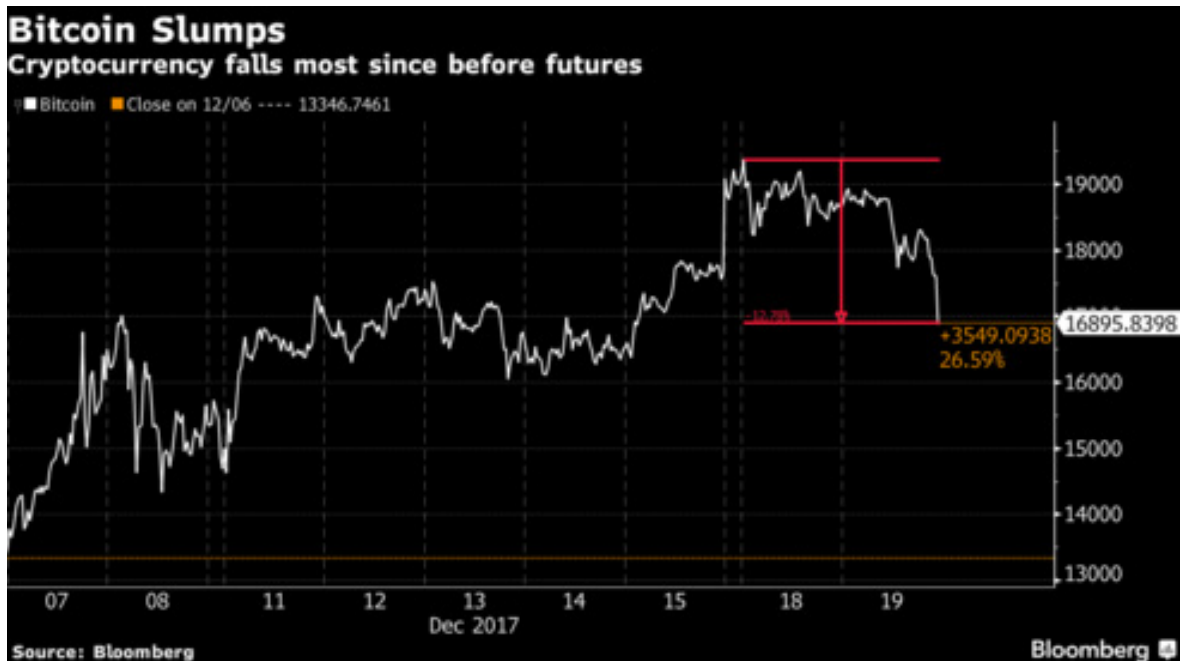


Fig.47 | Infografia - *Bitcoin Slumps*, original do site da Bloomberg.



Fig.48 | Infografia - *Bitcoin*, adaptada para o site do jornal *Dinheiro Vivo*.

Brief 68

9 ações que os líderes bem-sucedidos tomam diariamente

Com este *briefing*/ projecto pude desenvolver novas técnicas de ilustração, com o efeito de sombra e volumetria.

Já tinha feito alguns testes para ilustrações experimentais/ individuais e surpreendeu-me o efeito que acabei por implementar numa das foto galerias.

Não o fiz com muita frequência, pois era necessário tempo para produzi-las, aqui converte-se na exportação do documento do *software Illustrator* – com as *layers* – para o *software Photoshop*. Decidi usar só nas ilustrações especiais (que necessitavam de tempo de execução), como por exemplo, para o suplemento.



Fig.49 | Foto galeria - 9 ações que os líderes bem-sucedidos tomam diariamente, adaptada para o site do jornal *Dinheiro Vivo*.

Brief 84

Dados para suplemento dia 23 de dez –

Negócios: Do bacalhau ao bolo rei.

Quanto vale o negócio destes produtos para algumas empresas

Neste *briefing*/projecto foi sugerido o desenvolvimento de pictogramas com os alimentos e bebidas discutidos e selecionados

na reunião. Acabei por ilustrar com a técnica criada nos *briefings* antigos – linha de contorno e efeito sem sombra.

Alguns elementos foram feitos através de memória representativa, outros tive de fazer uma pesquisa pois tinha muitos detalhes, como o bolo rei por exemplo. Foi necessário desenvolver vários jogos de perspectivas até chegar à resolução final.

Depois de elaborar vários testes de formato final para não ficar muito pequeno ao lado do artigo, no suplemento, fiz dois testes de cor – a azul e a amarelo. Com a jornalista Carla Ribeiro, foram selecionados os pictogramas azuis.

Depois de ver o resultado final no suplemento em formato físico, percebi que devo comunicar mais com os paginadores para saber a cor que é utilizada em tal página, as dimensões, etc. – Pois a cor da página era laranja e o azul dos pictogramas não resultaram bem com o *layout* da página.

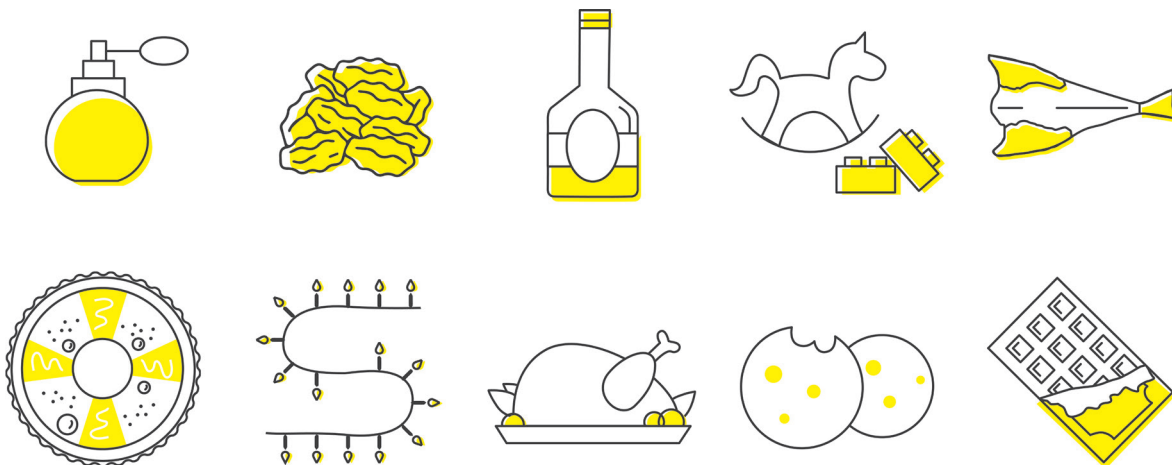


Fig.50 | Pictogramas - Do bacalhau ao bolo rei. Quanto vale o negócio destes produtos para algumas empresas, elaboradas para o suplemento do jornal *Dinheiro Vivo*.

Brief 97

Ilustração para Gestão – Electricidade

Foi-me proposto pela jornalista Carla Ribeiro, o desenvolvimento de uma ilustração com o conceito o aumento do preço da electricidade em 2018. Foi neste projecto que tive a oportunidade de aplicar o tal efeito especial de luz/sombra, pois era mais livre e dava para brincar mais com as cores. Elaborei duas propostas de ilustração: uma com o personagem a ligar o interruptor com a

ideia do euro “que não cabe na tomada”; outra com o símbolo do euro metaforizado no cabo metálico da lâmpada. Este último foi selecionado, porque ia mais ao encontro do conceito.

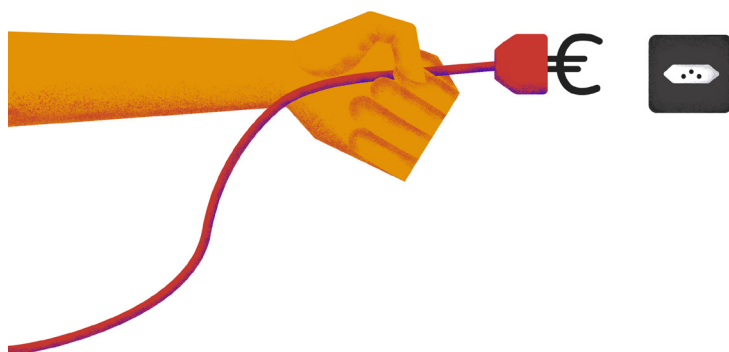


Fig.51 | Ilustração editorial - *Electricidade*, esboço para o suplemento do jornal *Dinheiro Vivo*.



Fig.52 | Ilustração editorial - *Electricidade*, ilustração final para o suplemento do jornal *Dinheiro Vivo*.

Brief 101

Comprar ou arrendar casa para viver?

A jornalista Carla Ribeiro propôs-me criar uma ilustração para o suplemento do dia 13 de Janeiro, com o tema: vendas e arrendamentos de casa.

Numa pesquisa de referências visuais, selecionei uma ilustração de Mariana a Miserável, “WATT”, que desenvolveu para um mural. Apliquei a ideia de alguém a carregar algo na minha ilustração, neste caso foram casas. Com a ajuda do coordenador de vídeo e mais a jornalista, acabei por solucionar o problema que tinha deparado: como ilustrar uma casa de uma forma simples, sem muitos detalhes e assemelhar-se a uma casa normal. Também para o desenvolvimento, fiz uma pequena pesquisa de referências visuais de casas.

Brief 103

Revolução na banca traz baixa de custos e mais serviços

Para este projecto, o jornalista Vítor Martins e a jornalista Carla Ribeiro explicaram-me o conceito para a ilustração, informando que as pessoas vão menos ao banco e fazem isso de maneira virtual no portal do banco.

Queriam a sugestão de notas a sair de um telemóvel, acabei por fazer um esboço do mesmo.

Ilustrei uma cidade mais o banco. Das portas do banco, fiz sair notas que estas foram várias vezes alteradas para assemelhar-se a nossos 100 euros e não dólares.

A paleta de cores é semelhante às cores do projecto anterior (das vendas e arrendamento de casas), e acho que fiz bem manter a paleta de cor para haver uma coerência nas ilustrações ao folhear as páginas do suplemento. Fiz uma mão com o dedo indicador a simular o toque no ecrã do telemóvel, com várias circunferências tracejadas para simular uma acção. Tive que fazer alterações na arte final uma vez que os editores do jornal *Diário de Notícias* informou-me que a soma da cor CMYK do preto no total não podia passar do 190%, porque a tinta da ilustração, como acontece em muitas fotografias com demasiada tinta negra, borra as páginas do jornal (a tinta passa da página ilustrada para outra).



Fig.53 | Projecto de Arte Pública pela Fundação EDP - Watt, Mariana a Miserável, Julho de 2016.

FINANÇAS PESSOAIS

Comprar ou arrendar casa para viver?

Arrendar custa menos dinheiro no presente. Mas comprar pode significar menos preocupações e despesa no futuro

—MARIA JOÃO ALEXANDRE
redacao@dinheirovivo.pt

Arrendar casa era mais barato do que comprar em 2007, quando a equipa da *Dinheiro & Direitos* analisou os custos da compra e do arrendamento. Em 2010, com o acesso ao crédito a complicar-se, compensava comprar para quem tinha algumas poupanças e não precisava da banca. Hoje, o mercado está em alta: os preços de venda da habitação estão em ascensão, os juros do crédito baixos e as rendas muito elevadas, principalmente nas cidades que beneficiam do turismo. Para quem pretenda um imóvel para residir, compensa comprar ou arrendar?

A revista *Dinheiro & Direitos* voltou ao terreno e fez as contas, considerando um T2 com 100 m² e características semelhantes em Lisboa, Porto, Braga, Castelo Branco e Faro.

Resposta está nos custos

Os preços altos dos imóveis para quem quer comprar estão a ser aliviados pelas baixas taxas de juro dos créditos à habitação, graças à Euribor historicamente baixa, mesmo em valores negativos. Mas a estes valores há que somar uma série de custos: despesas com o processo de crédito, impostos, escritura, seguros, comissões bancárias. Depois, o valor do condomínio, das obras, e mais impostos.

“Custa muito, literalmente, ser proprietário. Bem mais do que ser arrendatário, a quem cabe pagar, basicamente, uma caução inicial e uma renda mensal, por norma atualizada todos os anos ao ritmo da inflação”, defendem os autores do estudo da publicação da Deco Proteste.

No caso de Lisboa, para comprar uma casa precisa de 56 mil euros, 20% do preço de aquisição. A este custo deve somar gastos notariais e de registo, o imposto municipal

sobre as transmissões onerosas de imóveis (IMT), imposto de selo sobre o valor da aquisição (0,8%) e do crédito (0,6%), e ainda as despesas por conta das comissões iniciais referentes ao empréstimo.

Feitas as contas ao mês, a fatura da compra é ligeiramente mais leve. E a isto somando a prestação aos prémios anuais dos seguros de vida e multirriscos exigidos pelo banco e ainda as despesas com o condomínio.

No caso das contas anuais, por causa do imposto municipal de imóveis (IMI), obrigatório para quem compra casa, o arrendamento revelou-se menos caro. E ainda é possível deduzir no IRS 15% das rendas suportadas, com o limite anual de 502 euros. Ao fim de 30 anos, o estudo conclui que comprar casa em Lisboa é mais vantajoso: gastam-se menos 50 mil euros.

Em Braga, por exemplo, vale a pena comprar, apesar de estar-

mas a falar de 20 euros de diferença entre a prestação e a renda, e de 16 mil euros de poupança ao fim de 30 anos. No Porto e em Faro compensa comprar, pensando nos custos de curto, médio e longo prazo.

Conclusão: arrendar vem com menos preocupações no presente. Está-se livre de várias despesas iniciais (IMT, imposto de selo, escritura, registos), periódicas (IMI e condomínio) e outras ocasionais, como obras de conservação do imóvel. Além disso, permite mudar-se quando quiser, desde que avise o senhorio no prazo que ficou definido no contrato.

Mas comprar pode significar menos preocupações no futuro. Se na idade da sua reforma já tiver o empréstimo ao banco saldado, terá uma casa e menos uma despesa – a cereja em cima do bolo – e possui património para deixar aos herdeiros.



Fig.54 | Ilustração editorial - Comprar ou arrendar casa para vender?, para o jornal *Dinheiro Vivo*.



Marca Portugal,
para que te quero!

Criada pela deusa da sabedoria, a árvore da paz e da longevidade – a oliveira – produz o fruto a partir do qual se faz um sumo sagrado, que purifica o homem desde os tempos mais remotos.

O azeite, alimento e medicamento, perfume e combustível, picante e inspirador, em tempos abandonado e agora emergente, é uma das mais preciosas marcas do nosso Portugal Genial.

Contudo, a realidade é que espanhóis vêm a Portugal comprar azeite português a granel para colocar no mercado internacional com rótulos italianos. Esta prática representa um mercado de vasos “descomunicantes” que valorizam o nosso ouro líquido, a favor das economias dos outros.

Este é talvez o mais evidente exemplo da fragilidade das nossas marcas comerciais e o mais lesivo para o balanço e contas da nossa marca de Portugal.

Um litro de azeite extraordinário português, com um rótulo português vale 4 euros; um litro de azeite extraordinário português, com um rótulo espanhol vale 8 euros; o mesmo litro de azeite extraordinário português, com um rótulo italiano vale 16 euros.

O azeite italiano é considerado o melhor do mundo mas, em *blind test*, o azeite português é

avaliado com a mesma qualidade, podendo, no entanto, valer até dez vezes menos, o que no ato da compra, pré-condiciona e distorce a perceção qualitativa do consumidor, face aos dois produtos.

Mas esta situação não acontece por acaso. Os italianos “mimam” os seus azeites à mais de um século. O seu *markup* começa na população que, desde logo, trata o azeite italiano como um produto *premium*, passando pela abordagem global do processo, onde impera uma forte componente de *marketing*, que assegura o elevadíssimo nível de qualidade do *design* dos rótulos e garrafas.

Por muito que nos custe, a qualidade intrínseca dos nossos produtos não é suficiente. Nós sabemos que o nosso azeite é extraordinário, mas o mundo não sabe e, por essa razão, desvaloriza a origem que desconhece.

É neste ponto que importa a marca de um país. Como já tantas vezes disse, não se trata apenas de orgulho nacional, mas do valor acrescentado que essa marca traz a cada produto que no seu todo constitui a economia.

Temos de nos concentrar em valorizar as nossas riquezas aos olhos do mundo, aproveitando a energia de uma geração de portugueses que está empenhada em fazer de Portugal uma marca muito valiosa.

Presidente da Itly Brand Corp e da Associação Portugal Genial

Negócios

PAGAMENTOS

Revolução na banca traz baixa de custos e mais serviços

O furacão criado com a entrada em vigor da nova diretiva de serviços de pagamentos vai cortar custos aos comerciantes e consumidores e trazer mais serviços inovadores. Em Portugal, chega com atraso

Texto: **Elisabete Tavares e Rui Barroso**

Está em causa até 40% do negócio da banca atual, segundo estimativas de Roland Berger. A entrada em vigor deverá ser a 13 de janeiro, mas Portugal está atrasado na adoção da nova diretiva de serviços de pagamentos. Estas regras abrangem todos os serviços de informação e pagamentos e vai trazer uma revolução na forma como os consumidores gerem as suas contas bancárias, compra e pagamento.

Mecanismos novos para comerciantes e consumidores e mais serviços e empresas a operar em Portugal são as consequências esperadas das novas regras comunitárias. A PSD2 vai permitir que operadores financeiros licenciados, instituições creditícias bancárias, tenham acesso em tempo real, se devidamente autorizados, a informação bancária dos seus clientes. "Isso permitirá um aumento da rapidez e da facilidade com que estes operadores podem obter informações financeiras dos seus clientes e realizar transações financeiras, por isso em igualdade de circunstâncias com o banco em que os clientes têm conta", frisou Luís Miguel Vieira.

O administrador executivo da AFIP - FinTech e InsurTech Portugal espera "que tal gere um acréscimo de concetividade e o surgimento de novos serviços na área da informação de crédito, mais abundante, pagamento, mais fáceis e rápidos, e crédito mais fácil, rápido e diversificado". A expectativa, diz, é de "uma descida do preço destes serviços".

Valdis Dombrovskis, vice-presidente da Comissão Europeia responsável pelos serviços financeiros, refletiu ontem que as novas regras podem levar a poupanças de "mais de 550 milhões de euros por ano aos consumidores da União Europeia".

É salientado que haverá maior proteção quando se fazem pagamentos. Em Portugal, uma das empresas na linha para beneficiar com a entrada em vigor da nova diretiva é a SIBS, que é detida pelos bancos a operar em Portugal e que está num processo de venda. A entidade lembra que, "no caso de Portugal, já tem um sistema de pagamento muito avançado", e acredita que "vai ser ainda mais rápido adotar novas tecnologias e práticas relacionadas com a PSD2".

"A PSD2 tem uma enorme relevância para o setor onde a SIBS atua. Como líder na disponibilização de soluções de pagamento, a SIBS está



IMAGEM: MONTEIRO

a contribuir para que o sistema de pagamentos beneficie das oportunidades que a nova diretiva apresenta", afirmou a empresa. "O seu posicionamento central e o seu sistema de pagamento centralizado, a SIBS está a desenvolver um novo ecossistema de Open Banking API, que abrange a comunidade bancária nacional e que, através de uma plataforma comum partilhada, permite que novos provedores de serviços de pagamento, nacionais ou europeus, desenvolvam serviços inovadores, tirando partido da PSD2".

Por exemplo, as instituições financeiras "podem potencializar serviços de valor acrescentado, como por exemplo uma certificação de moradia ou dados de identificação fiscal". E os novos provedores podem desenvolver novos serviços com informação agregada das contas de pagamento de várias instituições financeiras. Quando aos consumidores, "passam a beneficiar de maior oferta de serviços digitais, quer para acesso a dados das suas contas bancárias quer para a iniciação de pagamentos, com maior concetividade e com toda a segurança SIBS". Em parceria com a SIBS, a empresa vai ainda desenvolver uma solução cognitiva de deteção de fraude em tempo real, inovadora e única no mercado,

Dinheiro O que muda nos pagamentos

Acesso às contas bancárias. Os clientes dos bancos podem autorizar que outras entidades, que sejam autorizadas pelos reguladores, tenham acesso à informação sobre as suas contas bancárias.

Pagamentos feitos por terceiros. Essas entidades terinas podem começar a fazer pagamentos em nome dos clientes que assim o autorizarem e criar soluções específicas.

As novas entidades. Os bancos começaram a ter a concorrência ou a trabalhar em cooperação com novos tipos de entidades: empresas que oferecem meios de pagamento alternativos, entidades que agregam toda a informação financeira do cliente de forma a ser rapidamente consultada e organizada e empresas que fazem os pagamentos.

agregado o know-how e procedimentos de segurança e autenticação da SIBS com a tecnologia cognitiva de última geração da IBM com base no Watson.

Ué pede "urgência". Apesar de 13 de janeiro ser a data indicada por Bruxelas para as novas regras, em Portugal esse processo está atrasado. O Ministério das Finanças não adotou uma data para que esta diretiva seja transposta, informando apenas que "está a utilizar a iniciativa legislativa que transpõe para o ordenamento jurídico português a PSD2".

A Comissão Europeia pediu aos Estados membros que ainda não adotaram as novas diretivas que "o façam de forma urgente". Se Bruxelas considerasse que um Estado não inclui na legislação nacional as regras determinadas, pode avisar esse país dos motivos pelos quais o deve fazer. Se, ainda assim, tal não for acordado, o caso é encaminhado para o Tribunal Europeu de Justiça, podendo resultar em sanções. Para Bruxelas, a PSD2 é uma peça-chave para combater para um mercado único digital na União Europeia. "Isso promove o desenvolvimento de pagamentos online e novos serviços inovadores, que beneficiam a economia e o crescimento", concluiu Dombrovskis.

Com estas regras, as novas entidades, especialmente fintechs, que têm emergido na área de pagamentos, passam a ser reguladas. A diretiva pretende também permitir casos adicionais com pagamentos feitos com cartões de crédito ou débito e diminuir as taxas cobradas em caso de transações não autorizadas.

Além disso, abre todo o mercado da União Europeia a empresas que oferecem este tipo de serviços e que possam oferecer serviços de pagamentos. Para os consumidores, isso traz de novo maior leque de escolha. E, segundo a SIBS, para os comerciantes vai resultar numa "redução de custos nos serviços" e também numa "maior opção de métodos de pagamento".

Investidores Diretiva do mercado também está atrasada

Além da legislação sobre os pagamentos, o governo está também atrasado na transposição da revisão da diretiva dos mercados de instrumentos financeiros (MiFID II), que, segundo as orientações da Comissão Europeia, deveria ter sido feita a 3 de janeiro. Fonte oficial das Finanças diz que o projeto de diploma já se encontra em processo legislativo e que ainda em janeiro deveria ser feita a sua aprovação e envio para o Parlamento. As novas diretivas pretendem reforçar a proteção dos investidores. Por exemplo, os trabalhadores de entidades financeiras terão de ser avaliados e ter um sistema de remuneração que não implique conflitos de interesse. Vem controlar também os produtos de investimento que são distribuídos e reforçar o papel do supervisor Alem de Portugal, existem outros países que ainda não seguiram a diretiva.



Três prioridades para o investimento empresarial

Foi apresentado na semana passada um importante estudo que resulta do estudo lançado pelo Presidente da República à Fundação Calouste Gulbenkian para promover um trabalho de investigação sobre o investimento empresarial em Portugal. Realizado pelas faculdades de Economia das Universidades do Minho e de Coimbra, este trabalho - "Investimento empresarial e crescimento da economia portuguesa" - avalia as condições e apresenta recomendações para as políticas públicas nesta matéria. Financiamento, fiscalidade e encaixe de trabalho e capital humano - precisamente os três eixos das propostas apresentadas, em setembro, pela CEF - ocupam os três capítulos deste trabalho dedicado aos determinantes do investimento empresarial. No que respeita ao financiamento, o estudo conclui que as empresas mais dinâmicas são aquelas em que o investimento depende mais da capacidade de gerar recursos próprios, ou seja, teriam potencial para apresentarem um crescimento mais rápido se tivessem menores restrições financeiras.

Propõe-se, por isso, a identificação das empresas que têm condições para uma recuperação sustentada e a eliminação das empresas inviáveis, para que as instituições financeiras redirecionem o crédito para os setores com maior potencial de crescimento, criando condições para um crescimento sustentado da economia. Será também importante promover a diversificação das fontes de financiamento, em especial através dos programas dos fundos europeus.

Quanto à fiscalidade, o estudo conclui que "no tocante à taxa global ou ajustada do IRC, Portugal não é internacionalmente competitivo", sendo que para esse resultado contribuem significativamente as derramas e a tributação autónoma, que representam cerca de um terço da carga normal do imposto. Além disso, os prazos de funcionamento da justiça tributária contribuem para "uma imagem negativa aos olhos dos investidores, nacionais e internacionais".

Entre as propostas apresentadas resulta a redução progressiva da derrama estadual, até à sua eliminação. Lamentavelmente, o Orçamento do Estado para 2018 acabou por incluir uma medida que vem contrariar aquilo que, segundo este trabalho, "deveria constituir um primeiro aspeto a considerar na política fiscal".

Financiar, podemos ler que as alterações tecnológicas em curso dão ao capital humano e ao funcionamento do mercado de trabalho um lugar central na determinação da rentabilidade do investimento e, por isso, constituem um importante fator para a sua rentabilidade.

O esforço do ensino profissional, a formação de adultos e a formação ao longo da vida estão assim, naturalmente, entre as propostas apresentadas neste documento, onde se defende também a necessidade de desenvolver o sistema de aquisição das necessidades de qualificação. Depois de, neste mesmo espaço, ter escrito por diversas vezes sobre financiamento, fiscalidade e qualificação, este trabalho oferece-nos de novo oportunidade para insistir nestas três áreas. Não são obviamente, São, de facto, cada vez mais consensualmente, as grandes prioridades para a política económica em Portugal.

Fig.55 | Ilustração editorial - Revolução na banca traz baixa de custos e mais serviços, para o jornal Dinheiro Vivo.

Brief 117

Tubarão (suplemento 3 Fevereiro)

Tive que desenvolver uma ilustração para o suplemento do dia 3 de fevereiro.

A jornalista Carla Ribeiro sugeriu que desenhasse um tubarão a devorar peixes, simbolizando o poder e contextualizando a ideias de grandes *startups** dominarem as pequenas.

Fiz duas propostas: uma com o jogo do *Pacman* (este com um elemento gigante a comer os elementos pequenos), com linhas que simulam uma cidade (representando aqui as empresas); outra com o tal tubarão a comer os peixes. Neste tive que fazer alterações no tubarão, pela sugestão da directora do jornal, queria um animal feroz a atacar uma presa (o outro estava muito *soft* e muito “querido”, não transmitia a ideia de ataque). Mantive a ideia, apenas foi feita alteração de um tubarão para outro mais próximo do real, com os dentes mais longos e afiados, com a introdução do sangue nos peixes, tornando um acto mais agressivo.

Para a minha surpresa, a ilustração foi seleccionada para capa do suplemento desse dia. Penso que agradou a redação a ideia, uma vez que têm vindo a aderir à ideia de ter ilustrações para capa. Como é óbvio, é um acto de confiança que depositam em mim, dando mais força para desenvolver mais projectos do género que me enriquecem pessoalmente e profissionalmente, e claro, ao jornal!



Fig.56 | Ilustração editorial - *Tubarão*, para o jornal *Dinheiro Vivo*.

A cor para o website e para o jornal físico

Como é próprio de uma infografia, que as cores para *web* têm as suas características que diferem das cores para o papel. Um dos seus aspectos que é mais visível a diferença, é o contraste (em que mede a diferença de uma ou mais cores): quanto mais alto o contraste, maior é a diferença de cores entre si. E isso pode-se analisar nos projectos que desenvolvi.



Fig.57 | Diferença de contraste da imagem para o formato *web*.

Tal como refere a *Web Designer* Daniele V Silva (2006) também se pode falar no brilho, que mede "a quantidade de uma determinada cor presente" numa mistura. (*ibidem* 2006) "Quanto mais saturada mais intensa e vibrante".

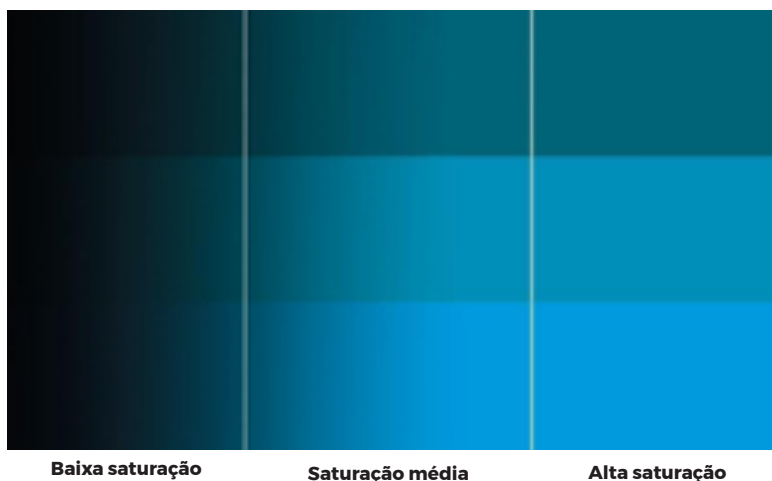


Fig.58 | Diferença de saturação da imagem para o formato *web*.

Uma das categorias mais complexas e estudadas para o mundo das cores na “atmosfera” digital são os atributos emocionais que uma cor pode ter. Está muito contextualizada segundo a cultura de um *target*.

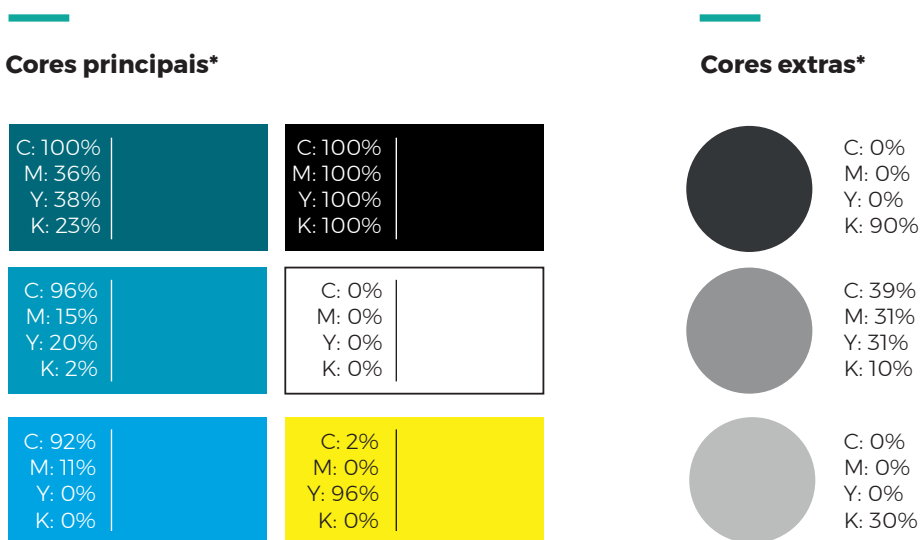


Fig.59 | *Cores utilizadas nas ilustrações para o site do jornal *Dinheiro Vivo*.

Das cores para as ilustrações do jornal *Dinheiro Vivo*, podemos analisar:

Azul: masculino, frio, calmo, confiável, estável.

Para Eva Heller (2000, p.506), “O **cinza** simboliza neutralidade.” Além de neutro e sofisticado...

Amarelo: energia, felicidade, esperança, perigo.

Preto: densidade, seriedade, morte, autoridade, poder, estabilidade.

Além das cores criadas para implementar nas ilustrações para o

website, desenvolvi pequenas regras de utilização para as ilustrações:

- Deve ter a base escura para servir como “chão” (de maneira que o personagem não fique suspenso no ar) ou uma elipse, num tom de azul mais claro;

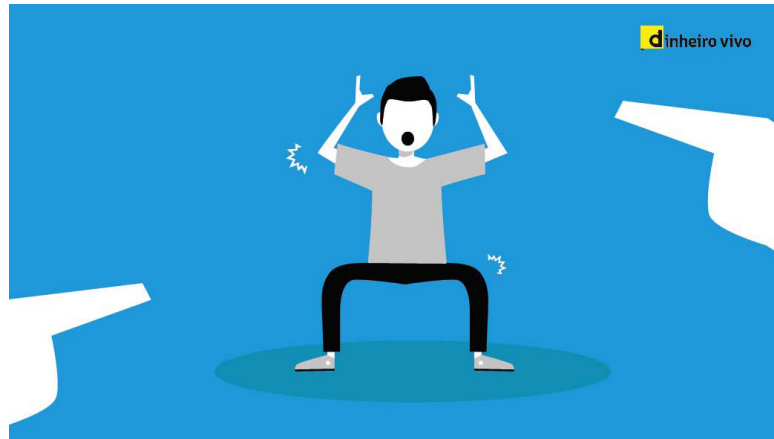


Fig.60 | Detalhe da ilustração criada para o brief nº60 - 25 maneiras de criar um legado de liderança - com o exemplo de fundo e “base” que é inserido o personagem.

- Deve-se **respeitar o cromatismo** plano das figuras ilustradas de forma a obter uma ilustração coerente;

- **Manter a escala** das figuras ilustradas em relação aos personagens representados, a não ser em casos específicos em que se quer fazer um jogo de perspectiva, fazer uma representação irónica, ou outro contexto associado;

- Caso queiram **acrescentar** figuras ou elementos, devem **seguir a mesma gama cromática** e estilo de desenho plano criado por mim;

- As fotogalerias devem ter como **base a cor azul plana** como fundo, e no canto superior direito, o **logotipo do jornal** (de modo a identificá-lo e distingui-lo de outras publicações periódicas, e para não ser plagiado ou aplicado noutra realidade).

Segundo a *Web Designer*, Daniele Silva, a atribuição de cores para um projecto *web* deve seguir seguintes factores:

“**Tema ou assunto** – Sobre o que trata o *site*? O que o cliente deseja transmitir? Como seu cliente espera que o visitante se sinta ao ter acesso ao *site* pela primeira vez? Alegre? Confiante? Curioso? Com essas informações em mão nós podemos começar a trabalhar e começar a definir se deverá ter cores claras e limpas ou fortes e vibrantes, se serão muitas cores e elementos decorativos ou se vamos priorizar o conteúdo.

O **público-alvo**: Qual a classe social dos visitantes? E o sexo? Qual a faixa etária? Será para jovens que procuram diversão ou idosos que procuram passeios guiados para o fim de semana? Qual a experiência que esse visitante tem com a *Internet*?”

A *designer* Kezz Bracey (2014), em relação a cores para *web*, sugere: “começa com uma boa escala de cinza simples. (...) Há um número infinito de combinações de cores que podes escolher para o teu plano de fundo principal e base de texto. No entanto, a minha recomendação é a de começar pela mestria do mais fácil, que é branco e/ou cinzento-claro no plano de fundo junto com texto cinzento-escuro. (...) com esta combinação garantes virtualmente uma legibilidade para os visitantes, e permites que o conteúdo baseado em texto e imagem sejam destacados. (...)”.

Mesmo com as cores pré-definidas que servem como sugestão no software *Illustrator*, achei importante transferir a regra” para a paleta de cores das ilustrações do website do jornal *Dinheiro Vivo*.

Enquanto que a *Web Designer* Daniele V. Silva (2006) assinala que “o texto deve sempre ter o maior contraste possível com fundo escolhido. A opção de texto em preto sobre fundo branco é a mais efetiva (...)”.

Conclusão

Analisando o que foi interiorizado durante o mestrado e aplicado, na prática, no estágio, concluo que evoluí significativamente na área da infografia e ilustração.

Posso referir que a maioria das infografias elaboradas foram de categoria , que Susana Almeida Ribeiro designa como “instrutivas”, uma vez que explicam algo, habilitando o leitor a seguir sequencialmente uma ideia/conteúdo ao longo do texto. Muitas delas foram autónomas que a mesma afirma como sendo , como afirma Susana Almeida Ribeiro (2008, p.10), “elementos de uma notícia sem necessidade de texto paralelo” , pois ele é um elemento complementar à narrativa.

Elaborei poucos mapas para fim jornalístico, mas a experiência foi suficiente para poder perceber como pode funcionar a cor e alguns elementos figurativos, para indicar locais...

Foi interessante acompanhar, com infografias, os textos de “*breaking news*”. Aí pude pôr em prática a rapidez de execução, com máximo de detalhe sem esquecer dos pormenores de legibilidade e leiturabilidade para *web*, seguidamente com o jogo cromático para a infografia (os gráficos) em si e para o fundo em que ela é inserida.

Com o apoio de alguns elementos da *Global Media Group*, ligados à área de *design* gráfico, pude conhecer a diferença de cor para *web* em relação ao jornal físico.

Além de ser criada uma paleta de cores RGB para as ilustrações do *website*, seleccionei uma gamas de cor CMYK, para as ilustrações que foram publicadas no suplemento. A paleta acaba por ser mais suave em comparação com as cores das ilustrações para o *website* – que é mais sóbria – acaba por ser mais moderna, simples e harmoniosa, capaz de conduzir o leitor para uma atmosfera mais lírica. Também a cor difere pelo tipo de conceito...

Enquanto que no suplemento pude explorar a ideia para uma atmosfera mais poética, tal como referi anteriormente, para a *website* pude testar o sentido de humor, o exagero, a coerência gráfica, exigência, uniformidade, a evolução do sentido estético nas ilustrações e liberdade criativa para estender além do “conceito” da notícia.

Para outro campo da infografia, foi interiorizado a forma como se elabora tabelas numéricas ou de texto, que tive a oportunidade de acrescentar, por sugestão dos jornalistas, elementos gráficos como bandeiras de países para melhor distinção da informação no tipo de infografia em específico.

Mais tarde passei a conhecer o *Infogram*, que ajudou bastante neste processo de aprendizagem: pela adaptação e facilidade

de execução. Aqui notou-se a diferença de ter conhecimentos básicos de execução de uma infografia como também aplicar os conhecimentos de hierarquia, corpo de texto para as várias funcionalidades (como título, entrada, texto inserido nos gráficos e legenda).

Além de começar a ficar familiarizada com o *software*, comecei a perceber o quanto ele é imediato! Coisa que não acontecia com o *Illustrator* na alteração de dados.

Já a metade do estágio, com o avanço dos projectos, consegui introduzir de uma nova linguagem gráfica de pictogramas que estendeu para outros projectos, fazendo sempre a ligação da simplicidade, contemporaneidade e rapidez de execução.

Algumas críticas do Editor-chefe foram fulcrais para a arte final, isto é, ajustes de cor e tamanho/ formato. Principalmente para os futuros projectos. E no 59º *briefing* (*50 maneiras de ganhar mais dinheiro em 2018*), tive o gozo de criar 50 imagens distintas para uma foto galeria comunica um tema.

O que acabei por fazer nas outras foto galerias com temáticas semelhantes (época natalícia), foi dar mais detalhe ao espaço criado, oferecendo-lhe mais momentos. Introduzi novos elementos ilustrados criando um desenho/ambiente mais conciso e credível.

Mesmo com o esclarecimento de dúvidas, as dificuldades foram gradualmente clarificadas, mas sinto que para o meu percurso profissional, devo continuar a aprimorar as minhas habilidades e conhecimentos, muitos deles relativos à tipografia e infografia.

A opção de concluir o Mestrado com a realização de um estágio curricular, não dou asas para dúvidas que foi a decisão mais deliberada. Dificilmente apresento pontos negativos durante este processo de assimilação de conhecimento passado para a prática profissional, estando integrada numa equipa de trabalho bastante fresca, audaz e citando aqui Almada de Negreiros, “com olhos direccionados para o futuro”.

Realço, que foi a melhor opção como profissional e pessoal!

Foi uma experiência profissional excitante, em que passei a conhecer mais o que é noticiado, onde e como. Tinha uma lista de sites de jornais económicos como a *Forbes*, a *Business Insider*, a *Bloomberg*, a *MSN Money*, a *Fortune* e a *Time Money* onde ia pesquisando dicas sobre poupança, carreira e reforma por exemplo. Foi a parte mais exigente! Mais ainda do que o desenvolvimento de ilustrações ou infografias, pois foi necessário a precisão para seleccionar temas relevantes e que pudessem contribuir para a comunidade leitora (o público), e que não fossem frívolas. Também foi uma forma de contribuir para o jornal *Dinheiro Vivo*.

A maior parte das vezes foi feita pesquisa de artigos para a criação de fotogaleria porque as infografias encontradas eram muito ligadas à realidade americana/ britânica. Outra solução tomada foi pesquisar notícias com infografia em sites portugueses como o *Público* e o *Jornal Económico*. O último site referido apresenta

infografias muito complexas e específicas, por isso, optou-se por não as produzir.

Tenho de realçar e evidenciar a experiência que tive a 13 de Outubro, com o tema *Orçamento de Estado de 2018*, em que tive a oportunidade de trabalhar ao lado do professor Mário Carvalho (que foi o infografista convidado especial para desenvolver trabalho infográfico do tema em questão para o site e suplemento), que não se conteve em partilhar algumas referências e dicas sobre a infografia e o *software Illustrator*. Aprendi bastante, pois havia coisas que fazia por meras ignorância teórica/prática.

No dia 7 de Dezembro, fui convidada a assistir a conferência do 6º aniversário do jornal - situada no Instituto Superior Técnico de Lisboa (no salão nobre), para presentear a discussão de temáticas como a robótica e a inteligência artificial.

Foram abordadas a importância da robótica na cultura actual e futura e a influência da inteligência artificial nos empregos e na sociedade empresária. Portanto, quiseram valorizar a actividade exercida nas empresas; a economia; a influência da *Websummit* na cultura portuguesa; e possíveis previsões tecnológicas e digitais.

Para mim foi importante estar presente na conferência, não só por ser o aniversário, como também pelos temas abordados... Confesso que o meu conhecimento sobre economia é escasso, mas temáticas como a tecnologia puxa pelo meu interesse porque cruza com o *design* gráfico, o *design* editorial (como por exemplo a influência do mundo digital na cultura portuguesa e mundial e o facto de o jornal em formato físico avizinhar a sua extinção, tema já debatido nas conversas entre os jornalistas do *Dinheiro Vivo*); a destruição e criação de novos empregos; entre muitos outros assuntos relativos.

António Brochado Correia, Partner e Responsável na PwC da área de *Consumer, Industrial Products and Services* (CIPS) – na conferência – fez uma previsão da influência da tecnologia em Portugal, em 2030.

Uma das principais influências seria na demografia, mais pessoas irão deslocar-se para as cidades para viver. Afirmou que as comunidades dos países menos desenvolvidos como as do continente africano, seriam um dos continentes com maior atuação no sector da agricultura. Também foi referido que a escassez de recursos, alterações climáticas e a deslocação do poder económico global que teriam o seu impacto negativo.

Apresentou alguns desafios ou inibições à adesão à tecnologia, como por exemplo a falta de formação de cultura digital e especificou Portugal como um dos países que dá menos formação aos seus colaboradores, pois existem algumas competências exigidas para o futuro como a liderança, as relações interpessoais, gestão de projecto, negociação, gestão de risco, competências financeiras, entre outras.

As características humanas serão essenciais para ser aceite o mundo do trabalho, como o traço de personalidade e a vertente

social com mais peso além de outras competências.

Finalizou a conferência com as seguintes citações inspiradoras:

“Men in suits look successful until you find out they work for the men in T-shirts and jeans.”

A tradução da citação de Roggie (2013): (“Fatos de homem parecem ser bem sucedidos até descobrires que trabalham para homens de *T-shirt* e *jeans*.”).

“A vida é o que fazemos dela. As viagens são os viajantes. O que vemos não é o que vemos, senão o que somos.” de Fernando Pessoa.

É com muito agrado que termino este relatório com a informação que os meus docentes ao longo destes anos depositaram em mim e sem deixar de referir, de um enorme privilégio vir fazer parte da equipa do *Dinheiro Vivo* como, finalmente como um profissional da área do *design* gráfico e infografia (coisa que fui conhecendo aos poucos), que mais do que grata e realizada estar por conseguir culminar e cumprir com os objectivos implementados por eles durante estes seis meses, para além do meu sentido de entrega para com o jornal.

É de um agradecimento redobrado e com enorme cortesia que abraço a proposta profissional, resultado de um grande esforço colocado neste estágio. Farei tudo que para que este futuro próximo seja compensador!

02

ESTUDO DE CASO

**A Ilustração – as suas
influências nas Publicações
Periódicas (Portuguesas)**

2.1

INTRODUÇÃO

2.2. O QUE É A ILUSTRAÇÃO?

(Introdução conceptual)

2.3. ANÁLISE DOS JORNAIS *i*

E DIÁRIO DE NOTÍCIAS

2.4. ANÁLISE DO QUES-

TIONÁRIO SOBRE

A INFLUÊNCIA

DA ILUSTRAÇÃO NAS PUBLI-

CAÇÕES PERIÓDICAS

CONCLUSÃO

Introdução

Nesta segunda parte, pretendo apresentar uma análise de uma investigação sobre a *Influência da Ilustração nas Publicações Periódicas Portuguesas do século XIX* e até actualidade.

Este estudo tem como objectivo ser uma fonte de investigação para estudiosos sobre *design* gráfico e ilustração (neste âmbito incluí alunos, professores e outros curiosos). Uma mostra do que é feito em Portugal e as influências políticas, económicas e socioculturais.

De ponto de vista histórico e cultural, mesmo sendo muito voltada e limitada para a temática religiosa, o século XVIII teve o seu marco no que diz respeito à ilustração.

O século XIX é uma referência de um período neoclássico e romancista, estilo oriundo de países como a Alemanha, França e Inglaterra, com temas históricos, religiosos e pitorescos (cenários da vida local).

O século XX é marcado pelo desejo de ruptura com a cultura clássica e mundana, pela influência da evolução e força da indústria e da urbanização.

Muitos artistas e outras figuras da cultura portuguesa direccionaram o discurso poético artístico/ revolucionário para o moderno, agitando drasticamente uma sociedade que se encontrava politicamente instável, confrontada com a mudança queda da monarquia e a implantação da 1ª República (em 1910); mais tarde, com a depressão, a comunidade culturalmente antes vista como rasa devido à Primeira Grande Guerra (em 1914), “sofre” uma guinada na vertente artística, conduzindo-a finalmente ao progresso.

Daí nasce a ilustração, com crédito às grandes artes como a pintura. Da disputa entre a ilustração e a fotografia até à junção

das duas formas de representar o mundo e metamorfoseando-o para outra dimensão, afastando do realismo pictórico das duas vertentes e aproximando-se do abstraccionismo, e outras correntes vanguardistas.

Por fim, entre o século XX e XX, existe um ponto de viragem enorme, em que existe uma clara evolução nas temáticas abordadas, novos estilos de representação, como também na técnica de produção gráfica, que deixam de ser mais rudimentares pela influência da tecnologia; uma transição da simplicidade estética que iniciou em 1915 com exemplos de publicações periódicas como a revista *Orpheu*, salientado autores como Almada Negreiros, até chegar a suplementos como o jornal *i* e o jornal *Diário de Notícias*, criando uma geração de ilustradores comerciais e independentes que espelham a actualidade, como o caso de Mariana a Miserável, Nuno Saraiva e André Carrilho, por exemplo.

O ilustrador Nuno Saraiva, na sua entrevista à *Time Out* (26 Outubro 2017) revela que “nós, criativos do visual, temos esse dever de levar aos contemporâneos a mensagem pela imagem, de contar a História, de quebrar tabus, ver como isso contaminou as gerações.”

Para Mário Moura (2008), “(...) o mais comum é um ilustrador trabalhar para editores e jornalistas cuja única preocupação é preencherem, de uma forma ou de outra, as páginas. Deixados de lado, os ilustradores têm agora todo o tempo do mundo para experimentar. Podem dedicar-se ao mercado alternativo da ilustração de autor, afinando no processo o seu talento. (...)”

Para a ilustradora Mariana Xabo (2008) “actualmente a ilustração tem sido considerada como um elemento pictórico que transcende a sua função tradicional, podendo, em certos casos, ser considerada um conteúdo independente. Isso fica especialmente evidente quando consideramos o papel da infografia nas publicações atuais. Ou seja, a possibilidade de maior integração entre texto e imagem, ou o uso da imagem de forma independente.”.

Além do estudo conceptual do que é a ilustração, das duas publicações periódicas que vão ser analisadas, pretendo seguir o método exercido por Susana Maria Sousa Lopes Silva (2011), no seu estudo - “A Ilustração Portuguesa para a Infância no Século XX e Movimentos Artísticos: Influências Mútuas, Convergências Estéticas” - para fazer a observação, uma vez que considero ser um dos métodos mais preciso no que diz respeito à análise de ilustrações.

Os campos da análise são:

Tendências Estéticas

Análise de Obra

2.1. Tipo de Ilustração

a) Realismo estilizado

b) Referências visuais

- c) Abordagem da ilustração em conformidade com a notícia
- d) Estudo geral do conceito
- 2.3. Recursos para a representação do espaço real de acção
 - 2.3.1. Uso de perspectiva rigorosa
 - 2.3.2. Outras estratégias
 - a) Colocação dos elementos visuais na página
 - b) Sobreposição
 - c) Dimensão
 - d) Pormenorização do desenho
 - e) Valor lumínico
 - f) Figura/fundo

Além da revisão de literatura sobre a História da Ilustração nos últimos três séculos e da observação comparativa dos dois jornais mencionados acima, este estudo de caso também contém uma análise dos resultados de um inquérito elaborado a 50 pessoas (25 inquiridos para o jornal *i* e 25 inquiridos para o jornal *Diário de Notícias*), sobre a *Importância da Ilustração nas Publicações Periódicas*. Nesta análise estão incluídas as entrevistas a ilustradores como, Mariana a Miserável (ilustradora independente) e Óscar Rocha (do jornal *i* e do jornal *Sol*).

2.2. O QUE É A ILUSTRAÇÃO?

Introdução conceitual

Uma ilustração é uma forma de relatar um assunto enfatizando-o para o visual com imagens que podem ser exibidas em vários formatos de publicação como: revistas, calendários, produtos de comércio, entre outros.

Um ilustrador, capacitado para as finalidades descritas anteriormente, pode, como refere Laurie Adamson - com a alcunha de "Admin"- (2016), "utilizar o desenho, fotografia, esboços ou pinturas para criar imagens."

Uma das vantagens da abordagem da ilustração é que os ilustradores podem atribuir uma identidade às personagens ilustradas, o que ajuda o público alvo na percepção do tema com referências textuais ao retratá-las mais do que uma forma. Ao mesmo tempo, reforça o significado do texto com a ligação dos termos e assuntos complexos às imagens.

A sua origem remonta à era pré-histórica e foi utilizada para descrever a vida nas cavernas. Estas ilustrações têm o seu marco, pois na época em que foram empregadas não existiam outras formas de expressar artisticamente. Após esta fase mais rudimentar, o traço da ilustração sofreu alterações utilizando a madeira como suporte de criação artesanal, descobertas na China e no Japão.

Na época do Renascimento (no século XV), os livros foram disponibilizados em gravura. No século XVIII, observou-se o desenvolvimento da ilustração devido à introdução da Litografia. "A Idade de Ouro" do género durou desde o século XVIII até à Primeira Grande Guerra Mundial" e voltou a surgir na era moderna.

Para a sua distinção, exigem variantes para diferentes áreas artísticas: O Desenho Tradicional; a Ilustração Digital; a Ilustração Gráfica; a Ilustração Publicitária; a Infografia; a Ilustração Editorial; a Ilustração para Infância; Design de Personagens; a BD e/ou Novelas Gráficas e por fim, a Ilustração Científica.

O artista plástico Gil Maia (2002, p. 3) refere à ilustração como sendo um mecanismo comunicativo que nos faz confundir a "percepção com interpretação sempre que faz as suas apresentações" e que ela "verte o tempo no espaço, isto é, espacializa o tempo, (...) confunde a percepção e a interpretação (...) introduz o espanto na leitura. Acorda a luz. Acorda com luz (...) a ilustração lida com o ilegível, aquilo que se oferece e escapa aos sentidos".

Os vários tipos de ilustração contêm parâmetros que se apresentam como livre de uma forma constante e, facilmente,

difunde-se entre Arte e *Design*, tanto erudita como moderna, perdendo a suas margens de definição/ conceito, e tal como Sunsana Lopes Silva (2011, p.21) indica, são “rigorosamente definidas”, pois, o moderno já não se difere da elevada e baixa cultura, dando a possibilidade de conhecer a “inovação e a evolução”. Como tal, não é algo tão extraordinário a observar: um grande revivalismo do que é feito na ilustração. Neste campo, passamos para uma “época de Renascimento da ilustração na era contemporânea”.

Acrescenta que (*ibidem*, p.21, 2011) “a Ilustração aparenta ser, actualmente, uma arte que se constitui como um atraente território. Podemos compará-la a um organismo que possui uma capacidade de adaptação e uma mobilidade que, além de lhe conferirem capacidade de sobrevivência conferem-lhe uma vitalidade estimulante. O seu campo conceptual é bastante flexível e essa tem sido uma das suas virtudes.”

2.2.1. Ilustração no século XIX

Do universo das publicações periódicas, a ilustração surge em meados do século XIX (1826 -1828), com o exemplo de publicação *Borboleta*, no Porto, utilizando a técnica de xilogravura.

Januário Peres Furtado, foi uma publicação de carácter científico que apresentou algumas litografias de Vilanova, sobre anatomia humana. Aqui, a qualidade estética não era priorizada e a precisão técnica exigia o maior cuidado. Como afirma João Carlos de Vilhena e César Mesquita (1997), “Esta obra afigura-se muito importante, uma vez que foi a primeira publicação periódica nacional de carácter científico que empregou ilustração como meio de facilitar a apreensão de conhecimentos, através da visualização de imagens oferecida aos seus leitores.”

Mais tarde, o Jardim Portuense, o Jornal das Bellas-Artes - em que Almeida Garrett foi o seu mentor e um dos seus redatores; *O Instructor Portuense* - publicação no dia 1 de Janeiro de 1844 - cada litografia ocupa a totalidade da página com temáticas predominantes como a paisagem e cenas do quotidiano. O *O Diário de Anúncios*, periódico portuense de carácter comercial, que se publicou de 8 de Fevereiro de 1845 até 2 de Junho de 1845, apresentou no seu nº 45, de 3 de Abril de 1845 uma xilogravura, espécie de vinheta com representação humana. A qualidade da mesma é fraca, quase “primitiva”; *Gazeta Médica do Porto*; *O Pharol Transmontano*, o jornal literário *O Ilustrador*; *O Jardim das Damas*; *O Besouro*, que foi um periódico publicado em Lisboa que apenas teve um único número, de 22 de Abril de 1849; títulos como *O Óculo*, *O Besouro*, *A Fonte* e agora em *O Pirata*, constituiu o início do uso da caricatura de uma forma efetiva, a qual, pouco a seguir, se tornou sistemática, como crítica social e política da vida portuguesa; e conheceu grande valor artístico e aceitação por parte do público leitor, através de autores como Francisco Augusto Nogueira da Silva, Rafael Bordalo Pinheiro, Sebastião Sanhudo, Julião Machado, Jorge Cid, Tomás Júlio Leal da Câmara, Jorge Colaço, entre outros.

É difícil caracterizar a evolução das ilustrações nas publicações periódicas em Portugal sem referir o progresso da tipografia durante a era da expansão marítima na dinastia de Afonso V - um apreciador das artes literárias e científicas - que presenteou à cultura portuguesa um pouco da influência tipográfica francesa. Portugal estava culturalmente atrasada, como refere João Carlos de Vilhena

e César Mesquita (p.10, 1997) pois vivia numa “época de transição entre a Idade Média e o Renascimento nascente”.

Mais tarde, por influência de judeus distantes da atmosfera da aristocracia, e em contacto com judeus de Espanha, os tipógrafos Samuel Gacon, Eliseu Toledano, Samuel e Abraão d’Ortas, realizaram as primeiras impressões em hebraico destinada unicamente à comunidade judaica. Mais tarde, D. Manuel decide expulsá-los do país... Tiveram o seu marco no pioneirismo tipográfico nacional. Depois dessa fase, os germânicos começaram a deixar marcas na vertente tipográfica portuguesa, destacando tipógrafos como Valentim Fernandes João Gherlic, Nicolau da Saxónia e Jacob Cromberger.

Para Maria João Cardoso e Cunha (2008, p.15) “(...) o período de Seiscentos, até à Restauração, foi marcado pela decadência da produção tipográfica. (...) As dificuldades económicas são enormes, o jugo castelhano difícil de suportar, as constantes cargas fiscais que sobre nós recaiam provocaram um grande desinvestimento, o que fez aumentar um sentimento generalizado de hostilidade e revolta para com os espanhóis. “ .

Enquanto que para Susana Maria Sousa Lopes Silva (2011, p.25) “(...) até à invenção da escrita, pequenos esboços semânticos sobre fragmentos de osso e a sua evolução para pictogramas e mitogramas associou a imagem à produção de informação ou de comunicação utilitária. No entanto, o aparecimento da escrita levou a uma transferência da função de comunicação utilitária para a palavra, libertando a imagem dessa função e disponibilizando-a para as funções expressiva, representativa e poética. Neste momento, o texto assume-se como linguagem oficial, relegando a imagem, durante muito tempo para um papel de subordinação ao texto.”

2.2.2. Ilustração no século XX

Já no início do século XX, temos não só uma panóplia de referências de publicações periódicas com também de artistas como Rafael Bordalo Pinheiro (1846-1905), que produziu várias ilustrações na técnica de litografia, pequenos desenhos para almanaques, bandas desenhadas, publicidade e revistas estrangeiras como *El Mundo Comico* (1873-74), *Illustrated London News*, *Ilustracion Española y Americana* (1873), *L’Univers Illustré* e *El Bazar*.

Além de caricaturas que fez para várias personagens comediantes, o que alcançou maior êxito foi a figura de Zé Povinho, um “meio de pessoa” que arranjou para representar o povo português, sem deixar de beber do sentido de humor.

Oriundo de família de artistas, Rafael Bordalo Pinheiro desde cedo comprova a sua aptidão artística. Depois de frequentar o Curso Superior de Letras e na Escola de Arte Dramática (que mais tarde acabou por desistir), tenta orientar-se na vida de artista plástico, participando em exposições que foram publicitadas pela Sociedade Promotora de Belas-Artes, apresentando composições realistas. Também participa na sétima exposição, com sugestões de aguarelas de inspiração nos hábitos e figuras populares portuguesas, principalmente a comunidade campestre.

Em 1870, após a participação n' *O Dente da Baronesa* (uma comédia de intuito propaganda de Teixeira de Vasconcelos) ganha destaque como humorista gráfico. No mesmo ano, publica a primeira série da coleção *A Berlinda*, a revista *Binóculo*, e publica o álbum *Calcanhar de Aquiles*.

O suplemento *Calcanhar de Aquiles* apresenta-se ser um álbum de caricaturas das figuras mais importantes da literatura portuguesa - lisboeta e contemporânea. O álbum foi dividido por dois fascículos.

A coleção *A Berlinda* (que surge a 5 de Julho de 1870), como refere Daniel Sérgio Fidalgo (2015, p.60), “ é composto por sete grandes folhas, todas estas subsituadas “reproduções d'um álbum humorístico ao correr do lápis”, “a primeira intitulava-se *Os fossadores de patriotismo*, a segunda *Ainda os fossadores de patriotismo*, a terceira por sua vez intitulava-se *Carta Burlesca da Europa*, esta a única folha colorida da coleção e publicada em mais três edições e também traduzida para francês. “

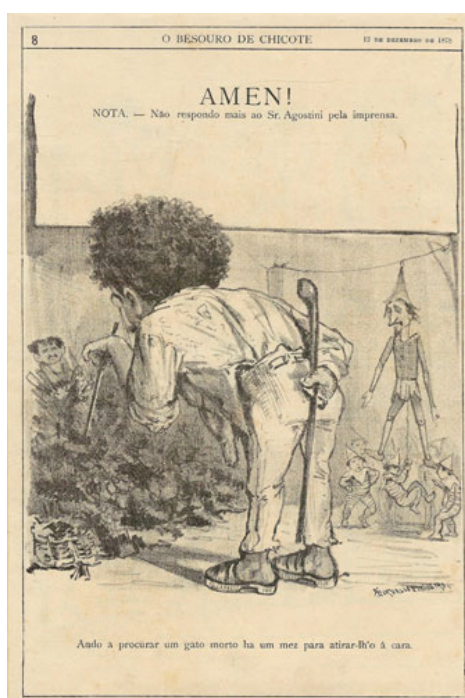


Fig.61 | Frontispício d' *O António Maria* (litografia colorida) publicada em *O António Maria*, 1884 - Rafael Bordalo Pinheiro

Se houve alguém capaz de reflectir todo o frenesim artístico e cultural próprio da revista *Orpheu*, da revista de prolongada no Portugal Futurista, de 1917 e noutras publicações, com o seu desejo de ruptura e a sua vontade de abalar as consciências burguesas mais comodamente instaladas, foi sem dúvida José Almada Negreiros (1893-1970).

De facto, esse estranho “meteoro” com o nome de *Orpheu* significou uma nova atitude considerada “lepidoptera” e fazendo ir pelos ares o peso de uma serenidade institucional contra qual os mentores da revista se situavam.

Artista plástico e escritor que apresentara multifacetado, arauto do futurismo e das vanguardas, fascinado pelo ritmo febril das grandes cidades, Almada irradiou e continua a irradiar uma energia e uma força vital pouco frequentes na cena cultural portuguesa, qualidades que o levaram a repartir-se literalmente pela poesia, mas também pela prosa, pelo teatro e outras artes performativas, com uma intensidade de intervenção pública à qual não era possível ficar indiferente, manifestando-se igualmente através da redacção de manifestos de grande impacto, como no caso do célebre *Manifesto Anti-Dantas*, no qual ridiculariza a figura do escritor Júlio Dantas.

Ilustrou vários cartazes para peças de teatro, uma das grandes referências é o *Um homem casado, ABC a Rir*, isto em 1921. Várias capas para o jornal mencionado anteriormente, o *Panorama* (1941); almanaques, além de auto retratos e esculturas feitas em alumínio. Tal como Rafael Bordalo Pinheiro, também ganhou destaque por representar figuras do circo - os saltibancos - eram figuras com alguma carência económica; nómadas; populares; muito à margem da sociedade e tinham como objectivo entreter e caricaturá-la. Os artistas elegeram-nos como símbolos emblemáticos exagerados de uma humanidade que queriam representar, por oposição ao simbolismo, ao naturalismo e ao retratado na alta burguesia que caracterizava grande parte da pintura do século em estudo, sendo assim, um participante de uma maneira estridente e irrepetível em tudo isso a que chamamos, às vezes demasiado pomposamente: *A Cultura do Século XX*.

Na década de 40, sentia-se uma enorme vontade de levar a profissão de grafista avante. Luiz Moita, em 1935, na obra “O Problema das Artes Gráficas”, defende que “O acaso, o arbítrio das circunstâncias concorrentes no meio, essa aspiração comum a quem solicita um emprego ‘em qualquer coisa’, dominam completamente este lado, tão importante, da questão das Artes Gráficas. Raro será aquele compositor ou impressor que tenha vindo para o seu ofício por aquilo a que dantes se chamava ‘a vocação’”. Daí nasce a importância de criação de escolas profissionais de artes gráficas em Portugal, como afirma Ana Maria da Silva Barros Quintas (2014, p.259), era onde garantiam conhecimento técnico e científicos aos candidatos a tipógrafos e gráfistas e “impediria o ingresso na profissão gráfica”, com um conjunto de profissionais com

experiência, capazes de fazer elevar a classe “quebrar o ciclo de uma vida “casualmente atirada para a frente dos caixotins do tipo das máquinas de compor e de impressão.”; além da parte técnica/gráfica, humana e económica, tinham como função (*ibidem* p.261, 2014), “compreender os seus defeitos, condicionalismos e vulnerabilidades permite-nos lançar alguma luz sobre as circunstâncias de produção dos objectos gráficos concebidos na década”.

Fundados na segunda metade do século XIX: o *Diário de Notícias* (1865) e *O Século* (1881), foram os jornais portuenses que mais destaque teve na época- mas só na zona do Porto - mais três , também de origem oitocentista: *O Comércio do Porto* (1854), *O Primeiro de Janeiro*(1869) e o *Jornal de Notícias* (1888), mas como José-Augusto França declara em *O Ano X*, estes, como refere Ana Maria da Silva Barros Quintas (*ibidem* p.259, 2014) “não tinham grande destaque na capital, apesar dos três terem lá sucursais”.

O projecto do *Diário de Notícias* foi apresentado ao público a 29 de Dezembro de 1864. O primeiro número em 1 de Janeiro de 1865. Foi publicado inicialmente com o título de *Comércio*, mais tarde (em 1856) passou para *O Comércio do Porto*, sendo para Ana Maria da Silva Barros Quintas (*ibidem* p.260, 2014) “generalistas de conteúdo, sem filiação política, embora nenhum deles questionasse a política do regime e, em alguns casos, como o *Diário de Notícias*, a apoiassem sem reservas.”.

No século em estudo (século XX), o uso da temática religiosa ilustrada passou para jornais como a *Novidades* (1885 e 1924), *A Voz* (1927), e outros suplementos com temáticas mais abrangentes, como o *Diário da Manhã* (1931) - todos eles matinais.

Os jornais da tarde englobava a *República* (1911), o *Diário de Lisboa* (1921), o *Diário Popular* (1942) - com a direcção de António Tinoco e tinha como principal objectivo ser “um jornal de grande informação” e ajudar na “preparação do homem para um novo humanismo”, como anunciava no editorial do primeiro número.

Voltando aos jornais regionais, em 1945 o público português passa a familiarizar-se com *A Tarde* (que era uma propriedade do *Diário de Notícias*), que tinha como interesse relatar a vida da classe trabalhadora. No seu editorial - *Esta Página* - vinha a informação a clarificar o seu interesse como: “trabalhar pela valorização física , moral e intelectual do operário”; “ dar o contributo para que termine de vez a miséria imerecida dos trabalhadores). A situação dos trabalhadores nas fábricas eram miseráveis, com trabalhos de alto risco, sobre horas a fio, e em condições humanas miseráveis, que lutavam a favor da emancipação social.

Não tinha qualquer intenção política e tinha a coordenação e ilustrações de Júlio Pomar, um dos pioneiros do neorealismo português. As suas ilustrações eram de cores planas, muito “disciplinada” e forma geometrizada, fazendo lembrar o cubismo de Picasso, a expressão de Santa Rita Pintor, e o movimento sinuoso de Giacomo Balla. Também publicava ilustrações do outros artistas

como Victor Palla, Arco, Fernando José Francisco, Pedro Oom, Alfredo Ângelo (responsável pelos artigos de arquitectura), entre outros. Tinha a periodicidade semanal, quinzenal e mensal, entre jornais culturais, científicos, ilustrados, humorísticos e desportivos.

Dos jornais culturais, tinha como destaque *O Diabo* (1940) - um semanário de literatura e crítica de esquerda. Tinha como director Manuel Campos Lima e outros colaboradores especializados ligados à oposição, entre eles Álvaro Cunhal, Fernando Piteira Santos, Abel Salazar, Adolfo Casais Monteiro, Joaquim Namorado, Rodrigues Miguéis, Beto de Jesus Caraça, entre outros...

Um jornal totalmente oposto, de idealismo de direita, foi a *Acção* (1941) - da Editora Império, dirigido por Manuel Múrias até 1946, depois por Marques Mano de Mesquita. Tinha como objectivo, além de combater a oposição e defender os ideais do regime, também queria enaltecer o povo português e um grafismo de qualidade. Era dividida por 6 secções: literatura, teatro, artes plásticas, contos e poemas, todos eles ilustrados em grandes números. Neste caso, as ilustrações tinham pouca qualidade por dificuldades financeiras.

Teve ilustradores como José Lemos, que foi mais um accionário na *Acção Infantil* (páginas de humor); António Dacosta (1941); Emmerio Nunes - desenhos humorísticos de forte "pendor político" e Júlio Sousa, com caricaturas de secção de cinema.

Outros jornais de esquerda foram: o *Horizonte* (1942), de vanguarda neo-realista, de formato aproximado do A2, de grafismo cuidado, que acabou por ter um aumento do número de páginas (em 1943) de maneira a atrair o público alvo estudantil; *O Globo* (1943) antigo *O Comércio*.

Muitos artistas surgiram com a corrente vanguardista dos anos 60/70, como: João da Câmara Leme (1930-1983) - Ilustrou capa de revistas como a *Contemporânea*, editada por José Pacheco. Nos finais dos seus 50 anos de idade, decidiu assumir-se como editor da *Portugália*.

Como garante Pedro Piedade Marques (2015, p.7) foi tão moderno quanto "Roy Kuhlman da Grove Press, Celestino Piatti da alemã DTV ou Eugénio Hirsh da Civilização Brasileira: *designers* que, nesses anos conquistaram a confiança das casas editoriais de prestígio e criaram para elas o seu trabalho mais reputado."

Pedro Piedade Marques (2015) afirma no prefácio do livro dedicado às suas obras, que o artista/ *designer* é uma "referência central da primeira onda da revolução do *paperback* em Portugal: capas como a de *Barco Sem Âncora* (de 1963)."

Caracteriza o observável "traço nervoso e modulado" e salienta a fidelidade de "figuração" de alguns elementos; "um jogo de linhas e formas coloridas" de estilo Neo-Realista, como na capa da publicação *Fanga* (data descinhada). Atribui ao estilo uma característica peculiar como sendo "jazzy" (rico em cor), "urbano subtil", complexo, de lirismo "tocante/ telúrico" como se pode

observar em alguns retratos; tipografia expressiva e desenhada: João Abel Manta (1988 -), um dos cartoonistas portugueses com mais destaque na década de 60/70 muito comparado com Bordalo Pinheiro, com cartoons de carácter mordaz, ironizando a sociedade e política portuguesa, principalmente, na fase da queda da ditadura e implantação do de regime democrático. Publicou em jornais como o *Diário de Lisboa*, o *Diário de Notícias*, *O Jornal* e o *Jornal de Letras*; Júlio Gil (1924 - 2004) - que iniciou a carreira de cartoonista ao ilustrar as publicações oficiais da referida *Organização*, durante a época da *Mocidade Portuguesa*. Tem obras publicadas nas edições como *As Aventuras do Chico*, na *Revista Camarada* e na *Verbo Editora*.

A revista *Guião: cristandade, lusitanidade, ordem social* em 1957 refere e homenageia Júlio Gil da seguinte forma:

“Ilustrador de grande merecimento, dotado de uma maneira muito pessoal, revolucionária e presente, tem ilustrado centenas de assuntos, criando, inventando, desenhando às mãos cheias por livros, jornais e revistas. É, atualmente, aluno da Escola de Belas Artes de Lisboa e talvez caiba à Mocidade essa sedutora responsabilidade. O Júlio Gil está a começar – e bem. Não é ainda aquilo que queremos que seja – mas daqui a alguns anos, quando ele for o ‘arquiteto Júlio Gil’, seja de facto aquilo que queremos”.

Bernardo Marques - (1868-1962) - faz parte da segunda geração de pintores modernistas portugueses . Como afirma António Rodrigues (p.15, 1999) “foi gráfico a tempo inteiro ao longo de quatro décadas, numa produção vasta e marcada pelo ritmo acelerado das publicações periódicas. A sua obra traduz uma sensibilidade aos sucessivos gostos gráficos dos anos 20, 30, 40 e 50, e uma elegância sem esforço na gestão dos mesmos.”.

Ilustrações de desenho expressivo, muitos deles a tinta da china, representando figuras e paisagens rurais e urbanas.

Embora o surrealismo tenha surgido de uma forma comedida em Portugal, nos anos 60 já era visto como “gasto e envelhecido”. Uma dos artistas que mais deu uso da corrente de vanguarda foi Maria Keil (1914 - 2012) - em que as obras apresentam-se com uma linguagem gráfica moderna, de traço livre, tendencialmente geometrizado de uma forma simples e de narrativa onírica.

Cor plana e como afirma António Rodrigues (1989) “ (...) Uma lógica visual de redução de obstáculos, de supressão de artifícios formais, no sentido da clareza, quase transparente, da imagem”. Esse desejo de clarificação está presente no autorretrato de 1941, dominado pela “presença arquitetónica” da figura, que funciona como eixo da composição, controlando e dominando “a sua própria presença, mediante a discreta teatralidade dos pequenos gestos”.

Os artistas procuravam o abstracionismo na pintura e teve as suas influências na arte de ilustrar. Mas “ a palavra/ideia de vanguarda artística entrava na ordem do discurso estético ora de modo desconfiado, ora apologético. Para Isabel Nogueira (p.82-83, 2013) ‘vanguarda’ seria uma “palavra perigosa” para ‘pronunciar

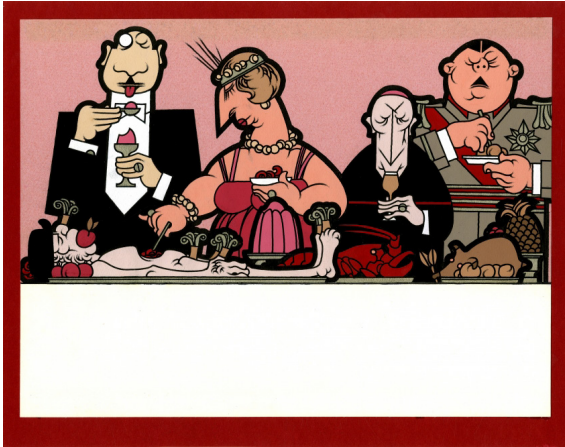


Fig.62 | *Buffet Froid* (desenho e guache 325 x 400mm, de 1976/77 - Coleção Museu de Lisboa|EGEAC, João Abel Manta.

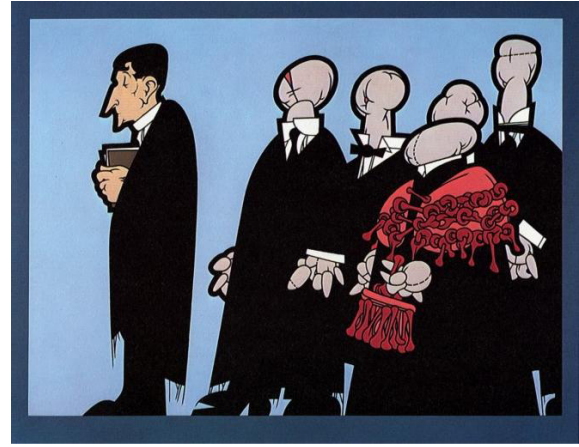


Fig.63 | *As Idades de Salazar* (1978), de João Abel Manta.



Fig.64 | *Barca Bela, Folhas Caídas* (1955), de Maria Keil.

baixinho'. A arte de vanguarda seria inequivocamente contestária face ao estatismo e às suas consequências, concentrando-se como uma vivência nova.”

Na década de 80, priorizou-se a utilização do sentido de humor mais, Isabel Nogueira (*ibidem* 2013, p.98) considera que a “eliminação da distância entre o criador e o receptor, a valorização do efêmero, de tudo o que envolvia e do carácter pedagógico da arte de vanguarda”.

2.2.3. Ilustração nos anos 90

Na década de 90 podemos observar a evolução da computação gráfica no panorama da ilustração, apesar de ter surgido no final dos anos 50 - com o objectivo principal de estudar métodos e técnicas de modelação, visualização e animação de imagens em duas dimensões, com a conversão de dados para um dispositivo gráfico através do computador.

O desenvolvimento da tecnologia de, como afirma Maria João Cardoso e Cunha (p.42, Lisboa, 2008), foram “integrados na década de 70 que veio permitir a diminuição de custos facilitando o acesso aos computadores” mais o aparecimento de aplicações (como editores de texto, editores gráficos, processadores de imagem, base de dados, entre outros.) foram fulcrais para o desenvolvimento da computação gráfica.

A computação gráfica temo característica uma ciência multidisciplinar que envolve geometria, matemática com a finalidade de criar uma linguagem, que para Maria João Cardoso e Cunha (*ibidem* p.43, 2008) era “ capaz de ser interpretada e processada por um sistema informático através de algoritmos que permitam a representação de formas e a sua manipulação”.

Um grande auxiliar de ilustração digital, decorreu-se em 1984 com o surgimento da *Apple Macintosh*. O computador veio revolucionar o mercado dos computadores pessoais, “munido de interface gráfica”, facilitando o acesso a documentos ou elementos através de um simples clique com o rato. Outro sistema de *software* renovador e concorrente da *Apple Macintosh* foi a *Microsoft Windows*, que fez “proeza semelhante com uma interface gráfica criada pela “IBM computers”. As ferramenta de trabalho computacional veio facilitar a produção e a reprodução de ilustrações de jovens ilustradores da época. Podiam digitalizar, com o “*scanner*”*, e passar as ilustrações para o computador, alterá-las ou manipulação no *software* de imagem.



Fig.65 | Ilustração para a capa do livro *Teatro* (editado pelo Pato Lógico, com texto de Ricardo Henriques), de André Letria.



Fig.66 | *A ministra e o déficit* (*Expresso*), de Cristina Sampaio.

* **Scanner** - «Scan significa em inglês, olhar de perto, esquadrihar. Scanner é o nome dado a qualquer aparelho destinado a “esquadrihar”, sequencialmente, determinado objecto ou determinado fenómeno, ponto por ponto, linha por linha, frequência por Frequência, o que, na nossa língua, se diz rastrear.»

Uma das ilustradoras que usufruíram da técnica de ilustração digital foi Cristina Sampaio (1960 -) - Lisboa de raiz, Cristina Sampaio formou-se em pintura na Faculdade de Belas Artes de Lisboa em 1985, e em 1986 já projectava cartoons para inúmeras revistas e jornais em Portugal (o jornal *Expresso*, por exemplo não só como ilustradora, mas também como infografista) e o estrangeiro. Em 1987 começou a ilustrar livros infantis e trabalhando em cenografia, multimédia e animação.

As suas ilustrações já fizeram partes de exposições colectivas individuais, não só em Portugal como em países como Brasil, Alemanha, França, Canadá, entre outros.

Outros artistas como André Letria - (1973 -) - que nasceu em Lisboa e trabalha como ilustrador desde 1992. Já nos prémios obtidos, destacam-se alguns como: o *Prémio Gulbenkian*, o *Prémio Nacional de Ilustração*, um *Award of Excellence for Illustration*, atribuído pela *Society for News Design* (EUA), medalhas de prata e bronze do *Children's Book Annual*, da revista americana 3x3, entre outros.

Tem também alguns livros publicados em vários países como os Espanha, Brasil, EUA e Itália. Já participou em exposições como a Bienal de Bratislava; a Exposição de Ilustradores da Feira de Bolonha; Sarmede ou Ilustrarte. Produziu filmes de animação e fez cenários para teatro. Em 2010, criou a editora Pato Lógico; e André Carrilho - (1974 -) - é um designer, animador, cartoonista e artista, nascido em Lisboa. Já ganhou prémios nacionais internacionais e tem já exposto alguns dos seus trabalhos em países como o Brasil, China, República Checa, França, Espanha e EUA, além de Portugal.

Em 2002, ganhou o Prémio de Ouro para o *Illustrator's Portfolio* (EUA), um dos mais prestigiados prémios do mundo.

É o ilustrador oficial do jornal *Diário de Notícias*, já tem publicado para periódicos como *The New York Times*, *The New Yorker*, *Vanity Fair*, *New York Magazine*, *Standpoint*, *Independent on Sunday*, *NZZ am Sonntag*, *Word Magazine*, *Harper's Magazine*, entre outros.

Em 2004, começou a desenvolver ilustrações interactivas para o músico/ *dj* Nuno Correia, intitulado Video Jack. Dirigiu ainda um pequeno filme de animação chamado "Jantar em Lisboa", com roteiro e música de JP Simões.

Com o produtor e escritor João Paulo Cotrim, criou, em 2008, um projecto de animação editorial designado *Spam Cartoon*, com a colaboração de ilustradores como Cristina Sampaio e João Fazenda. Foram dos ilustradores que conseguiram e ainda prevalecem na mistura da técnica de ilustração tradicional com a digital, sem uma enorme referência a muitos ilustradores que começaram a carreira depois deles, como: Alice Geirinhas, António Jorge Gonçalves, André da Loba e Nuno Saraiva. No panorama da ilustração para publicações periódicas, destaca-

se Henrique Cayatte (1957 - -) - foi um grande colaborador da revista *Expresso* (1973 - -), e na data o jornalista Vicente Jorge Silva convida-o para elaborar o jornal *Público*, jorna qual foi "fundador, editor gráfico, e autor de design de design de toda publicação e suplemento do jornal *Público*".

Em 1991 fundou o Atelier Henrique Cayatte, onde desenvolve projectos de *design* na vertente cultural científica e educativa, ilustração editorial "bem como assessoria de comunicação".

Cayatte tem feito alguns comissários sobre exposições de *design* (como a *Lisboa Capital Europeia da Cultura '94*) e escrito sobre temas associados à área. Além disso, tem sido um forte apoio como "comissário e autor do *design* global da exposição 1990/2004 *Arquitetura e Design de Portugal*, Trienal de Milão; autor de uma crónica semanal na rádio sobre *design*, na T.S.F., editado pela revista *Graphics* (1996) e entre 1995 e 2001 dirigiu o *Seminário Avançado de Design de Comunicação do A.R.C.O.*"

Na área da informação e comunicação, Henrique Cayatte foi designer dos periódicos *Ler* e *Egoísta*; autor no *Diário de Notícias*, *O Jogo* e *TV Guia*. Também foi o *designer* do novo modelo de Passaporte Electrónico Português e do Cartão de Cidadão.

Leccionou como professor convidado na Universidade de Aveiro, "foi também um dos coordenadores de pós-graduação em Design Urbano da Faculdade de Belas Artes de Lisboa e Centro Português de Design.

Entre os vários prémios já recebidos, destacam-se: *Award of Excellence 2002, 2005 e 2009 da Society of News Design (EUA)*; medalha de prata da SND, Espanha (2009); *Prémio Stuart de Desenho de Imprensa*, categoria Cartoon, (2006 e 2010); 1º Prémio de cartoon editorial do *World Press Cartoon* (2007) e *Menção Honrosa* (2009).



Fig.67 | Ilustração para a revista *Egoísta*, de Henrique Cayatte (sem data).

2.2.4. Ilustração no século XXI

Um dos grandes colecionadores de ilustração e especializado na direcção de arte para design editorial é Jorge Silva - director e designer da Almanaque Silva.

Foi director de arte do Combate, um jornal político "trotsquista" (entre 1978-2003). Foi também nesse jornal que iniciou uma "estimulante e duradoura ligação à ilustração editorial".

Foi director d'O *Independente* (de 1991-2000). Colaborou (entre 1988 a 2001), com o Salão Lisboa - uma mostra de banda desenhada e ilustração organizada pela *Bedeteca de Lisboa*.

Foi dirigente na área de edição do *Salão*, com peças de *design* como catálogos gerais e temáticos - um exemplo é o da *Ilustração Portuguesa: 1998, 1999, 2000, 2001, 2002 e 2004*; mais a *Colecção de Imagens de Bolso*, sobre André Ruivo e André Carrilho, e por fim, o *El Alma de Almada El Impar*, sobre Almada Negreiros.

Criou e foi directo de arte dos suplementos *Y* e *Mil Folhas* para o jornal *Público* (ENTRE 2000-2001). O *Mil Folhas* era um suplemento essencialmente dedicado à ilustração.

Também foi director de arte das revistas *20 anos* (1997-1998), e o *Ícon* (1999-2001). Entre 2002-2004 fez parte da revista *Pública*.

Já em 2000, foi convidado para a remodelação da revista *LER* e em 2001 criou o atelier *Silvadesigners* para desenvolver a revista *LX Metrópole*, da Parque *Expo*. Em 2007 aceitou o desafio de ser o director de arte do *Grupo Editorial Leya*, que manteve até em 2010.

Jorge Silva também já trabalhou como ilustrador, entre 1986 e 1994. Para além do *Combate*, publicou no *Contraste*, *O Independente*, *Expresso* e *O Jornal*.

Teve uma exposição individual na casa da memória, em 1991. Organizou exposições, com os catálogos elaborados - ilustrações do *Combate*, isso em 1990, na *Livraria Assírio e Alvim*, um ano depois na *Galeria Monumental*, e em 1998, participou na *Bienal de Vila Nova de Cerveira*.

Fez uma mostra com cerca de 12 ilustradores, no *Salão Lisboa*, na *Bedeteca* e a exposição *Anos 90*. Foi o designer responsável pelo *design* de livros-catálogos dos ilustradores Brian Cronin para *Arco/ Casa da Cerca* (2008); Isidro Ferrer, para o *Farol de Sonhos*

* **Offset** - Processo de impressão litográfica. "Foto, porque tanto a produção de fotolitos - película que compõem a montagem, ou seja a matriz transparente da qual são transferidas para a chapa de impressão os elementos de imagem e de texto a serem impressos - como essa própria transferência, o transporte, passam por processos fotográficos"



Fig.68 | *Terrible children* (*Crianças Terríveis*, publicada na Revista Sauda em 2017), de Lord Mantraste.

(2009), e *Wolf Erlbruch* para *Ilustrarte* (2009). Ainda em 2009 comissária e desenha o livro *Combate Ilustrado*, com a história de 21 anos de ilustração no jornal.

Em 2014, já na *Silvadesigners*, foi director da edição de capas de autores como José Saramago, Eduardo Lourenço, Álvaro Siza Vieira, Júlio Pomar, Armando Baptista-Bastos, Mário de Carvalho, Valter Hugo Mãe, Gonçalo M. Tavares, Dulce Maria Cardoso, Lídia Jorge, Almeida Faria, Maria do Céu Guerra, Nuno Júdice e Mia Couto. Como o atelier refere no site, são “capas tipográficas, com impressão a preto sobre cores suaves.”

Numa entrevista que deu à revista *Briefing* (em Maio de 2015) no que diz respeito ao futuro da ilustração, Jorge Silva refere que: “com a estafada crise global e a falta de escala do país, a ilustração portuguesa é um elo fraco na cadeia de produção cultural, e como profissão ou atividade remunerada tem sofrido uma forte redução de valor”.

A maioria dos artistas como Lord Mantraste, tem quebrado com todo o ciclo tendencial na ilustração. Lord Mantraste (1988 -) é o alter-ego do designer e ilustrador Bruno Reis, licenciado na Escola Superior de Artes e *Design*. Para melhor entendimento do artista (ou não), este refere que foi “criado no meio do mato (Nadadouro, perto das Caldas) como um bicho, por um pastor de ovelhas e uma cabeleireira”. Define-se como: “Desarrumado por natureza” e acrescenta “gosto de ver o lado bom das coisas más, acredito na dualidade do ser - a minha outra metade (Lord Mantraste) é a própria encarnação do diabo, talvez por isso procure a iluminação espiritual”.

O seu objectivo é “ser a Nossa Senhora da ilustração e que cada trabalho meu seja um menino Jesus”.

Já fez ilustrações para a *Exposição Colectiva Bibó Porto, Vai no Batalha* (em 2016), e a *Exposição Colectiva Amor Cruzado* (em 2015), outra *Exposição Colectiva Germes Gang* (2018). Também consta no seu portfólio, capas para publicações periódicas e capas de livros como a *Almanaque Saraiva* (Brasil - pois as suas obras é muitas vezes destinadas a publicações estrangeiras); a *Farmácia Portuguesa*; a revista *Sábado* ; o jornal *Expresso*; o *Observador*, entre outros.

As suas ilustrações contêm formas que causam alguma estranheza ao olho humano. Composições com elementos que se mesclam entre si, de tom sarcástico e provocador: tipografia, cor e personagens que desafiam a naturalidade, que moldam um futuro próximo.

André Teixeira e Sara Pita (da RTP *Play*, 2015) referem que “imaginário popular do autor facilmente nos transporta para os locais onde viveu e o misticismo popular, que tantas vezes o perseguiu ao longo da infância, pela mão das suas avós, é uma das suas marcas.” Outros artistas como João Fazenda , investem na ilustração não só para publicações periódicas como também para

animação. João Fazenda é um ilustrador português, com algum trabalho projectado para desenho e animação, banda desenhadas e, como descreve na sua biografia, “um pintor ocasional”. Estudou Design Gráfico na Faculdade de Belas Artes de Lisboa, muito antes de dedicar-se a tempo inteiro à criação de imagens para uma diversidade de histórias e para a imprensa, tanto estrangeira e portuguesas como o *New York Times*, *Wall Street Journal*, *T*; *The New Yorker*; *The Telegraph*; *The Guardian*; *The Scientist*; *Boston Mag*; *Architectural Review*; *El País Semanal*; *NZZ Campus*; *Público*; *Visão*; *Ler*; *Time Out Lisboa*; *EGEAC*; *Caminho*; *Oficina do Livro*; *Abysmo*; *Edições Tinta-da-China*; *Bruáa*; *Assírio e Alvim*; *Calouste Gulbenkian Foundation*; *TAP*; *Instituto Camões*; *Museu da Cidade*; ilustração da capa de álbum dos *Deolinda*, entre outros.

Nos seus projectos, tende a explorar a relação entre o desenho e a narrativa “em seus muitos aspectos”.

Alguns optam por explorar o mundo da atmosfera digital, tal como Gonçalo Viana. Viana iniciou a carreira como ilustrador em 1983, com apenas 8 anos de idade. Ilustrou o seu primeiro livro *O Super Papagaio*, mas desviou-se do artes visuais, ao cursar-se em em arquitectura, em 2002.

As suas ilustrações já marcam uma presença regular em publicações como a *Visão*, *Estante* e *Dinheiro Vivo*. Também tem produzido a nível internacional, para o *New York Times* e a revista *HOW*. Em 2004, recebeu o prémio *Award of Excellence da Society for News Design* (SDN), e em 2008 foi mais uma vez premiado com o *Grande Prémio Stuart de Desenho de Imprensa*. Em 2011, foi incluído na selecção *200 Best Illustrators Worldwide* - da revista *Lüerzer's Archive*. O seu trabalho no livro *Esqueci-me como se chama* foi premiado pela revista *3x3* na sua selecção anual de ilustração infantil.

Ilustra com a técnica de desenho digital, no caso em específico, parece dominar a técnica, deixando ao observador questionar a maneira como foi feita. Existe pormenores muito personalizados, desde da escolha da paleta de cores, ao ambiente onírico criado até às personagens de anatomia alongada...

Por fim, há quem recupere as técnicas mais tradicionais de representação, como Mariana a Miserável e João Maio Pinto.

Mariana a Miserável concluiu a licenciatura em 2008, na Escola Superior de Artes e *Design* das Caldas da Rainha e em 2011, fez o Mestrado em *Design* Gráfico e Projectos Editoriais pela Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto. Desenvolve exposições individuais desde 2011 e colectivas de ilustração como outros projectos na área do design editorial (publicação de pequenas tiragens, posters, agendas, murais, livros, revistas e jornais).

Já ilustrou para suplementos como o *Expresso* e o *Diário de Notícias*. Como refere o P3 sobre a sua biografia: “Mariana, a Miserável é aquela que “chega atrasada a todas as festas e não tem uma festa nunca”. É “fixe”, tem “bizarros triângulos amorosos”,

mas não tem sorte nenhuma. É realmente miserável. Segundo a biografia, “vendeu o seu coração numa loja de ”*souvenirs*” para pagar a conta da água”. Ainda assim, é “sarcástica”, consegue “rir-se de si própria”.

As suas obras são feitas através da técnica de aguarela com carvão. Desenho de estilo quase “primitivo”, pela inocência de traço mas conceptualmente, maduro e mordaz. Há sempre um tédio com saída expectante de apaziguamento para final feliz e/ou menos doloroso, que se pode observar nas mensagens que preenchem balões de expressão, pintando as experiências humanas do quotidiano.

João Maio Pinto nasceu no Caramulo em 1974 é licenciado em *Design* pela Faculdade de Belas Artes do Porto.

Tem publicações em suplementos como a *BLITZ*, cartazes de concertos como o Michael Gira e o *+vinte-vinte*; capas de livro como *A Maldição de Ondina*, do autor António Cabrita, publicada na editora *Abysmo*. Fez ilustrações para celebrar o Sérgio Godinho - *Sérgio Godinho e as 40 ilustrações* - livro que reúne 40 letras de músicas escritas por Sérgio Godinho e posteriormente ilustradas por 40 ilustradores. Também é conhecido por trabalho com outras editoras e galerias como: *Leya*, *Silvadesigners*, jornal *i*, *Mike Goes West*, *MMMNNRRRRG*, *Artistas Unidos*, *Galeria Zé dos Bois*, etc.

É docente no Departamento de *Design* da Escola Superior de Artes e *Design* das Caldas da Rainha, mantém presença regular em exposições de design, ilustração e artes plásticas, como na *Galeria Dama Aflita*, no Porto.

No que se refere às suas obras, recupera técnicas de ilustração antes feita como a xilogravura, mas que neste caso é tinta sobre papel ou técnica de desenho digital. Têm ilustrações de alto contraste (a negativo/positivo); excelente fusão entre ilustração e tipografia, feita com o “auxílio” do desenho, além de outras ilustrações com cores garridas, formas orgânicas e difusas.



Fig.69 | All I want for christmas is you (Tudo o que quero para o Natal és tu) - (acrílico e grafite sobre papel), de Mariana a Miserável.



Fig.70 | Ilustrações para a revisão cultural de 2014 do suplemento de imprensa do *Público Ípsilon*, de João Maio Pinto.

2.3. Análise dos jornais *i* e *Diário de Notícias*

Este capítulo será de análise dos jornais *Diário de Notícias* e *i*. A seleção foi feita com base do número de ilustrações editoriais publicadas nos dois formatos de publicação e também com a intenção de comparar um jornal antigo (o jornal *Diário de Notícias*) com um recente (o jornal *i*).

2.3.1. As influências da ilustrações no jornal

Diário de Notícias

O *Diário de Notícias* é um periódico português localizado em Lisboa, propriedade da *Global Notícias* - da empresa da *Global Media Group*.

Surge no início da *Regeneração* portuguesa, como podemos observar, segundo o site *Nós e a História 12* (2011), foi uma época de um movimento simultaneamente político e social, na medida em que pretendeu conciliar as diversas facções do *Liberalismo* e harmonizar os interesses da alta burguesia com os das camadas rurais e da pequena e médias burguesias”.

Foi fundado em 1864, pelo jornalista e escritor Eduardo Coelho e pelo tipógrafo Tomás Quintino Antunes.

Já passando três séculos muito distintos uns dos outros, jornal já seguiu correntes políticas editoriais diferentes, directores e empresas públicas e privadas. A actual direcção passou de Paulo Baldaia para Ferreira Fernandes, e como directora executiva: Catarina Carvalho (em Março de 2018).

No campo das artes, tem como editora Marina Almeida.

Como defende no estatuto editorial: “O *DN* assegura, nas suas páginas, a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião existentes no País, mas não esquece que o bom jornalismo se faz com o trabalho dos jornalistas e dos colaboradores dos jornais.”

Na análise dos suplementos, no período de um mês (Março de 2018), podemos observar que: tem um ilustrador principal, que é André Carrilho (já mencionado na lista dos artistas dos finais do século XX e que continuar a actuar no século XXI).

Em Março de 2018, distribuiu todos os domingos uma colecção *Grandes Pintores*, uma caderneta completamente ilustrada. Aqui podemos confirmar a capacidade do jornal investir em algo de carácter cultural, além de inserir ilustrações nos suplementos.

O jornal é pouco colorido, maioritariamente são fotografias mas as imagens que lá aparecem acabam por ter um efeito de surpresa global em relação ao suplemento todo. Normalmente tem sempre um cartoon na parte final, para arrematar os temas da semana

chamado “Cravo & Ferradura”, de José Bandeira (que publica no *Diário de Notícias* desde 1983, e elabora a tira cómica desde 1990 (além de *Diário de Lisboa*, *Tal & Qual*, *Diário Popular*, *O Século* e *Focus* e outras publicações como *Bandas Desenhadas*), que Pedro Soares (2008) garante que “a este, juntou outros prémios e algumas exposições no estrangeiro”.

O mesmo refere que sobre si (José Bandeira), podemos saber que “Tudo o mais é mistério, arcano, enigma irresolúvel.”

Sobre cartoon* apresentado diariamente: é a cores, com o contorno forte e negro. O fundo, penso que tem como intenção, de apresentar simples e difuso de maneira a destacar a narrativa das personagens principais.

Usualmente, os cartoons são de cariz político, típico de José Bandeira. Faz distinção do cartoon político para o “normal”, assinalando que “É sempre possível criar fronteiras arbitrárias e fazê-las respeitar pela força, mas elas jamais significará mais que isso mesmo – limites impostos pelo poder. Mais tarde ou mais cedo as pessoas (e as comunidades) têm que aliviar a pressão artificial que sobre elas é exercida”.



Fig.71 | Cravo e Ferradura, José Bandeira (*Diário de Notícias*, 1 de Março de 2018).

* **Cartoon** – “é um desenho humorístico acompanhado ou não de legenda”.

Uma das teorias do humor mais conhecidas fala precisamente de alívio.” Na entrevista que deu, em 2008, à revista *A Rua de Baixo*, refere que teve como influência para os seus cartoons, as obras de Levine, Quino e Loup. Segundo ele “Um cartunista é, por definição, um desenhador de humor; ou seja, alguém que faz humor através do desenho; mas esta definição pode ser redutora, já que muitos cartunistas trabalham com texto.”



Fig.72 | Cartoon - Ana Sousa Dias - de autoria de André Carrilho (*Diário de Notícias*, 3 de Março de 2018).

Figuras conhecidas das várias áreas também são caricaturadas por André Carrilho, no *Diário de Notícias*. O método de ilustração tem vindo a ser explorada desde a época da família Bordalo Pinheiro, até à actualidade.



Fig.73 | Cartoon - João Taborda da Gama - de autoria de André Carrilho (*Diário de Notícias*, 4 de Março de 2018).

A caricatura tem por norma exagerar características de uma pessoa, de uma forma humorística, satírica, jocosa e bastante crítica. Também acentua gestos, vícios e hábitos peculiares do indivíduo ilustrado. Tem a sua origem do expressionismo e segundo o site do *Jornal de Angola* (2017) a caricatura é “onde o artista desvenda as impressões que a índole e a alma deixaram na face da pessoa.”

A distorção de traços são usuais na caricatura. Uma boa caricatura capta aspectos da personalidade através de jogo de formas.

O estilo de ilustração é utilizada bastante para representar figuras políticas, é “sinónimo de grotesco”. O artista tem a liberdade para imaginar os aspectos naturais e colocá-los num “ambiente” quase burlesco, realçando a fraqueza ou audacidade da figura representada.

Então, André Carrilho (como um dos melhores caricaturistas do século XXI em Portugal), sabe fazê-lo com perícia. Normalmente, faz uma “mixagem” do modo de representar tradicional com o digital, criando um ambiente de enigma na ilustração.

Para o *Diário de Notícias*, não tem privado do exagero e do sentido de humor mordaz e ao mesmo tempo, uma forma de catarse. O leitor não é o mesmo depois de ver as obras de Carrilho. É-lhe atribuído uma “nova” informação de uma forma arrebatadora, sem pudor e tabus. Claro que o jornal em análise, ganha outra mensagem - quase de revolução. Muito “sem papas na língua”. Uma das notícias de Março foi sobre a Síria, país em estado de guerra, realçando o facto das crianças serem uma das vítimas atacadas pelos grupos terroristas em Ghouta.

A notícia é um artigo de opinião, e tem como título, isto é, algo que é repetido na nossa memória, dando-nos a ideia que já tínhamos visto o acontecimento antes.

Então Carrilho representa um cenário de uma cidade destruída pela guerra, tudo a negro, criando um clima de tensão e a figura da criança representada com cores “pálidas”, de acordo com o tema. O cenário não é totalmente preenchido - contém um espaço em branco que dissolve no meio do azul do céu e do negro dos edifícios, estes já sem história senão o de futuro vazio e pouco esperançoso.

André Carrilho opta por simbolizar um enterro, com o brinquedo de uma criança - um urso de peluche, que até tem uma cor azulada muito viva - como se fosse um enterro de uma infância perdida no meio da guerra. A figura do urso é repetida nas vestes da criança, como sendo algo muito íntimo/pessoal, sinal de que já houve uma vida (esta alegre) antes da guerra. O leitor já familiarizado com os cenários de guerra representado pelos meios de comunicação (muitas delas, a demonstração de resgate de crianças debaixo dos destroços), conseguem decifrar com o conceito, portanto há um conhecimento à priori sobre o assunto ao público alvo. A ilustração acaba por ser muito realista, crua e ao mesmo tempo, tocante.

A ilustração ocupa quase uma página inteira, deixando um pequeno espaço para uma coluna de texto, dá-se importância ao elemento ilustrado além da opinião do autor.

Os relatórios de entidades internacionais a acusar as nossas forças de segurança de abusos são quase tão comuns como os episódios que vamos tendo conhecimento de violência injustificada e de falhas graves na relação das polícias com alguns cidadãos.

Eu sou do tempo em que os agentes de segurança não tinham a menor noção de urbanidade e em que a violência indiscriminada e gratuita era comum.

A verdade é que as coisas mudaram muito, mas, pelo que vamos vendo e sabendo, é fundamental ser-se branco.

O que os relatórios internacionais mostram o que dizem acontecimentos como o da esquadra de Alfragide: a relação dos agentes de segurança com os nossos concidadãos negros é uma vergonha para todos nós como comunidade. Já não chega o racismo tão presente, que faz que um negro tenha menos oportunidades de emprego, que não se veja um negro em cargos públicos, que quase não encontremos gestores de topo negros. Talvez a nossa maior falha como povo seja a de perpetuar pobreza sobretudo para os negros. E ainda consentimos que os que nos representam, os que representam os que são também as vítimas, na defesa da ordem pública sejam os primeiros a promover a desigualdade de tratamento e o racismo puro e duro.

manente sobre as regras do seu funcionamento eleitoral e institucional.

Em quarto lugar, que Itália comprometida com a integração europeia sairá desta noite eleitoral? Não há nenhum partido com expressão e influência no futuro de Itália que nesta fase vista a camisola das reformas da zona euro, discutidas em Paris e em Berlim, tornadas fundamentais no sucesso de Macron e da grande coligação alemã. Todos os restantes países do euro terão de se posicionar neste debate, acompanhando ou não a centralidade deste motor europeu pós-*brexit*. Itália, com o caldo populista interno e uma ausência de vozes afirmativas pró-europeias, vive, igualmente, um momento decisivo sobre o seu futuro comunitário: vai continuar no núcleo duro da moeda única, da defesa, das liberdades de circulação e do mercado único? Ou cederá à vaga soberanista e identitária destes tempos, que a colocaria num beco mediterrânico sem alternativas ao estatuto que merece? Infelizmente, mas sem surpresa, a campanha eleitoral foi totalmente omissa sobre estes dilemas. Perderam os italianos.

DÉJÀ VU

ANDRÉ CARRILHO



RECREIO EM GHOUTA, SÍRIA

Fig.74 | *Recreio em Ghouta, Síria* – André Carrilho (*Diário de Notícias*, 6 de Março de 2018.)

Mundo

May culpa Estado russo, mas esta não é a única hipótese

Crise. Londres expulsa diplomatas russos após envenenamento de ex-agente. Pista criminosa não é de descartar, dizem especialistas

CÉSAR AVÓ

“Não há outra conclusão além daquela de que o Estado russo é culpado” pela tentativa de assassinio do antigo agente duplo Sergei Skripal e da sua filha no dia 4. As palavras da primeira-ministra Theresa May no Parlamento foram acompanhadas do anúncio de medidas para enviar uma “mensagem clara” à Federação Russa. A expulsão de 23 diplomatas – a maior em 30 anos – é uma das ações tomadas pelo governo britânico. Se o agente tóxico é de origem russa, a responsabilidade é de Moscovo. Para Theresa May é um axioma – tão óbvio que não precisa de ser demonstrado. Mas será assim?

No fim da Guerra Fria e com a derrocada da União Soviética algumas substâncias tóxicas e respetivo *know-how* podem ter passado para as mãos de criminosos. “Não descartaria essa possibilidade, especialmente uma pequena quantidade e, em particular, tendo em conta quão laxista era a segurança nas instalações químicas russas no início da década de 1990”, comenta à Reuters Amy Smithson, especialis-

Visita de Sergei Lavrov cancelada, contactos de alto nível suspensos. “Injustificado e míope”, diz embaixador russo

ta em armas biológicas e químicas. Em 1995, o banqueiro russo Ivan Kiveldi e a sua secretária foram envenenados com uma toxina fornecida por um funcionário de um instituto de investigação química.

Armazenados em condições adequadas e misturadas agora, os ingredientes ainda poderiam ser mortais num ataque em pequena escala, disseram dois especialistas em armas químicas à Reuters.

Em resultado do contingente formado por mais de 250 agentes de contraterrorismo e 180 militares destacados para investigar o caso, foi revelado que os Skripal foram envenenados com o agente nervoso Novichok criado na União Soviética. Perante este dado, as autoridades britânicas levantaram duas hipóteses. Ou o Estado russo estava envolvido na tentativa de eliminação do antigo coronel – julgado e condenado na Rússia por ter revelado identidades de agentes secretos a operar na Europa – ou o Estado russo perdera, a certa altura, o controlo desta substância proibida.

Perante a dúvida, o ministro Boris Johnson comunicou ao embaixador russo em Londres que teria até terça-feira à noite para dar explicações. As autoridades russas recusaram responder no prazo imposto pelos britânicos. O ministro dos Negócios Estrangeiros russo, Sergei Lavrov, disse que a resposta só seria dada através dos canais próprios, e após pedido oficial. Lembrou que a Convenção sobre a Proibição de Armas Químicas (CPAQ) estabelece um prazo de dez dias para responder. O diplomata, que se queixa de uma “campanha russófila”, exigiu uma amostra do veneno usado em Salisbury para análise laboratorial.



Theresa May foi ontem à Câmara dos Comuns proferir uma “mensagem clara” à Rússia

Agente de nervos Novichok

ORIGEM

Criado na União Soviética nos anos 1970 e 1980 para tentar contornar o tratado de armas químicas então assinado – quaisquer novas substâncias não estariam na lista proibida

TOXICIDADE

Pode ser cinco a dez vezes mais letal que o VX e o sarin, e mais difícil de identificar

VARIANTES

Existe na forma líquida ou sólida, como pó ultrafino. Pode ser guardado e transportado com dois ingredientes menos tóxicos, mas letais quando misturados

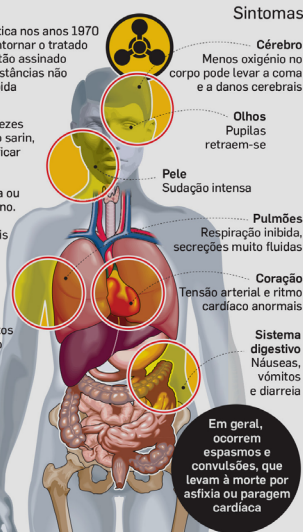
EFEITO

Ocorre em apenas 30 segundos a dois minutos se o agente for inalado ou tocar a pele. O pó fino pode demorar 18 horas a atuar

EXPOSIÇÃO

O vestuário da vítima deve ser removido e a pele lavada com água e sabão. Os antidotos como as oximas podem ser eficazes se aplicados rapidamente.

Ontem, na Câmara dos Comuns, a chefe do governo lamentou a ausência de explicações, mas também o tom de “sarcasmo, desprezo e desafio” por parte dos dirigentes russos. De seguida anunciou as primeiras medidas a tomar. Os 23 diplomatas, ou “agentes não declarados”, têm uma semana para sair de solo britânico. A maior ex-



Sintomas

Cérebro
Menos oxigénio no corpo pode levar a coma e a danos cerebrais

Olhos
Pupilas retraem-se

Pele
Sudação intensa

Pulmões
Respiração inibida, secreções muito fluidas

Coração
Tensão arterial e ritmo cardíaco anormais

Sistema digestivo
Náuseas, vômitos e diarreia

Em geral, ocorrem espasmos e convulsões, que levam à morte por asfixia ou paragem cardíaca

Fonte: Associated Press, BBC, Live Science, Reuters

pulsão de russos desde o fim da Guerra Fria é uma retaliação que May acredita “reduzir as capacidades dos serviços de informações russos” nas ilhas britânicas.

As outras medidas da resposta “completa e robusta” passam por cancelar a visita do ministro Sergei Lavrov a Londres, bem como suspender todos os contactos de alto

nível entre os dois países. Ministros e membros da família real não irão ao Campeonato do Mundo de futebol, que se realiza em junho e julho na Rússia. As medidas de segurança relacionadas com os voos privados serão aumentadas, bem como nas allândegas.

No ar paira a ameaça de que atos do Estado russo podem ser congelados a qualquer momento caso existam provas de que podem ser usados contra cidadãos ou residentes no Reino Unido. Outras medidas poderão ser tomadas. Nova legislação contra “atividades de Estados hostis” está em estudo.

“Inaceitável, injustificado e míope”, respondeu a embaixada russa em Londres.

Já a embaixadora britânica em Lisboa relevou a importância do sucedido para o Ocidente. “Este incidente não é apenas uma questão bilateral. Tem repercussões para os outros países da União Europeia e para a segurança europeia. Foi um ataque em que um Estado usou uma arma química proibida contra outro Estado e, o que é mais grave, foi a primeira vez desde a II Guerra Mundial que um agente nervoso foi usado de forma hostil na Europa. A Rússia tem de ser responsabilizada pela violação de acordos internacionais sobre segurança e não proliferação”, declarou Kirsty Hayes.

Também o Ministério dos Negócios Estrangeiros reagiu ao caso, tendo expressado “forte solidariedade para com o Reino Unido”, e condenado “veementemente” o “ato absolutamente inaceitável em qualquer circunstância e em total desrespeito pelas leis internacionais e pelo qual os seus autores devem ser responsabilizados”.

Fig.75 | Infografia de ilustração científica (*Diário de Notícias*, 15 de Março de 2018)

de participar, ou de não comparecer, no ato eleitoral de março. (...) Putin garante uma popularidade superior a 80% entre a população do país.”

Carrilho, de acordo com a opinião, opta por ilustrar o chefe de Estado russo sentado na urna de voto. Mas o sarcasmo encontra-se na representação do chefe a tronco nu, com um colar e um crucifixo no peito, mostrando a “virilidade” e rigidez perante as personagens que surgem “para votar”. A figura do chefe está elaborada com um técnica de ilustração mais pormenorizada, enquanto que os personagens que representa a população russa está numa técnica sim e fácil de decifrar e com cores fortes no cabelo. É uma boa estratégia para enfatizar Vladimir Putin, e neste caso, ridicularizá-lo através da caricatura da face e do gesto - com a face bastante alargada com covas acentuada nas bochechas, olhos muito pequenos, nariz longo e avermelhado, orelhas grandes e pontiagudas, os lábios finos e pequenos, pouco cabelo, tronco robusto e mãos largas.



Fig.77 | Eleições na Rússia, de André Carrilho (Diário de Notícias, 18 de Março de 2018).

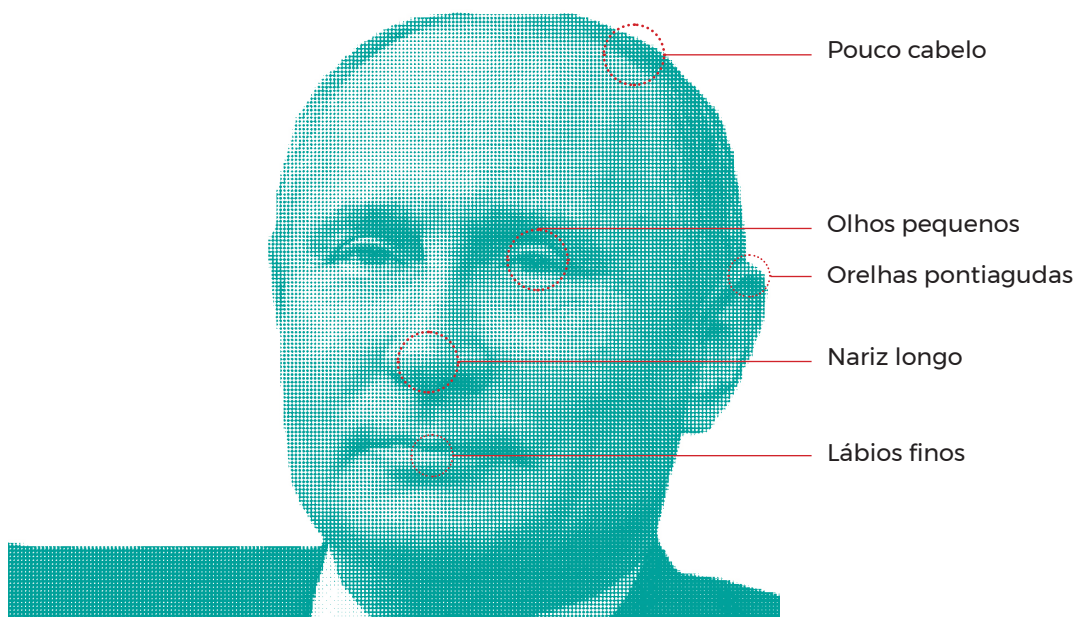


Fig.78 | Características físicas de Putin realçadas na ilustração de Carrilho.

Carrilho coloca Putin de botas militares, simbolizando a sua austeridade. Os personagens que se encontram no acto de voto estão distantes do elemento principal, isso realça a rispidez e intriga entre os dois elementos, como se o presidente estivesse a obrigar para votar nele, estando presente e “preparado para derrubar” caso não aconteça. O crucifixo no peito como um beato e “representante de Deus” para a “pátria”.

Também existe o pormenor do tamanho dos corpos em relação à urna de voto bastante pequena e negra. A dimensão traduz mais uma vez a severidade e o entreccho, causando medo “no povo russo”.

Na notícia do dia 15 de Dezembro de 2015, do jornal *Diário de Notícias* mais *Lusa* podemos analisar a afirmação do chefe de Estado russo durante a tradicional conferência de imprensa anual no Kremlin ‘Irei como independente, mas confio no apoio das forças políticas, dos partidos e das organizações sociais que partilham a minha visão sobre o desenvolvimento do país’.

dora maioria das vezes nem vendemos essa informação, damos-lá de mão beijada. Não será através do esforço individual que se atingirá o que quer que seja. É na política e no poder político que tem de estar a resposta. No controlo sem desano do tipo de informação que é recolhida por aqueles que querem ser os novos donos do mundo, pela limitação das suas atividades, pela luta não só contra os comportamentos monopolistas mas pela extinção destes monopólios.

Mas há o problema que já enfrentamos quando as organizações financeiras dominavam o mundo: a política não deixa de ser local e estes gigantes – os tais Googles, Facebooks, Amazons e que tais – operam a nível global. Que ninguém tenha dúvidas, sem um compromisso global ou, pelo menos, do mundo ocidental, daqui a nada teremos uma simulação de governo em cada país controlados indiretamente por esses gigantes.

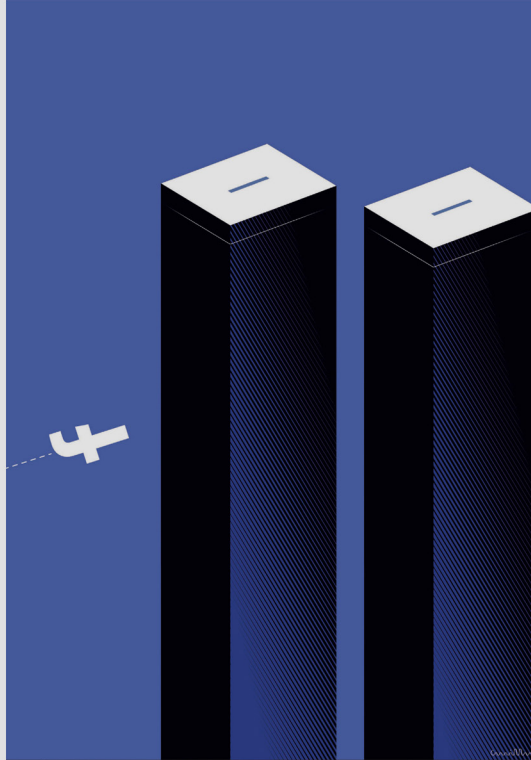
Diz-me: o que é utópico pensar numa colaboração entre as democracias ocidentais. Pois, acho muito mais utópico pensar que os cidadãos vão mudar radicalmente de atitude com a sua privacidade. A solução está, uma vez mais, na política. A tal que tem de defender a peles, os cidadãos.

(embora seja altura de discutirmos o seu lado B). Grécia, Hungria e Portugal são algumas das prioridades chinesas na Europa, via infraestruturas em localizações-chave (Pireu, ferrovia Belgrado-Budapeste, etc.) ou através do controlo de setores estratégicos. Não é à toa que a gigante China State Construction abriu delegação em Lisboa em janeiro, uma demonstração de interesse que devia motivar o governo português a garantir condições recíprocas na China e parcerias estratégicas com empresas portuguesas em projetos prioritários.

Em Pequim sabe-se da desconfiança na Europa sobre Trump, do alarmismo sobre Putin e da descrença sobre a UE. E nestas divisões e na falta de liderança que Xi Jinping atua pacientemente. Hierarquizar-se no cargo dá ainda mais confiança e não se iniciou uma "guerra" comercial com Trump torna-o menos agressivo entre os vizinhos do Pacífico e nas capitais europeias. As críticas americanas apontadas à China podem ter na base algum diagnóstico correto, nomeadamente as condições de reciprocidade e o respeito pela propriedade intelectual não garantidas. Mas a metodologia adotada e os impactos económicos globais só atrainam europeus e asiáticos para os braços da China. Xi agradece.

DÉJÀ VU

ANDRÉ CARRILHO



AMEAÇA À DEMOCRACIA



Fig.79 | *The Falling Man (O Homem em Queda ou O Homem que Cai)* - 11 de Setembro de 2011, de Richard Drew, fotógrafo da Associated Press e publicada no *New York Times*.

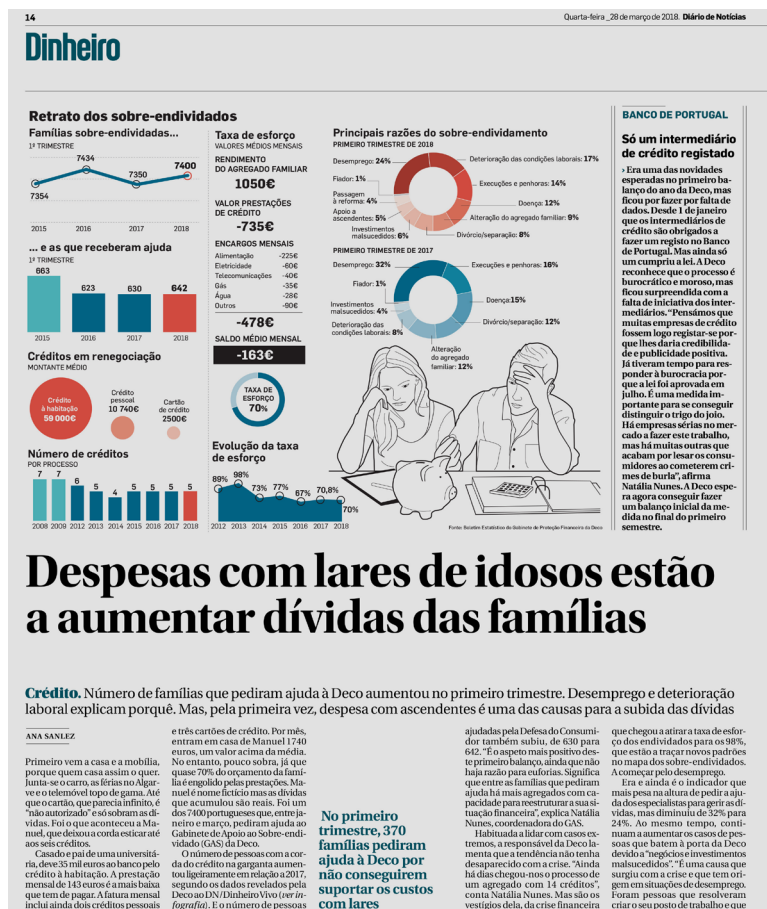
Fig.80 | *Ameaça à democracia* - André Carrilho (DN), 25 de Março de 2018.

A par da notícia que foi motivo de opiniões sobre a polémica que afectou 50 milhões de utilizadores da rede social *Facebook*, o jornalista Rui Rocha Ferreira, do jornal *Dinheiro Vivo* (no artigo do dia 19 de Março de 2018) refere que “a rede social é acusada de não ter protegido os mais de 50 milhões de utilizadores cujos dados pessoais foram recolhidos sem consentimento. Estes dados, agregados pela empresa *Cambridge Analytica*, foram usados para influenciar milhões de eleitores nas eleições presidenciais norte-americanas”.

Várias capas de revistas foram elaboradas sobre a polémica, e o *Diário de Notícias* não foi excepção ao utilizar ilustração no artigo de opinião. André Carrilho aqui não foge muito às cores base da rede social (o branco e o azul característico), também aproveitando do lettering do *f* em caixa baixa. Representa dois edifícios, como se reproduzisse o edifício onde é localizada a empresa oficial da rede social, e o *f* em queda - simbolizando um “amortecedor” de poder da “democracia”.

A ilustração faz-nos lembrar uma foto em específico - de Richard Drew, fotógrafo da *Associated Press* e publicada no *New York Times* - do acontecimento americano: 11 de Setembro de 2001,

de um homem a suicidar-se. Aqui (na ilustração de Carrilho) a o acontecimento serve de metáfora de princípio de um fim. O ftem um pormenor de uma linha recta que retrata a rede (estilo wi-fi), já em modo de desconecção. O f podia ser comparado com o homem “que cai” da foto de Richard Drew, e os dois edifícios (representadas a negro, com o topo a branco - espelhando o céu - num jogo de luz e sombra) uma réplica das *Torres Gémeas* antes do ataque terrorista - o que atribui à ilustração um carácter realista.



Despesas com lares de idosos estão a aumentar dívidas das famílias

Crédito. Número de famílias que pediram ajuda à Deco aumentou no primeiro trimestre. Desemprego e deterioração laboral explicam porquê. Mas, pela primeira vez, despesa com ascendentes é uma das causas para a subida das dívidas

ANA SANLEZ

Primeiro vem a casa e a mobília, porque quem casa assim o quer. Junta-se o carro, as férias no Algarve e o telemóvel topo de gama. Até que o cartão, que parecia infinito, é “não autorizado” e só sobram as dívidas. Foi o que aconteceu a Manuel, que deu a sua primeira prestação em setembro de 2017. Foi um dos 7400 portugueses que, entre janeiro e março, pediram ajuda ao Gabinete de Apoio ao Sobre-endividado (GAS) da Deco.

O número de pessoas com a coroa do crédito na garganta aumentou ligeiramente em relação a 2017, segundo os dados revelados pela Deco no IV Relatório Vivo (ver *Infografia*). E o número de pessoas e três cartões de crédito. Por mês, entram em casa de Manuel 1740 euros, um valor acima da média. No entanto, pouco sobra, já que quase 70% do orçamento da família é engolido pelas prestações. Manuel é nome fictício mas as dívidas que se acumulou são reais. Foi um dos 7400 portugueses que, entre janeiro e março, pediram ajuda ao Gabinete de Apoio ao Sobre-endividado (GAS) da Deco.

O número de pessoas com a coroa do crédito na garganta aumentou ligeiramente em relação a 2017, segundo os dados revelados pela Deco no IV Relatório Vivo (ver *Infografia*). E o número de pessoas ajudadas pela Defesa do Consumidor também subiu, de 630 para 642. “É o aspeto mais positivo do primeiro balanço, ainda que não haja razão para euforias. Significa que entre as famílias que pediram ajuda há mais agregados com capacidade para reestruturar a sua situação financeira”, explica Natália Nunes, coordenadora do GAS.

Habitada a lidar com casos extremos, a responsável da Deco lamenta que a tendência não tenha desaparecido com a crise: “Ainda há dias chegados-nos o processo de um agregado com 14 créditos”, conta Natália Nunes. Mas são os vestígios dela, da crise financeira que chegou a atingir a taxa de esforço dos endividados para os 98%, que estão a traçar novos padrões no mapa dos sobre-endividados. A começar pelo desemprego.

Era o anúncio e o indicador que mais pesa na altura de pedir a ajuda dos especialistas para gerir as dívidas, mas diminuiu de 32% para 24%. Ao mesmo tempo, continuam a aumentar os casos de pessoas que batem à porta da Deco devido a “negócios e investimentos mal-sucedidos”. “É uma causa que surgiu com a crise e que tem origem em situações de desemprego. Foram pessoas que resolveram criar o seu posto de trabalho e que

Fig.81 | Infografia do jornal Diário de Notícias, 28 de Março de 2018.

A infografia que saiu no dia 28 de Março de 2018 contém uma ilustração incluída numa técnica realista, mas só com linha de contorno - uma vectorização de desenho. As figuras ilustradas ocupam pouco espaço (menos que metade da página) mas tem o seu destaque ao lado das infografias.

Apesar da notícia aparentar ser sobre uma coisa negativa, a infografia tem gráficos circulares e de barras com várias cores que realçam a ilustração apresentada.

A ilustração demonstra duas personagens descontentes, com vários papéis à frente e o porco mealheiro como símbolo de

poupança. Na afirmação de “Manuel” (nome fictício que qual deu uma entrevista ao jornal *Dinheiro Vivo*) podemos assinalar que:

“A passagem à reforma entrou na lista de motivos do sobreendividamento, com 4%, e está ligada também com a questão do desemprego. São pessoas com alguma idade que ficaram sem trabalho e acabaram por entrar na reforma, sofrendo grandes penalizações. E quando se passa à reforma há sempre uma grande diminuição de rendimentos”.

A solução gráfica visa resumir o texto apresentado pelo jornal *Diário de Notícias*, como é comum nas infografias que comparam dados. A linguagem de desenho vectorial acaba por ser uma das melhores soluções para o formato para o tipo de publicação, uma vez que tem o objectivo de ser produzida em série, sem perder a qualidade de impressão e grafismo.

2.3.2. As influências da ilustrações no

jornal *i*

O jornal *i* (sim, com *i* minúsculo) foi fundado em Maio de 2009, durante a época crise económica. Tem a periodicidade diária (segunda à sexta).

Actualmente é dirigido por Mário Ramires, e tem como director executivo: Vítor Rainho e Ana Sá Lopes (Directora Adjunta Executiva).

Em 2009, foi distinguido com o prémio *Melhor Jornal Europeu* - atribuído pela *European Newspaper Award* - e também o prémio pelo o *Jornal mais bem desenhado da Península Ibérica* - atribuído pela *Society for News Design* (em Espanha, concurso onde ganhou um total de 31 prémios).

Segundo o jornal britânico *The Guardian*, o jornal *i* foi um dos jornais mais inovadores do mundo no ano de 2010. Desde dezembro de 2015 que é propriedade do semanário *Sol*, localizados num edifício comum.

Tem o formato pequeno, em comparação com outros jornais. É preenchido por cores e leva dois pontos de arame.

Não tem um ilustrador fixo, portanto a variedade de ilustradores que publicam (com diferentes estilos de ilustração) é extensa.



B Zoom // Trabalho

Assédio. Trabalhadores escondem pressão com medo de perder emprego

O assédio é um comportamento ocorrido no local de trabalho indesejado geralmente praticado por um superior hierárquico ou por um empregador e tem como objetivo afetar a dignidade, constranger e provocar humilhação. E este o enquadramento legislativo do assédio moral, mas nem sempre é posto em prática por falta de denúncia

texto: Sónia Pires Pinto

Números

- 48,1%** Dos casos denunciados de assédio moral dizem respeito à humilhação
- 46,5%** Dos casos denunciados de assédio moral são de natureza profissional
- 9000** Votos que apontam ao pago de empresa pelo assédio de seus condados
- 61500** Assédio como comportamento muito grave e punível até ao nível de prisão

Novos lei obriga partes a denunciar casos que tenham conhecimento no caso da própria empresa

Empresas com mais de sete trabalhadores são obrigadas, desde outubro, a ter código de boa conduta

Empresário condenado

O Tribunal de Comércio de Guimarães condenou, em 2016, uma empresa a pagar mais de 172 mil euros a um trabalhador que se queixou por assédio moral por parte do administrador. O trabalhador alegou uma série de situações de assédio moral, incluindo o facto de ser obrigado a trabalhar durante a noite, com o trabalho a ser realizado em condições de insegurança e de risco para a saúde. Para o tribunal, o assédio moral foi comprovado e o valor da indemnização foi fixado em 172 mil euros, mais juros e custas processuais. O trabalhador não se queixou de assédio moral, mas sim de assédio sexual. O tribunal decidiu que o assédio moral se verificou por causa da natureza do trabalho e da situação de insegurança e de risco para a saúde do trabalhador. O valor da indemnização foi fixado em 172 mil euros, mais juros e custas processuais.

Hospital em tribunal

Uma funcionária do hospital de Faro do qual ficou a administração da unidade hospitalar a ser julgada por assédio moral. O processo foi julgado em 15 de maio e o tribunal decidiu que o assédio moral se verificou por causa da natureza do trabalho e da situação de insegurança e de risco para a saúde do trabalhador. O valor da indemnização foi fixado em 172 mil euros, mais juros e custas processuais.

A violação do dever de lealdade do trabalhador

Uma funcionária do hospital de Faro do qual ficou a administração da unidade hospitalar a ser julgada por assédio moral. O processo foi julgado em 15 de maio e o tribunal decidiu que o assédio moral se verificou por causa da natureza do trabalho e da situação de insegurança e de risco para a saúde do trabalhador. O valor da indemnização foi fixado em 172 mil euros, mais juros e custas processuais.

Fig.82 e 83 | Mundo do Assédio no Trabalho, jornal i.

A par das notícias que “reinaram” 2017 e que permanece em 2018, as denúncias de assédio sexual e humilhação no local de trabalho têm aumentado, e, posteriormente, detectado pelos empregadores. O jornal *i*, no suplemento de 28 de Março, refere que “os superiores hierárquicos e as chefias diretas são os principais autores das situações de assédio moral, alcançando 83,1% no caso dos homens e 82,2% no caso das mulheres, já as situações de assédio sexual mais frequentes no local de trabalho são a atenção sexual não desejada e as insinuações sexuais e as vítimas são, na sua maioria, as mulheres.” Na ilustração que ocupa a dupla página do

jornal, podemos observar dois elementos do sexo masculino: um representado o superior hierárquico, com um martelo no local da cabeça; outro, o funcionário, com um prego no local da cabeça. A metáfora aqui é fácil de decifrar, mesmo sendo a ilustração muito lúdica. Também se nota quem domina e quem é a vítima pela posição dos corpos e o posição das mãos no corpo, além de um elemento ser maior do que outro, ambas com sombra projectada. Como o local da acção são as empresas, as figuras estão ilustradas por um traje mais formal.

O autor da ilustração não é referido na legenda, mas é perceptível a tendência da ilustração, como sendo moderna; elaborada a técnica digital. Aqui há um jogo entre *design* gráfico e ilustração, colocando a tipografia no topo da página do lado esquerdo em caixa alta, e do lado direito a ilustração mais abaixo, sem perdendo a importância - também brincando com a cor de fundo das duas páginas a amarelo, dando uma maior dimensão à ilustração, fazendo assim o tal “zoom” que se pode ler no texto que vem antes do título.



Fig.84 | Para a Guerra Há Sempre Dinheiro - (autor desconhecido), publicada no jornal i.

Na publicação do mês de Março também podemos analisar uma utilização de relíquias que vêm “pintar a contemporaneidade”.

Uma delas é uma espécie de cartoon (colocada num artigo de opinião sobre a guerra colonial) num outro formato, ocupando metade da página, mais uma vez, sem a identificação do autor. As cores são garridas, e cada elemento representa um campo de estudo, como: a educação, as ciências, as artes, a saúde e por fim e o principal elemento de intriga, a guerra.

A legenda descreve “ Para a guerra há sempre dinheiro”, o leitor facilmente percebe o conceito da imagem, uma vez que na acção das personagens encontram-se empregados a “entregar dinheiro ao soldado da guerra”, e as outras mesas com personagens de prato vazio. O uso da perspectiva na imagem foi bem associada, colocando o soldado (da guerra) em primeiro plano, dando mais ênfase, e demonstrando a perda de importância de elementos representados ao longo da ilustração.

Outra ilustração apropriada no dia 26 de Março, dedicada aos soldados da Segunda Guerra Mundial - em específico o exército português - que Alfredo Barroso refere como sendo os desencadeadores da pátria e que “ por parte de alguns militares e civis, declarações de exaltação patriótica em defesa não só do generalato mas também da opacidade e do sigilo militar corporativos, tentando convencer-nos de que é imperioso respeitar as mais altas patentes militares porque só um militar capaz de ‘dar a vida pela pátria’ é que chega a general.”

Parece ser interessante, para o texto de ensaio, irem recuperar uma ilustração de relíquia para exemplificar o texto e pintar a página. Demonstra a capacidade versátil e histórico do jornal, apesar de ser bastante moderno.

Ao longo da notícia podemos ver evidências de exaltação da capacidade dos soldados portugueses, e a imagem não fica “à margem”, tendo a capacidade de conduzir o leitor para a dimensão da era histórica - com o cenário de guerra. No cenário, também podemos observar soldados já sem vida, no “tapete” da guerra. Cenário que Alfredo Barroso caracteriza como sendo o espaço “sobre as quais foram despejadas um milhão de toneladas de bombas incendiárias e explosivas”, em que estavam os soldados, estes que “tresleram” e se “desfiguraram” no abismo das trincheiras, todos eles vendados e guiados pelos instintos da cegueira, num espaço desumano e desfigurado, e sim, com alguns resistentes que recusam lutar “pela pátria”.

A ilustração é de John Singer Sargent (1856 -1925), intitulada “Gaseados”. Singer é considerado um maiores retratistas e muralistas italianos dos finais do século XIX.

John Singer Sargent não seguiu nenhum movimento artístico, portanto é difícil caracterizar a sua obra. Mas o “retrato” dos soldados gaseados, quase evoca a pintura de romancista de Théodore Géricault, “A Jangada da Medusa” (1819), mas no caso

de Singer, em vez de retratar um salvamento vitorioso de naufrágio, pinta os soldados como vítima. O cromatismo dos quadros é semelhante, com a predominância dos tons terra e com corpos que moldam o espaço em primeiro plano - podemos observar o drama no espaço horizontal e a esperança no espaço vertical.

É comum no período romântico representar cenários de acontecimentos históricos com algum sentido onírico e vitorioso. Neste artigo, do século XXI, realça a capacidade do jornal estender-se a mais temas criando ou aproveitado-se de algo alusivo para tal. Também é importante realçar o espaço que a imagem ocupa nas duas página, centralizada - em destaque, sem deixar de perder a importância da ideia que se quer transmitir. Tal como para a ilustradora Mariana a Miserável (2018), a ilustração é importante porque deve “comunicar uma mensagem”.

Para Óscar Rocha (2018) infografista e ilustrador do jornal *Sol* e do *i*, “a ilustração pode ter diferentes objectivos, e se por um lado pode tapar um ‘buraco’ de última hora numa página, por outro pode ilustrar um texto de um modo que seria difícil a uma fotografia. A razão é se puder incluir numa ilustração motivos, personagens, combinações únicas. E às vezes até significados. É essa a mais valia de uma ilustração, ‘falar’ e mostrar algo mesmo sem palavras.”

Tal como Rocha refere, a imagem neste caso tem a sua importância. Não é apenas um adorno ao texto, uma peça descartável. Tem a capacidade de conduzir o leitor para um espaço e um tempo histórico.



Fig.85 | A ilustração de John Singer Sargent (1856 -1925), intitulada “Gaseados”, publicada a 26 de Março no jornal *i*.



Fig.86 | Pormenor do quadro - *A Jangada da Medusa* - de Theodore Gericault 1819.

Ao folhear as páginas do jornal, podemos observar a utilização de pequenos elementos de *Design* de Informação, como pictogramas. Estes pequenos “apoios” ajudam a sintetizar o texto e captar graficamente a atenção do leitor, sem se tornar exaustivo pela pequena dimensão e estilo gráfico. Coisa que não é muito comum nos jornais mais antigos.

Ao mesmo tempo, o uso de pictogramas obriga que haja uma hierarquização da informação: como pequenos títulos que os descrevem ao lado do corpo de texto. Ajuste de terminações de frases no texto colocado, neste caso, alinhado à esquerda, como os o, a, de, para, etc... Tendo aqui um pouco de junção entre *design* editorial e design de informação.

Os pictogramas inseridos, normalmente são pensadas pela dimensão e desenho detalhado mas simples, fácil de identificar. As cores quer-se planas, para uma fácil leitura.

Neste caso, apoiou-se à diferenciação de cores para descrever diferentes temas. Normalmente basta apenas a utilização de duas cores ou uma - um para o pictograma e outra para o fundo, caso exista. Mas penso que tem haver com, tal como referi anteriormente, a hierarquização de informação, e comparação de dados, tal como numa infografia.



Fig.87 | Pictogramas do jornal i (dia 20 de Março de 2018).

O assassinato da activista brasileira, a 14 de março de 2018 (no Rio de Janeiro), foi motivo de notícia em vários países, e o jornal *i* dedicou um artigo, no dia 19 de Março sobre o tema.

Na notícia vem referências das várias manifestações de protesto, como refere o jornal *i* (2018) “têm a capacidade de alterar o xadrez da campanha eleitoral no Brasil, depois de a intervenção federal no estado ter falhado redondamente no seu propósito (...)”.

A morte chegou a ser manifestada pelo federal Jean Wyllys , que na sua página de *Facebook* deixou a seguinte mensagem no dia 17 de Março de 2018:

(2018) “Querem esvaziar Marielle de seu conteúdo político, porque ela era política, dignificava a política, acreditava que a política era o meio de fazer justiça social e garantir liberdades, era vereadora por um partido de esquerda, socialista, negra, favelada, lésbica, ativista de direitos humanos, defendia outra política em relação às drogas que não essa guerra aos pobres e esse encarceramento de pobres.”

A jovem negra, vista como a ‘cria da favela’ que (2018) ‘incomodava a elite, incomodava o mundo masculino, os políticos’ foi assassinada depois de ter dado uma palestra “Jovens Negras Movendo as Estruturas”, na *Rua dos Inválidos*, na Lapa (Brasil).

Ao lado da notícia que saiu no jornal *i*, ocupando grande parte das duas páginas - em destaque - a ilustração que predomina é de autoria de Vasco Gargalo, um ilustrador e cartoonista português.

Antes de conhecer o autor, é notório que a ilustração contém traços de cartoon: pela linha de contorno forte e bem traçado; traços faciais pouco realistas; por ser muito semelhante ao desenho tradicional, apesar da técnica ser desenho digital, que se pode notar pelo efeito de luz e sombra. A figura tem a sua força, tanto que não necessita de fundo, pois apenas seria um

ruído para a composição. Segundo o *Diário de Notícias* (2016), Vasco Gargalo tem apresentado alguns trabalhos e tem mantido “colaborações esporádicas com a imprensa portuguesa e alguns media internacionais”, e começou a ficar conhecido pelos cartoons com temáticas sobre os conflitos na Síria. Como o *Diário de Notícias* (2016) refere “sobre as vítimas mais inocentes, as crianças, e também não lhe escapa a política internacional, das disputas eleitorais nos Estados Unidos, às demonstrações de força na União Europeia.”

Nesta ilustração de Marielle Franco, retrata a activista negra com o seu característico cabelo afro “metaforizado” em punhos no ar de pessoas que protestam a sua morte, mantendo-a “presente” a sua figura. Tem o laço característico que a activista usava bastante, aqui simbolizado com a bandeira do Brasil, como se fosse um feito pelo país.

A ilustração assemelha-se aos bustos feitos em memória de figuras que marcaram a história, muito comum na Antiguidade Clássica, aqui transportada para a nossa realidade. Atribui ao jornal uma capacidade de manter-se actual, memorável além de noticiosa. Oferece ao leitor algo novo que pode ser posteriormente arquivado por ele.



Fig.88 | Marielle Franco, Vasco Gargalo - publicada a 19 de Março no jornal i.

Nas penúltimas páginas do jornal, podemos observar outras ilustrações como caricatura do jornalista Carlos Diogo Santos, que nos últimos três anos (desde de 2015) - que segundo a sua biografia na página do jornal digital do *i* (2018) - “continuou a acompanhar os grandes casos de Justiça”.

A caricatura deve ser pelo facto de normalmente nos tribunais haver sempre um ilustrador que desenha os acontecimentos a tempo real durante os julgamentos. Mas isto é apenas uma suposição, à primeira vista e pelo pouco conhecimento acerca dos dados. Ou pode ser apenas uma preferência do autor pela ilustração, em vez da habitual fotografia. A primeira impressão parece ser, ao meu ver, a mais credível.

Ocupa uma pequena dimensão, pois serve apenas de retrato. Este que mostra o jornalista bastante alegre e expressivo.

A caricatura é de desenho digital, com altos contrastes de luz e sombra, sobre fundo liso. Mais uma vez, demonstra que o jornal tem a capacidade de recuperar estilos das publicações periódicas mais antigas, com o uso de caricaturas.



Fig.89 | Caricatura de Carlos Diogo Santos, publicada regularmente no jornal *i*.

A ilustração inserida na capa do jornal *i*, do dia 14 de Março, faz um jogo com o título principal da capa. São representação de três toupeiras, que o jornal *i* (2018) identifica como sendo as “‘toupeiras’ ligadas ao clube da Luz que preocupam as altas instâncias da justiça: as alegadas fugas de informação estão relacionadas com a ‘clubite’ de ‘toupeiras’ também associadas ao FC Porto e ao Sporting.”.

Cada uma das toupeiras apresenta-se numa posição diferente, com chapéus cores identitárias de cada clube de futebol: respectivamente, da esquerda para a direita, Sporting, Benfica e Porto, que o jornal *i* (*ibidem* 2018) caracteriza como “os clubes grandes” que “preocupa as hierarquias da justiça portuguesa”.

As posições das toupeiras representantes de cada clube não parece ter um significado e de autor desconhecido.

A ilustração ocupa grande parte da capa do jornal, no topo, em destaque é e de desenho vectorial sobre fundo plano de cor amarela. Não parece ser muito rica tecnicamente, por ser bastante “infantilizada”... Parece ser um pouco depreciativo o facto do jornal ter abordado o tema com tal técnica. Talvez a ilustração seja considerada “adequada” para a polémica dos clubes.

Analisando o significado da animal toupeira do dicionário *inFormal*, podemos retirar que caracteriza “uma pessoa desprovida de agilidade mental”, além de ser um animal que segundo o dicionário online *Priberam* define como um “pequeno mamífero insectívoro que tem os olhos pouco desenvolvidos, com as patas anteriores largas e robustas, que lhe permitem cavar galerias debaixo do solo, onde caça insectos e vermes.”.

A metáfora utilizada serve para identificar algo feito pelos clubes que não é politicamente correcto; umas toupeiras que “trepam” para ver a “realidade da justiça”. A capa acaba por ser um manifesto à cultura política/futebolística.



Fig.90 | Ilustração da capa do jornal *i*, do dia 14 de Março de 2018 (sem descrição do autor).

Para o conteúdo do combate aos fogos, o jornal *i* dedicou um artigo (de 7 de Março de 2018) acompanhado de uma grande ilustração. O tema tem acompanhado as notícias - como tem sido comum nos verões todos os anos.

O jornal *i* (2018) declara que as câmaras irão disponibilizar cerca de 50 milhões de euros “para avançar com a limpeza de terrenos destes casos” e que “não têm de ressarcir o Estado” frisando o governante que “lembrou ainda que as autarquias ‘são ressarcidas’ com a venda de lenha que resulta da limpeza dos terrenos. No entanto, estes casos terão de fazer prova, através da apresentação de documentos, dos seus rendimentos.”

A ilustração é distribuída pela infografia, com o fundo pouco contrastado. O jornal aqui aproveita da cor da ilustração para preencher a página. O elemento visual é bastante moderno, de desenho vectorial simples. O bombeiro é representado através da técnica de desenho para pictograma (adequado para um infografia); o fogo é representado pelo auxílio cromático do *gradient* (graduação tonal) - como é comum observar nas representações do mesmo; as árvores estão pintadas a negro, em conformidade com a notícia - os incêndios - mas com pouca percentagem de cor, mais suave, a dissolver com o fundo. Esta parte da ilustração é o elemento principal da infografia, estabelecendo nela uma hierarquia visual e informativa.

Como segundo elemento, temos enumeradas as várias etapas do processo de recuperação das florestas, distinguidos com diferentes pesos e tamanhos tipográficos.

No terceiro momento de leitura infográfica, temos a identificação dos elementos responsáveis pela limpeza dos terrenos, todos eles com símbolos identitários que os caracterizam - os responsáveis pela limpeza na fase inicial e depois os que cessam o processo.

A infografia ilustrada parece ser uma solução inteligente para o artigo, uma vez que é muita informação que se não fosse sintetizada, resultaria em várias páginas de texto corrido - seria uma solução massiva para o leitor. Com a distribuição de informação por etapas, com a solução gráfica contextualizada, moderna e harmoniosa, acaba por captar muito mais a atenção do leitor.

Estado assume despesa de limpeza de terreno dos mais pobres

Autarquias que recorram à linha de crédito para limpar terrenos não têm de devolver verbas ao Estado nos casos de terrenos que pertencem a famílias ou idosos com dificuldades financeiras

ANA FERREIROLHO
ana.ferreiro@diario.es

A limpeza de terrenos de famílias e idosos com dificuldades financeiras, que será assumida pela autarquia a partir de 31 de março, vai ser paga pelo Estado. O anúncio foi feito ontem no parlamento pelo ministro da Agricultura e das Florestas, Luís Capelas Santos, que revelou que nos casos de proprietários com dificuldades financeiras os terrenos não serão vendidos nem com verbas para suportar a despesa da limpeza dos terrenos. As câmaras que recorrerem à linha de crédito disponível com 50 milhões de euros para avançar com a limpeza de terrenos desocupados "vão ficar de resaca" e o Estado "vai garantir que a limpeza não seja feita", afirmou. Além disso, esclareceu ainda à Lusa o gabinete de Eduardo Caires, do mesmo ministério, que os terrenos não serão vendidos nem com verbas para suportar a despesa da limpeza dos terrenos. No entanto, estes casos terão de fazer prova, através da apresentação de documentos, dos seus rendimentos. Esta regra é uma das orientações que o governo está a preparar para enviar às autarquias, não sendo ainda conhecida mais detalhes. Era ainda uma das principais críticas apontadas pelos autarquias que se tinham aliado para a criação de uma linha de crédito para a limpeza de terrenos. O questionário de MMA sobre o valor que se definiu como limite para que as autarquias possam pedir para enviar as autarquias, não sendo ainda conhecida mais detalhes. Era ainda uma das principais críticas apontadas pelos autarquias que se tinham aliado para a criação de uma linha de crédito para a limpeza de terrenos.

quase três mil até dia 30 de setembro para recorrer à linha de crédito para financiar as despesas com a limpeza de terrenos. No total, esta linha de financiamento tem disponível 50 milhões de euros para as 303 autarquias. Dentro deste limite, cada autarquia pode pedir um crédito sem que estejam definidos valores mínimos e máximos, explica ainda o gabinete de Eduardo Caires. No entanto, a criação dos casos de famílias com dificuldades financeiras tem de ser avaliada pelo Estado, sob pena de serem aplicadas multas ainda o ministro da Agricultura e das Florestas disse que, até à passagem da legislação, o Estado, através do Instituto de Conservação da Natureza e das Florestas (ICNF) limpa "mil quilómetros" de terrenos. Caso os terrenos não sejam limpos pela propriedade, a responsabilidade passa a ser assumida pelo autarquias que têm até dia 31 de maio para limpar todas as propriedades sob pena de não serem elegíveis para 20% da verba mensal transferida do Fundo de Recuperação Florestal. As câmaras têm feito várias críticas à medida desenhada pelo governo alegando a falta de meios humanos, de maquinaria e de tempo para limpar todos os terrenos. Contrariando o que foram os argumentos apresentados pelo ministro Capelas Santos que admitiu que os recursos financeiros e os meios "provavelmente não chegarão para tudo" mas que "todos juntos podemos fazer alguma coisa". O ministro reconheceu ainda ao parlamento que "muito do país não tem qualquer sentido para isso" devido ao não-flor proprietário que não se cobrem.

Até segunda-feira passada, o Estado limpará mil hectares de terrenos

Autarquias podem devolver crédito num prazo entre cinco e dez anos

COMBATE AOS FOGOS

11 ETAPAS PARA A PREVENÇÃO E COMBATE A INCÊNDIOS

- 1 PLANEAMENTO
- 2 PREVENÇÃO - SENSIBILIZAÇÃO
- 3 PREVENÇÃO - GESTÃO DE COMBUSTÍVEL E FISCALIZAÇÃO
- 4 PRE-SUPRESSÃO
- 5 COMBATE EM ATAQUE INICIAL
- 6 COMBATE EM ATAQUE AMPLIADO
- 7 RESCALDO
- 8 EXTINÇÃO
- 9 RESPOSTA DE EMERGÊNCIA SOCIAL E AMBIENTAL
- 10 AVALIAÇÃO POS-EVENTO
- 11 RECUPERAÇÃO

RESPONSABILIDADES DAS ENTIDADES ENVOLVIDAS... NO COMBATE INICIAL ... NO COMBATE EM ATAQUE AMPLIADO

AGÊNCIA PARA A GESTÃO INTEGRADA DE FOGOS RURAIS (AGIF)

Atua a nível nacional no âmbito de um sistema de informação da Autoridade Nacional de Proteção Civil.

AUTORIDADE NACIONAL DE PROTEÇÃO CIVIL (ANPC)

Coordena os serviços de proteção civil no âmbito nacional, conforme o plano operacional. Promove a formação e a qualificação dos recursos da ANPC, por via teórica e por prática dos países da ANPC no âmbito da entidade operacional.

FORÇAS ARMADAS

Coordena as meios aéreos no âmbito do Comando de Defesa do Território e do Comando de Defesa do Espaço Marítimo.

BOMBEIROS, GNR, ANPC E SAPADORES FLORESTAIS

Atua a nível local, sendo a primeira entidade a dar resposta no combate aos incêndios rurais.

BOMBEIROS

Participam ativamente no combate ao incêndio.

INSTITUTO DA CONSERVAÇÃO DA NATUREZA E DAS FLORESTAS (ICNF)

Acompaña as operações e disponibiliza meios locais para a gestão de emergências operacionais, integrando a análise de planeamento em decisão conjunta com a Proteção Civil.

PROTEÇÃO CIVIL

Coordena os meios especializados para a proteção de pessoas e de bens. Dá os meios necessários para combater incêndios em meios não habitados, como florestas, parques, áreas de recreio, etc. Coordena a prevenção e a preparação para a emergência de incêndios. É a entidade responsável pela coordenação da resposta a nível de proteção civil, conforme o plano operacional e a situação temporária de perigo, reforçando de forma e em quantidade de operações, quando as operações não são de caráter operacional e não estão em decisão e situação de progresso do incêndio.

FORÇAS ARMADAS

Coordena os meios aéreos no âmbito do Comando de Defesa do Território e do Comando de Defesa do Espaço Marítimo.

CÁMARA MUNICIPAL E JUNTAS DE FREGUESIA

Acompaña as operações de prevenção com os gabinetes técnico-operacionais e os meios de proteção civil.

UNIDADE DE MAQUINARIA

Coordena os meios de maquinaria para a limpeza de terrenos, sendo a entidade responsável pela gestão e manutenção dos meios de maquinaria e pela sua utilização.

Fig.91 | Combate aos Fogos, ilustração do jornal i (7 de Março de 2018).

2.4. Análise do questionário sobre a Influência da Ilustração nas Publicações Periódicas

Apliquei um questionário a 50 pessoas (25 para avaliar o jornal *Diário de Notícias* e 25 para o jornal *i* - sendo o público diferente para os dois jornais).

Com o objectivo de obter uma amostra de potenciais leitores para saber a opinião que têm sobre os tipos de ilustração que saem nos dois suplementos e consequentemente as sua importância no mesmo (em específico do *Diário de Notícias* (a 4 de Março) e o jornal *i* (do dia 26 de Março). Ambos por conter mais do que uma ilustração por suplemento do mês em estudo.

Os locais para aplicar este inquérito foram escolhidos de forma aleatória, mas partindo de uma ideia de que neles haveria pessoas em quantidade e com disponibilidade para responder. Para colocar as questões relativas ao jornal *i* foi feita a selecção de 25 pessoas que se encontravam na fila de bilheteira no estádio de Alvalade (de manhã do dia 3 de Maio).

Enquanto que as 25 pessoas seleccionadas para analisar as ilustrações do jornal *Diário de Notícias* foram questionadas no dia 5 de Maio (de manhã), entre clientes de cafés do Centro Comercial de *Odivelas Parque* e na fila para a Segurança Social.

Portanto, podemos afirmar que o questionário foi feito às pessoas da região de Lisboa, procurando-se encontrar uma maior diversidade social, cultural e de género. Penso que este foi o método mais adequado para poder obter a maior variedade de

respostas, consoante a idade e profissão, para poder fazer uma comparação de respostas. Deste questionário sobre a importância da ilustração nas publicações periódicas, como este caso do jornal *i*, podemos referir que a idade média das pessoas que responderam foi dos 18 anos aos 65 anos - estando a maioria na casa dos 30 anos.

Do grupo de pessoas questionadas para o jornal *i* as profissões variam muito, desde: estudantes(7); empregado de balcão (1); assistente comercial (1); reformados (2); designer (1); engenheiro civil (2); administrativo (1); empresário/a (2); treinador (1); tradutora (1); militar (1); advogada (estagiária) - (1); designer (1); pagador de banca (1); agente imobiliário (1) a empregado de mesa (1).

Enquanto que do jornal *Diário de Notícias*, podemos referir que a idade média das pessoas que responderam ao questionário, foi dos 15 anos aos 65 anos, estando a maioria na casa dos 20 anos.

As profissões variam muito, desde: estudantes (6); empregada de loja (1); rececionista (1); ; pedreiro (1); engenheiro civil (1); motorista (1); jornalista (3); assistente comercial (1); back office (1); jardineira (1); jornalista (estagiária) - (1); doméstica (1); empregada doméstica (1); editor multimédia (2); engenheiro informático (1); cozinheira (1) e operadora (não especializada) - (1).

Apesar de a amostra ter sido recolhida de forma aleatória, verifica-se que, em comparação, existe alguma proximidade em relação às profissões representadas.

O primeiro passo foi introduzir a ideia do questionário: explicar o seu fim e o que iria ser analisado e avaliado de 1 a 5 (sendo 5 a razão mais importante e 1 a razão menos importante). Em média, cada questionário levou cerca de três minutos a ser aplicado. Dependendo da preferência do inquirido, o questionário foi respondido diretamente por ele/a ou as perguntas foram lidas por mim (nestes casos fui também eu quem assinalou as respostas). O primeiro caso foi o mais frequente.

A aplicação do inquérito foi precedida por um momento no qual foi disponibilizado ao inquirido um exemplar do jornal em análise. Os exemplares escolhidos fazem parte da análise feita anteriormente e têm como característica comum o facto de terem, pelo menos, duas ilustrações.

Seguem-se infografias que apresentam os resultados do inquérito aplicado sobre o jornal *i*.

Começemos pelas respostas do jornal *i*...

Na questão número 1 (Que importância têm para si as ilustrações, em complemento, ou integradas, com a informação que lê no jornal ou online?):

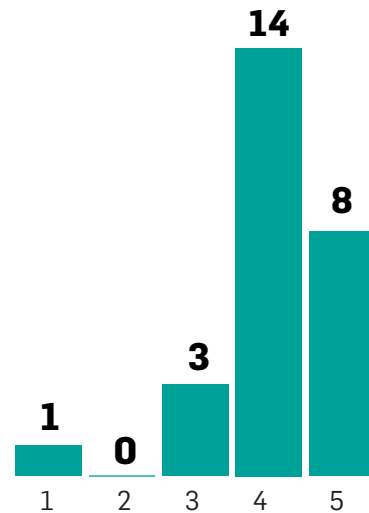


Fig.92 | Gráfico de resultados da questão n.º 1 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *i*.

A esmagadora maioria dos inquiridos revelou atribuir muita ou bastante importância à utilização de ilustrações no jornal, o que poderá servir como suporte para a aposta que os jornais têm vindo a fazer neste formato de comunicação.

Enquanto que na questão número 2 (Que tipo de sensações transmitem as ilustrações?) sendo que nesta opção a pessoa podia assinalar mais do que uma sensação:

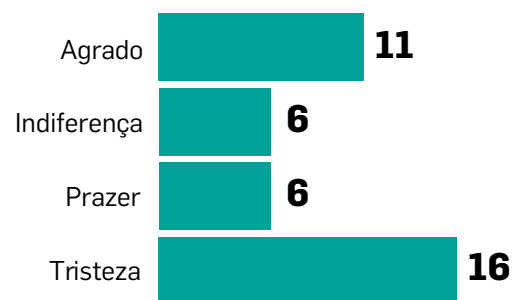


Fig.93 | Gráfico de resultados da questão n.º 2 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *i*.

Os resultados aqui apresentados justificam-me pelas temáticas das ilustrações que lhes foram apresentadas, sendo que a maioria seleccionou a opção de tristeza.

Isso vai ao encontro com o que tinha analisado sobre estas ilustrações do jornal *i* em específico.

Na questão número 3 (Que importância tem para si a harmonia na passagem entre cada ilustração, num jornal por exemplo?):

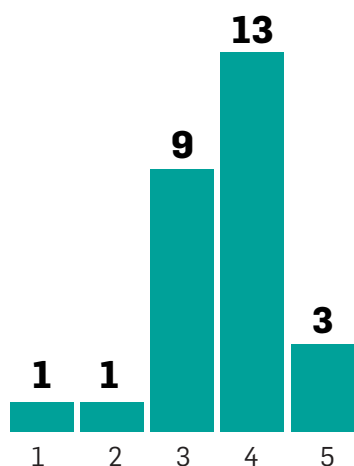


Fig.94 | Gráfico de resultados da questão n.º. 3 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *i*.

Podemos observar que a maioria optou por atribuir a classificação de 4 (importante - médio) à harmonia de passagem de uma ilustração para outra, conforme a sua temática e estilo.

Isso demonstra que o público leitor se preocupa com o seguimento de ilustrações ao decorrer do suplemento.

Na pergunta número 4 (A forma como estão dispostas influencia a sua interpretação da informação? Por exemplo: a dimensão, cor , etc...):

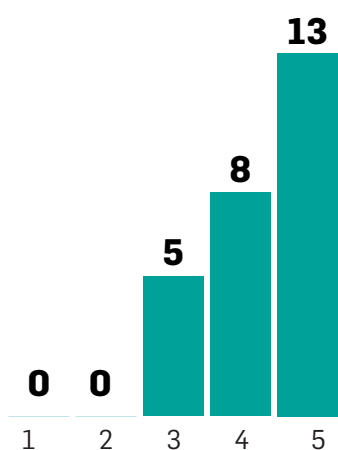


Fig.95 | Gráfico de resultados da questão n.º. 4 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *i*.

Através destas respostas poderá concluir-se que grande maioria dos inquiridos mostra ter literacia mediática, na medida em que atribuem muita importância a aspetos como a dimensão e cor,

por exemplo, para a compreensão da ilustração apresentada, e também para compreender a notícia em si.

Na questão número 5 (As ilustrações ajudam-no/a a compreender a informação que lê?):

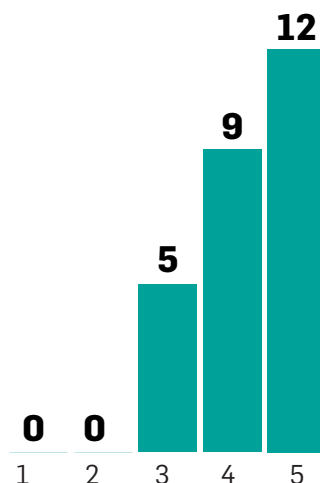


Fig.96 | Gráfico de resultados da questão nº. 5 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *i*.

Maioria dos inquiridos valoriza este tipo de opções editoriais como forma de passar uma mensagem. Muitos dos inquiridos afirmam que é o elemento de estímulo para a leitura e compressão.

Na questão número 6 (Sente que a ilustração é relevante para a notícia, que transmite informação, ou apenas uma decoração complementar?):

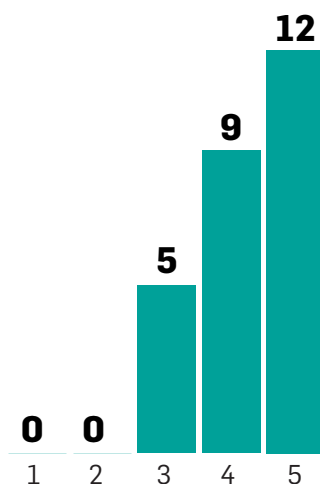


Fig.97 | Gráfico de resultados da questão nº. 6 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *i*.

Neste caso, podemos observar que a maioria dos inquiridos considera que a ilustração é um método importante para passar a

informação, que não é um elemento “descartável”. Podendo trazer algo mais do que a informação principal.

Enquanto que na questão número 7 (Consegue distinguir as ilustrações dos vários jornais? Se sim, indique quais.):

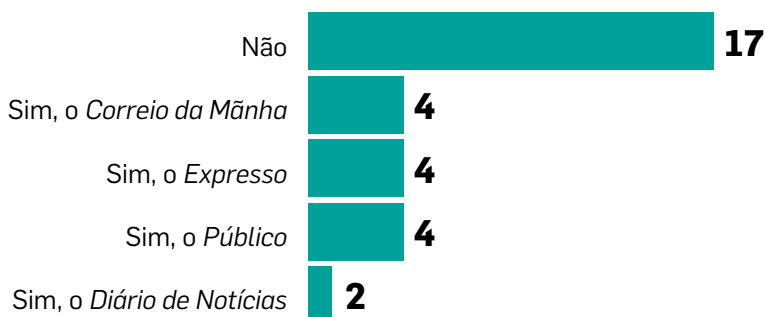


Fig.98 | Gráfico de resultados da questão n.º. 7 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *i*.

Quanto ao reconhecimento das ilustrações do jornal de maneira a compará-lo com outros, 17 pessoas não conseguiram distinguir o jornal de outro, por exemplo. Outras 4 pessoas conseguiram distinguir do jornal *Correio da Manhã*; o jornal *Expresso* (4 pessoas); o jornal *Público* (4 pessoas) e por fim, a comparação com o jornal *Diário de Notícias* (2 pessoas). Portanto, as ilustrações do jornal *i* são pouco reconhecidas pelo público, mas ainda assim, algumas pessoas conseguem distingui-lo de outros jornais.

Na questão número 8 (Coloque as razões pelas quais, no seu entender, uma publicação opta por usar ilustrações, sendo 5 a razão mais importante e 1 a razão menos importante:) - na opção de *Preocupações estéticas*:

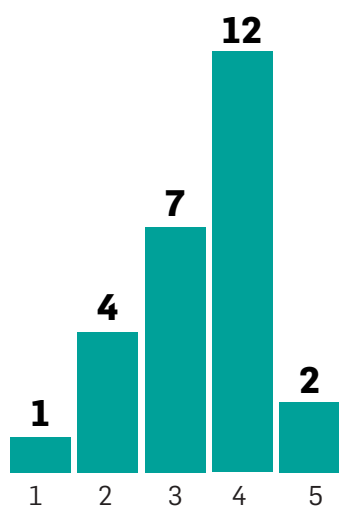


Fig.99 | Gráfico de resultados da questão n.º. 8.1 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *i*.

Podemos observar que a maioria dos inquiridos não considera que o jornal *i* utiliza ilustrações por questões estéticas.

Na opção da ilustração ser um Complemento da informação:

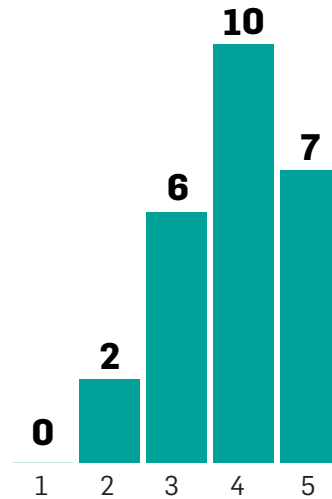


Fig.100 | Gráfico de resultados da questão n.º. 8.2 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *i*.

Mesmo não sabendo da intenção do jornal, o público inquirido considera que é bastante importante (5) ou importante (4) o facto do jornal *i* aparentar utilizar ilustração pelo facto de ser um complemento de um informação nas publicações periódicas.

No campo de Vontade de ser diferente:

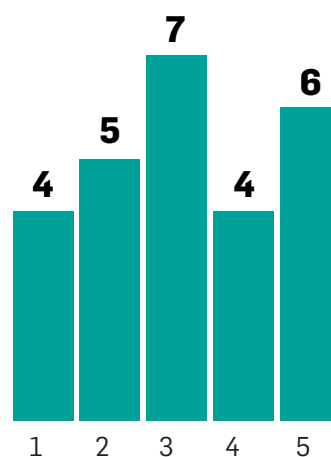


Fig.101 | Gráfico de resultados da questão n.º. 8.3 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *i*.

O total do público inquirido encontra-se dividido no que diz respeito à crença que o jornal utiliza ilustrações pela vontade de ser diferente. Sendo que a uma parte (7) dos inquiridos considerou apenas importante o facto do do jornal abordar a ilustração por

tais razões e outra parte (6) acreditarem que sim, que o jornal tem bastante vontade de ser diferente. Temos o público dividido de opiniões criando uma espécie de tensão em relação dos objectivos do jornal no que diz respeito à utilização da ilustração.

Na opção *Melhora a forma de apresentar aquela informação*:

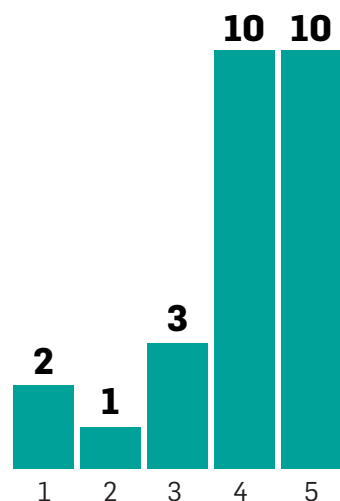


Fig.102 | Gráfico de resultados da questão n.º 8.4 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *i*.

A esmagadora maioria dos inquiridos considera bastante importante (5) e importante (4) pelo facto do jornal *i* ter utilizado a ilustração nos artigos demonstrados foi com a suposta intenção de melhorar o formato de apresentação da notícia em específico. Mais uma vez, podemos analisar que a ilustração tem a sua influência na interpretação de informação do jornal em análise.

Na opção *Respeitar as opções gráficas*:

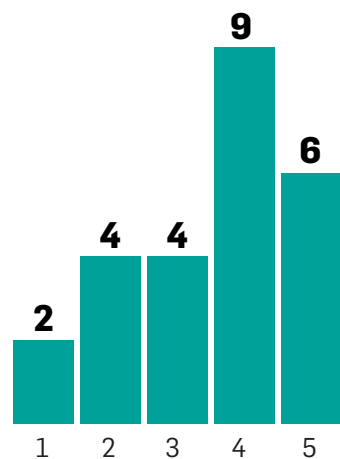


Fig.103 | Gráfico de resultados da questão n.º 8.5 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *i*.

O público inquirido considera bastante importante (entre 4-5) o facto do jornal aparentar utilizar a ilustração com o fim de respeitar as normas gráficas, sendo assim, a ilustração como um dos elementos pensados tal como a notícia, obedecendo a “grelha” de notícias.

Na questão número 9 (Considera que as ilustrações contribuem para que o leitor volte a ler o mesmo ou um próximo jornal?):

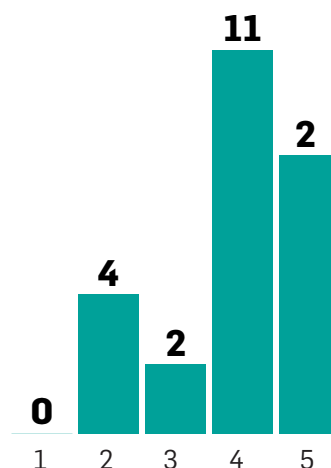


Fig.104 | Gráfico de resultados da questão n.º.9 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *i*.

Para completar esta avaliação, metade das pessoas consideram apenas importante (com a avaliação de 4, de 1 a 5) a ilustração garantir ou deixar curiosidade para que voltem a ler o mesmo jornal apresentado ou um futuro jornal do *i*. Oito pessoas consideram bastante importante (com a avaliação de 5) a ilustração do jornal para uma re-leitura ou leitura de uma próxima edição.

Seguem-se infografias que apresentam os resultados do inquérito aplicado sobre o jornal *Diário de Notícias*.

No questionário para o jornal *Diário de Notícias* as perguntas foram idênticas, para que no fim pudesse comparar os dois jornais seleccionados.

Na questão número 1 (Que importância têm para si as ilustrações, em complemento, ou integradas, com a informação que lê no jornal ou online?):



Fig.105 | Gráfico de resultados da questão nº.1 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *Diário de Notícias*.

Do jornal *Diário de Notícias*, também a maioria das pessoas (14) questionadas consideram importante (com a avaliação de 4) as ilustrações serem complementadas e/ou integradas nas notícias do jornal físico e online. Portanto, tal como o jornal *i*, podemos observar que o público inquirido incentiva a introdução da ilustração nos dois formatos de apresentação de notícia.

Enquanto que na questão número 2 (Que tipo de sensações transmitem as ilustrações?):

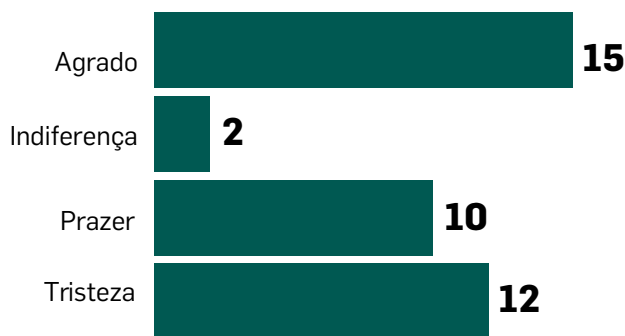


Fig.106 | Gráfico de resultados da questão nº.2 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *Diário de Notícias*.

tendo que nesta opção a pessoa podia assinalar mais do que uma sensação - 15 pessoas responderam que as ilustrações transmitem agrado; 2 pessoas identificaram a sensação de indiferença; 10 identificaram prazer; e por fim, 12 classificaram como sensação a tristeza.

A maioria do público inquirido considera a ilustrações apresentadas transmitem agrado, apesar da ilustração aparentar ser uma coisa triste. O que me surpreendeu nesta questão, pois o público inquirido foi além das expectativas.

Também podemos analisar que, apesar da ilustração aparentar ser “triste”, muitos ignoraram a situação uma vez que na página anterior apresenta um cartoon. Em comparação com o jornal *i*, este ganha por representar soldados em sofrimento e a guerra. Mesmo tendo o tema semelhante - a guerra - a figura do soldado repetida, mais o reforço da ilustração seguinte da guerra a receber dinheiro tem mais impacto. Aliás, a maioria das pessoas que responderam leram a legenda das ilustrações do jornal *i*, e não do *Diário de Notícias* por este não apresentar de imediato a legenda. Facilmente conseguiram associar a ideia apresentada à legenda.

Mesmo que o jornal *i* não tenha um estilo definido para as ilustrações, consegue ser interpretada com maior facilidade, ao contrário do *Diário de Notícias* - que tem estilo definido pelos autores (André Carrilho e José Bandeira) - por ser mais complexo e exige mais atenção do leitor.

Na questão número 3 (Que importância tem para si a harmonia na passagem entre cada ilustração, num jornal por exemplo?)

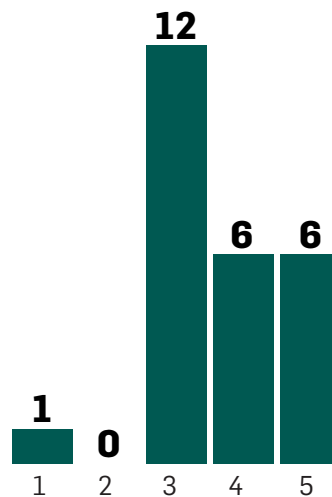


Fig.107 | Gráfico de resultados da questão n.º.3 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *Diário de Notícias*.

Podemos analisar que a maioria optou por atribuir a classificação de 3 (apenas importante) à harmonia de passagem de uma ilustração para outra, conforme o estilo de grafismo e tema. Tal como o jornal *i*, mais uma vez, só demonstra que o público leitor preocupa com o seguimento de ilustrações ao decorrer do suplemento.

Na pergunta número 4 (A forma como estão dispostas influencia a sua interpretação da informação? Por exemplo: a dimensão, cor, etc...):

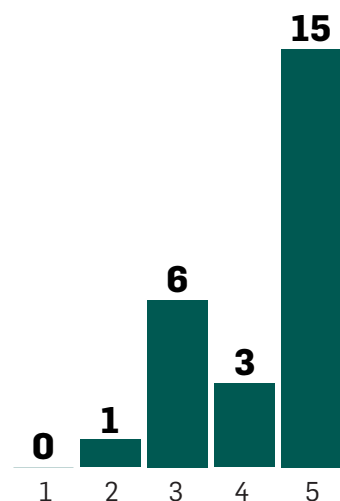


Fig.108 | Gráfico de resultados da questão nº.4 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *Diário de Notícias*.

Poderá concluir-se com estas respostas que grande maioria dos inquiridos considera bastante importante aspetos como a dimensão e cor, por exemplo, para a compreensão da ilustração apresentada.

Na questão número 5 (As ilustrações ajudam-no/a a compreender a informação que lê?):

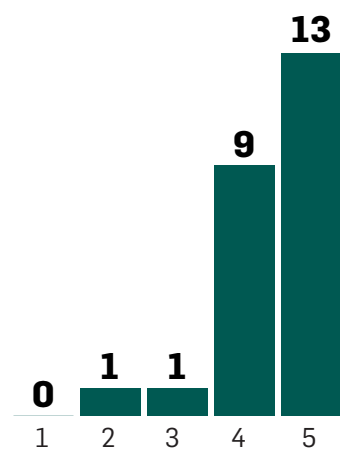


Fig.109 | Gráfico de resultados da questão nº.5 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *Diário de Notícias*.

Tal como no jornal *i*, a maioria dos inquiridos valoriza este tipo de opções editoriais como forma de passar uma mensagem. Podemos observar que ambos dos públicos inquiridos aprecia este género de abordagem para interpretar a notícia.

Na questão número 6 (Sente que a ilustração é relevante para a notícia, que transmite informação, ou apenas uma decoração complementar?):

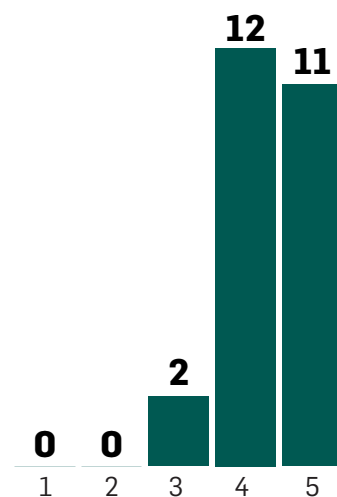


Fig.110 | Gráfico de resultados da questão nº.6 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *Diário de Notícias*.

Como podemos analisar, a maioria do público inquirido do jornal *Diário de Notícias* aprecia este meio de comunicar a informação considerando a ilustração bastante relevante para a notícia. Dos dois jornais analisados, podemos concluir que o facto de utilizarem a ilustração como outro método informativo é uma mais valia para a adesão e leitura dos jornais, sendo ela um elemento bastante atractivo para iniciar uma compreensão da informação.

Enquanto que na questão número 7 (Consegue distinguir as ilustrações dos vários jornais? Se sim, indique quais.):

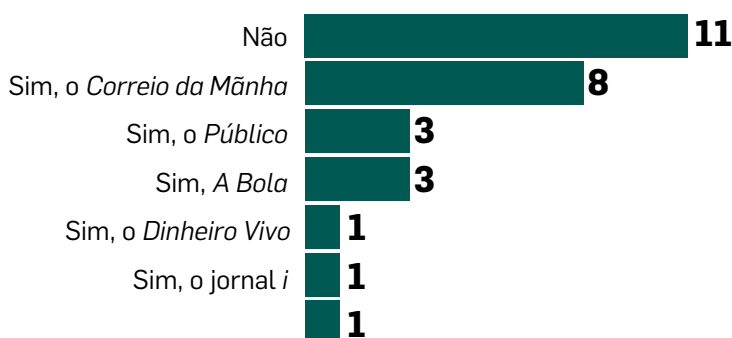


Fig.111 | Gráfico de resultados da questão nº.7 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *Diário de Notícias*.

Quanto ao reconhecimento das ilustrações do jornal de maneira a compará-lo com outros, 11 pessoas não conseguiram distinguir o jornal de outro, por exemplo. Outras 8 pessoas conseguiram distinguir do jornal *Correio da Manhã*; o jornal *A Bola* (3 pessoas); o jornal *Público* (3 pessoas); o jornal *O Jogo* (1 pessoa); o jornal *Dinheiro Vivo* (1 pessoa) e por fim, a comparação com o jornal *i*

(1 pessoa). Portanto, as ilustrações do jornal *Diário de Notícias*, tal como o jornal *i*, são pouco reconhecidas pelo público, mas ainda assim, algumas pessoas conseguem distingui-las de outros jornais. No geral podemos fazer uma comparação com o público inquirido do jornal *i*, em 17 pessoas não conseguiram identificar um jornal diferente. Isso só demonstra que o público reconhece mais as ilustrações do jornal *Diário de Notícias* que o do jornal *i*. O fenómeno é observável pelo o número de tiragens que cada um vende ao longo de um mês, por exemplo.

Na questão número 8 (Coloque as razões pelas quais, no seu entender, uma publicação opta por usar ilustrações, sendo 5 a razão mais importante e 1 a razão menos importante:) - na opção de *Preocupações estéticas*:

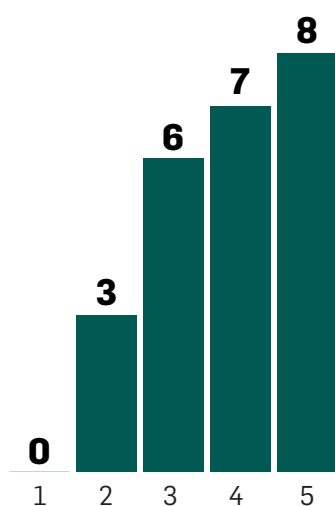


Fig.112 | Gráfico de resultados da questão nº.8.1 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *Diário de Notícias*.

Podemos observar que a maioria dos inquiridos não considera que o *Diário de Notícias* utiliza ilustrações por questões estéticas, tal como na resposta a esta questão do jornal *i*.

Na opção da ilustração ser um *Complemento da informação*:

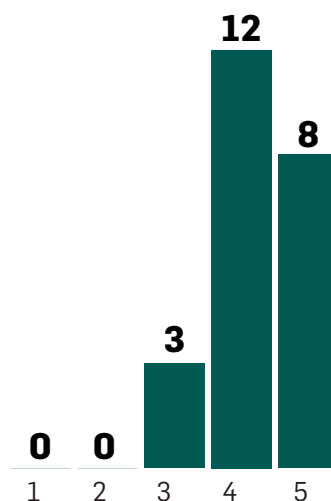


Fig.113 | Gráfico de resultados da questão n.º.8.2 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *Diário de Notícias*.

Podemos nesta questão analisar que o público inquirido considera importante (4) o facto do jornal *Diário de Notícias* aparentar utilizar ilustração pelo facto de ser um complemento de um informação nas publicações periódicas, enquanto que outro grupo de 8 pessoas inquiridas considera bastante importante pelas mesmas razões.

Calculando o número geral das pessoas inquiridas (18 pessoas inquiridas do *Diário de Notícias* e 15 pessoas do jornal *i* que classificaram entre 4 e 5 - no total de 33 pessoas em 50 inquiridas), podemos referir que o público em geral acredita que os dois jornais utilizam a ilustração como forma de preencher a página do artigo com uma informação gráfica complementar.

No campo de *Vontade de ser diferente*:

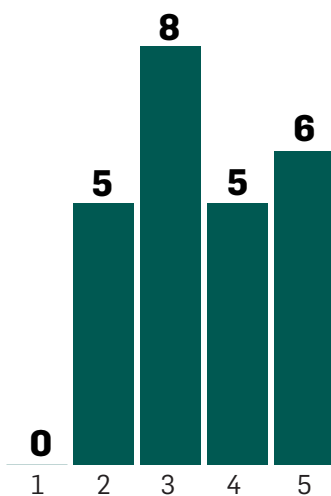


Fig.114 | Gráfico de resultados da questão n.º.8.3 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *Diário de Notícias*.

O público inquirido (8/25) considerou apenas importante o facto do do jornal abordar a ilustração por ter vontade de ser diferente. Outra parte do público inquirido (6/25) seleccionou a opção bastante importante no que diz respeito à utilização da ilustração, criando uma situação de dualidade de conclusões. Mas pode-se dizer no geral que o público acredita que a intenção de o jornal abordar temas com ilustração é pela vontade de ser distinta.

Na opção *Melhor forma de apresentar aquela informação*:

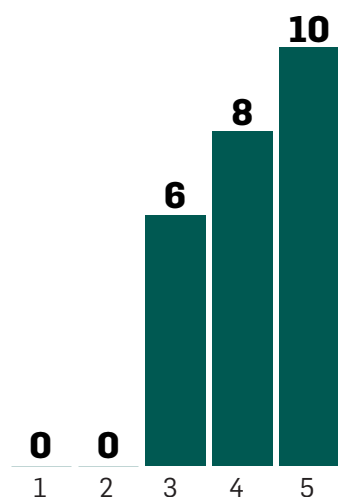


Fig.115 | Gráfico de resultados da questão nº.8.4 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *Diário de Notícias*.

A esmagadora maioria dos inquiridos considera bastante importante (5) e importante (4) pelo o facto do jornal *Diário de Notícias* ter utilizado a ilustração nos artigos demonstrados também, tal como o jornal i, foi com a suposta intenção de melhorar o formato de apresentação da notícia em específico. O facto é - a utilização da ilustração - uma solução acreditada pelo público inquirido para melhorar o formato de apresentação das notícias nas publicações periódicas nos dois jornais demonstrados.

Na opção *Respeitar as opções gráficas*:

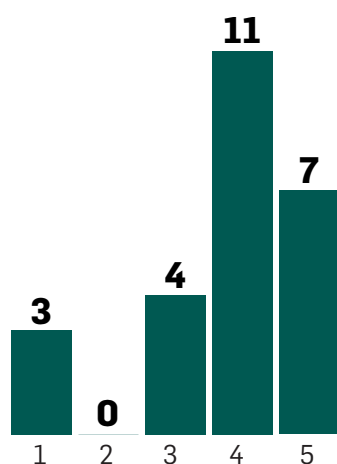


Fig.115 | Gráfico de resultados da questão nº.8.5 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *Diário de Notícias*.

O público inquirido considera importante (4) o facto do jornal aparentar utilizar a ilustração com o fim de respeitar as normas gráficas. A resposta desta questão dos dois jornais acabou por surpreender-me, uma vez que acreditava que o público inquirido iria considerar que não, que a ilustração não é utilizada como um dos elementos pensados para obedecer a “grelha” de notícias e sim, como uma forma de completar uma informação.

Na questão número 9 (Considera que as ilustrações contribuem para que o leitor volte a ler o mesmo ou um próximo jornal?):

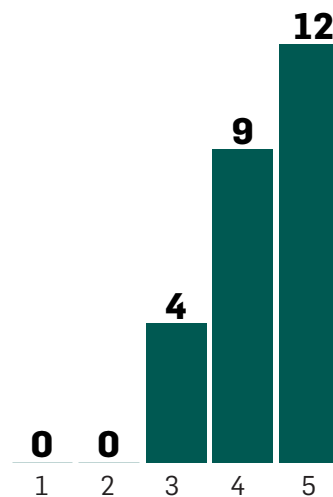


Fig.116 | Gráfico de resultados da questão nº.9 do inquérito elaborado sobre a influência das ilustrações no jornal *Diário de Notícias*.

Para completar esta avaliação, metade das pessoas consideram bastante importante (com a avaliação de 5, de 1 a 5) a ilustração garantir ou deixar curiosidade para que voltem a ler o mesmo jornal apresentado ou um futuro jornal *Diário de Notícias*. Nove pessoas consideram apenas importante (com a avaliação de 4) a ilustração do jornal para uma re-leitura ou leitura de uma próxima edição. Em comparação com o jornal *i*, as ilustrações acabam por ficar mais na memória do leitor, de maneira a capacitá-lo a reconhecê-la e ter curiosidade de ver repetida (o estilo) numa outra publicação.

Não consegui obter uma descrição do público alvos dos dois jornais em estudo, apenas consegui ver o número de tiragens no primeiro bimestre: tendo o jornal *Diário de Notícias* 21 602 mil tiragens e estiveram em circulação 13 348 mil.

Do jornal *i*, sabe-se que no mês de Março teve 16 mil tiragens.

Pode-se observar aqui o fenómeno do jornal *Diário de Notícias*, uma vez que vende mais que o jornal *i*.

Apesar do jornal *i* ter uma abordagem gráfica mais moderna, de facto, como podemos analisar, não se vê nos resultados de venda, em comparação com o jornal *Diário de Notícias* - que é um jornal

que vende mais e tem uma linguagem gráfica mais monótona. Aqui penso que prevalece o reconhecimento e hábito do público com o jornal do que estilo gráfico. O *Diário de Notícias* tem menos 65 420 tiragem que no primeiro bimestre do ano de 2000 (87 022 il tiragens), mas mesmo assim, consegue destacar no número de vendas e reconhecimento do público que o jornal *i* - que publica desde 2009.

Com foi referido anteriormente, o *Diário de Notícias* é um jornal com um estilo gráfico conciso, muito semelhante ao *New York Times*. As cores das ilustrações têm uma transversalidade em cada edição, criando uma harmonia e elo de ligação para o reconhecimento do seu leitor. Mas a abordagem gráfica cria uma espécie de monotonia na globalidade do jornal. Considero que que a solução que o jornal tem optado é, em cada edição surgir com uma ilustração com uma mensagem bastante forte (que podemos ver nas versatilidade gráfica e temática de André Carrilho conforme a notícia do momento). Penso que é uma estratégia de atrair leitores para comprar um próximo jornal... prepará-lo para uma próxima *catarse*!

No jornal *i*, a abordagem às ilustrações é completamente diferente: em cada página podemos encontrar um estilo diferente de ilustração, também diferenciadas pela gama cromática. A revista *Meios & Publicidade* no que refere à estética do jornal *i* assinala que (apoud 2012): “o *i* é um jornal que tem uma linha editorial e gráfica muito própria e específica que esta direcção pretende manter e cultivar, e desenvolver ainda mais a criatividade”, salientou Eduardo Oliveira e Silva.”

O jornal revela um pouco a pouca “maturidade” ao abordar diferentes estilos, mas isso como podemos analisar com o questionário, é que o público aprecia este género de tratamento gráfico, portanto, não é um factor depreciativo. Falta o jornal ganhar mais destaque e atrair mais público, a meu ver, bastaria apenas aprimorar as ilustrações de maneira a torná-las mais icónicas, memoráveis, coerentes além de apelativas.

Nos dois jornais, conseguimos observar a pertinência e presença de ilustração, segundo muitas das pessoas que responderam aos questionários, acrescentaram que elas cortam um pouco o facto da notícia ser massiva de se ler. A ilustração acaba por ser outro estímulo para compreender a notícia. Também nos dois jornais, o público não considerou o facto do jornal ter “vontade de ser diferente”, portanto, que o importante é passar a mensagem... nem que recorra ao apoio da ilustração para “melhorar a apresentação da informação” em específico. Por fim, mais do que metade (cerca de 70/80% dos questionados), não considerou que o jornal estivesse a respeitar as opções gráficas ao utilizar a ilustração, que o facto de utilizarem a ilustração é mais um método de informação do que comprimento de uma norma de um quadro.

A maioria conseguiu captar as emoções transmitidas pelas ilustrações das notícias, tendo assim um efeito de *catarse* no leitor, considerado por ele que os editores a têm preocupação pela a sua harmonia, organização e disposição no jornal - como forma de comunicar a mensagem com elementos como a cor e dimensão, por exemplo. Tal como refere o ilustrador Óscar Rocha (2008) “o tamanho também pode ser um fator em ter em conta, porque para o papel geralmente existe a necessidade de criar para um tamanho pré definido, na *internet* é mais livre, uma vez que a ilustração é muito importante a sua presença no jornal físico e *online*”, que também podemos observar na análise do questionário.

Como refere a ilustradora Mariana a Miserável (2018) a ilustração deve “adaptar consoante as limitações da finalidade (impresso com digital)” consoante as “questões a nível de técnica”, recorrendo por vezes “à criatividade para passar uma mensagem mais clara”.

Óscar Rocha (2018) defende que “todos os temas podem ser ilustrados, e alguns até com estilos mais apropriados. E claro, há que usar o consenso em na altura de elaborar o esboço ou trabalho, em algumas situações. Pode-se brincar, misturar, mas existem sempre alguns temas ou situações mais sensíveis.” e neste caso, as ilustrações mostradas ao público questionado, a mensagem foi transmitida claramente, passando a sensação de agrado e tristeza - recorrendo a técnicas de ilustração mais detalhadas e pensadas propositalmente para comunicar o tema da guerra (mesmo sendo uma mais actual do que a outra).

Conclusão

Para concluir, podemos analisar a evolução de temáticas ao longo dos séculos (passando de religiosa - século XVIII e século XIX), realçar o facto das técnicas de ilustração evoluírem com o surgimento de novas necessidades, apropriando-se da xilogravura como método de impressão nas publicações periódicas, a maioria de grande qualidade (principalmente quando eram de poucas tiragens ou a alto custo).

Além de se manifestar a religião através de meios de comunicação periódicos, houve expansão para outras áreas de interesse como a cultura e sociedade (podemos destacar *O Ilustrador*). Outros são mais de intuito progressista, como *O Óculo*, *O Pirata* (este com a introdução de caricatura com o fim de criticar a sociedade portuguesa pelo ilustrador Bordalo Pinheiro, além de muitos outros como Sebastião Sanhudo, Julião Machado, Jorge Cid, Tomás Júlio Leal da Câmara, Júlio Machado, Jorge Colaço, entre outros).

Também é realçar o facto da ilustração evoluir a passos da revolução tipográfica, por parte de tipógrafos judeus portugueses com inspiração de Espanha, como Eliseu Toledano, Samuel e Abrão d'Ortas, João Gherlic e Nicolau da Saxónia.

No século XX, podemos observar a alteração de modo e da temática representada, com ruptura da cultura oitocentista, destacando autores como Rafael Bordalo Pinheiro, um dos disseminadores da caricatura na técnica de litografia que criticou o povo português através da caricatura. Mais tarde, Almada Negreiros faz o mesmo, no seu estilo, representando os saltimbancos como forma de ridicularizar a sociedade portuguesa.

Durante séculos, podemos ver que a caricatura foi um método de fazer a população pensar no que se passava na cultura sócio política portuguesa, apesar de muita gente ser analfabeta, a ilustração era infalível para a compreensão da notícia.

Para Luís Andrade (2018) “as revistas não foram simples lugares de publicação individual, mas antes personagens colectivas que definiram sensibilidades e correntes de ideias”.

O fenómeno é observável principalmente da década de 40-60, em que se lutava contra um Portugal fascista, surgindo os jornais de esquerda e de direita (como por exemplo *A Acção*) e outros culturais, como *O Diabo*. A caricatura continuou presente nos jornais desenhadas por ilustradores como João Abel Manta, que representou bastante a figura do Salazar e o povo português no *Jornal de Letras*.

Portanto, podemos definir que as publicações periódicas, na História, foram sendo disseminadores de ideias através da

ilustração, interpretando a realidade social, política, económica e cultural através da caricatura.

Nos anos 90, começamos a ser beneficiados com a revolução da computação gráfica: com o surgimento a ilustração digital e a reprodução em massa do mesmo. Deste período, surgem ilustradores como Henrique Cayatte, Cristina Sampaio, André Letria e André Carrilho, o grupo *Almanaque Silva* e *Silvadesigners* dirigido pelo *art director, designer, illustrator* e comentador activo Jorge Silva.

Cristina Sampaio (*Expresso*) e José Bandeira (*Diário de Notícias*) exploram a estilo de cartoon para as publicações. O cartoon, a meu ver, acaba por ser um mecanismo eficaz de comunicação tanto como um texto jornalístico. Talvez para alguns seja tipo “bala” que perfura ideologias, muitas delas políticas ou religiosas - como o célebre caso de Charlie Hebdo, em que as consequências arrasta margens para o assassinato - ou para outros, apenas um adorno ao texto. Mas acredito que a força da mensagem, com o acompanhamento do modernismo do traço, leva a romper com barreiras de dúvidas. Será sempre uma solução para os cartoonistas, um auxílio para os jornalistas, uma arma para muitos e uma questão para alguns. A resposta aqui será, como em tudo, estar a par do que se passa no país e no mundo. Comparando com a minha experiência como estagiária no jornal, sentiu-se um pouco disso: uma falta de conhecimento sobre as áreas que “circula o mundo”. Não querendo ferir o apego de alguns à ignorância (pelo desencanto com os cosmos), acredito que o conhecimento geral forma grande publicações, e por consequência, bons ilustradores a nível conceptual (se quiser ser um *designer*/artista que comunica para um público alvo). É essa a abordagem que os artistas têm assumido ao longo de séculos e a transversalidade parece ser verossímil e/ou progressiva e, como afirma José Bandeira, “um meio de agitar as massas”, uma forma de liberdade de expressão, mesmo que condicionada por uns.

No exemplo de Bandeira (2015) a liberdade expressiva artística “pode ser a religião, a nacionalidade, o ofício, a forma como penteamos o cabelo, o cão que temos ou não temos, o pronunciarmos os esses à moda desta ou daquela terra. Se nos tocar a nós, é bem possível que interpretemos um cartoon de formas que o autor jamais pensou serem possíveis. Desenha-se um cão e o leitor vê um gato. Há também aqueles que reagem por questões de hipersensibilidade religiosa, política ou outra, mas felizmente, tanto quanto me posso aperceber, têm por cá uma expressão diminuta.”

Actualmente, podemos observar o revivalismo de técnicas de representação, tanto para digital como físico. Os leitores apresentam-se como participantes com a mentalidade activa na sociedade pela a capacidade das ilustrações desdobrarem, de maneira sedutora, a mensagem (tendo muitas das vezes o efeito de *catarse*) e de herdarem e capacitarem leitores para uma cultura visual, criando uma espécie de “desenvolvimento sustentável” para a interpretação das ilustrações.

Acredito que a progressão de estilos e subestilos de ilustração está a nível mais terreno e abrasivo, uma vez que, tal como Marcos Serra Barcelos (2012) afirma, “a ilustração passa ser mais do que uma representação: “(...) criamos imagens onde elas não estão visualmente presentes. Atribuímos valores imagéticos” e transformamos a imaginação em algo concreto e útil. (...)”. Também porque tal como o autor refere (*ibidem* 2012) “nas publicações, o leitor tem ”(...) maior percepção do texto verbal. É como se fosse estratégia visual, criando diálogo no qual o observador será convidado a ler, devido a uma espécie de “comunicação” entre imagem e o texto. (...)”.

Um dos grandes desafios que se tem deparado no *design* de comunicação, como nas publicações periódicas é a publicação de ilustração nas várias plataformas digitais como o *Behance*, o *Facebook*, o *Instagram*, o *Tumblr* e o *Pinterest* que divulgam trabalhos de vários jovens artistas, é que geram *likes* (gostos) e plágios de fórmulas. Cessa, por um lado, a selecção de artistas profissionais pelos *art directors* das grandes empresas, revistas e jornais - pelo facto de haver muita ilustração e muitas da mesma corrente gráfica - de ilustradores. Ao mesmo tempo, acaba por ser uma boa forma de globalizar a mensagem conceptual que se pode encontrar nas quatro maiores arquivos digitais de maior influência. Servem de “montra” que faz com que a ilustração contemporânea seja o centro gravital de estilo e métodos. A reutilização digital está subjacente ao processo criativo de um ilustrador, apesar de ser perigoso e “promíscuo” termos as mesmas referências. A amplitude de resultados possíveis diminui também a importância do rigor e disciplina.

Os jovens ilustradores profissionais mais as publicações periódicas são os mais afectados por este fenómeno, mas por outro lado dá força a uma regeneração de conceitos e técnicas para uma futura base de criação.

O que pode acontecer em 2018 e nos próximos anos é que podemos começar a detectar esses pequenos fragmentos de “deficiência”/crise de ideias ou subestilos e fazer uma pequena diferença entre os ilustradores que reinam nessas plataformas e outras publicações periódicas.

Lawrence Zeegen, no livro *How To Be An Illustrator - Como Ser Um Ilustrador* - (2005, p.122), afirma que “houve época em que diretores de criativos de revistas e diretores de arte deixavam de lado uma revista todas as semanas para ver portfólios e se encontrar com ilustradores e fotógrafos. Infelizmente, esse slot mágico parece ter desaparecido nos últimos anos, em parte devido ao aumento das cargas de trabalho, mas também porque outras formas de autopromoção se tornaram populares (...)”.

Há desenvolver a “honestidade intelectual” dos ilustradores, mas principalmente dos editores, uma vez que a ilustração quase apresenta como um pequeno embrião nas notícias. E também pelo

facto das ilustrações aparentarem possuir um carácter caricatural, de maneira a desafiar a crença do leitor. Ela pode ser mais do que um arte que dita a escassez de recursos fotográficos. Tal como Mário Moura (2008) refere, “a falta de opinião das imagens ilustra a falta de opinião dos textos.”

Dos jornais analisados, podemos alegar que o *Diário de Notícias* tem linha gráfica mais coerente do que o jornal *i*, talvez pelo facto de André Carrilho articular a ironia e acentuar o ridículo - com elementos de subversão potenciadores de uma libertação que tem impactos sociais e políticos, tratando o jornal *i* de temas mais recorrentes. Para o sucesso do jornal *i*, a solução será tornar as ilustrações mais coerentes, concisas e fortes - não se apoiando só no estilo gráfico!

Podemos confirmar que, apesar do público não reconhecer muito as ilustrações dos diferentes jornais (como é natural), a generalidade das 50 pessoas inquiridas no âmbito deste trabalho dá importância ao que é e como representado, não esquecendo a harmonia de passagem entre as ilustrações no decorrer do jornal, assim como a dimensão e a cor (aqui principalmente para os cartoons, por apresentarem texto).

Tal como menciona Marcos Barcelos (2012) “as cores representam símbolos. Por exemplo, o vermelho significa amor, perigo, calor e vida. Logo, sendo utilizadas ou não, as cores podem produzir vários significados. (...)”

Dos tipos de ilustração, podemos reflectir que os dois jornais analisados utilizam os três tipos de ilustração para jornalismo: o cartoon, a infografia, a caricatura. E os dois fazem o mesmo uso da ilustração, causar algum impacto no leitor.

Apesar de os inquiridos não estarem muito familiarizado com a carga emocional despojada nas ilustrações demonstradas, consideram importante a ilustração garantir que leiam os jornais em questão, ou uma edição futura, sendo ela bastante relevante para a compreensão da notícia.

Quanto ao *futuro da ilustração*, a ilustradora Mariana a Miserável (2018) descreve que “a ilustração já está no “futuro” porque o futuro é onde as fronteiras entre as várias formas de comunicar se dissolvem e um ilustrador pode fazer um pouco de tudo”.

Enquanto que o ilustrador Óscar Rocha (2018) assinala que “a ilustração terá sempre lugar na imprensa, pelo liberdade que pode proporcionar, pelo poder que tem de englobar temas e motivos num só ‘boneco’, pela polivalência que tem em criticar, informar, brincar ou simplesmente embelezar, e por todo o seu significado. Mudam-se os estilos de concepção, que vão vivendo de modas, mas a ilustração mantém-se sempre.” O designer Jorge Silva, na entrevista à revista *Briefing* em 2015, no que diz respeito à urgência da ilustração, garante que “com a estafada crise global e a falta de escala do país, a ilustração portuguesa é um elo fraco na cadeia de

produção cultural, e como profissão ou atividade remunerada tem sofrido uma forte redução de valor”.

Acredito que o ilustrador tem a habilidade de criar ideias, além de resolver um problema. Para garantir um futuro ilustrado promissor, relevante e valorizado, há que capacitar os leitores a decifrar imagens, não só associá-las à notícia. Estilisticamente pode ficar bem na página, mas pode falhar na parte de atribuir um conhecimento o assunto ilustrado ao leitor. Há que investir principalmente no reconhecimento da ilustração ao longo da história das publicações portuguesas - criando um arquivo de ideias para não só para os ilustradores, também para os leitores (tal como tem feito o jornal *i* mais o jornal *Diário de Notícias*, com pequenas publicações periódicas de relíquias ilustradas).

BIBLIOGRAFIA

- **VILHENA, João Carlos de; MESQUITA, César;** *A Ilustração nas Publicações Periódicas Portuguesas (1820-1850)*; Universidade do Porto – Faculdade de Letras; Porto, 1997
- **LOPES OLIVEIRA, João;** jornal *Dinheiro Vivo*; sábado, 25 de Novembro de 2017; p.23.
- **HELLER, Eva,** *A Psicologia das Cores*, 2000.
- **CARDOSO E CUNHA, Maria João;** *Desenho e Palavra - O Desenho através da Infografia na Imprensa Periódica Portuguesa*, Lisboa, 2008.
- **FIDALGO, Daniel Sérgio,** *Pano rama da Ilustração Editorial Portuguesa no Século XX*, Tomar, 2015.
- **MOITA, Luiz;** *O Problema das Artes Gráficas*; Abril, 1935, p. 44.
- **QUINTAS, Ana Maria da Silva Barros;** *Grafismo e Ilustração em Portugal nos anos 40 - Tese de Doutoramento em História da Arte*; Universidade Nova de Lisboa, 2014
- *Esta Página*, in *A Tarde* ; 24/06/1945, p.3
- **NOGUEIRA, Isabel;** *Artes Plásticas e Crítica em Portugal nos Anos 70 e 80: Vanguarda e Pós-Modernismo*; Coimbra, 2013
- **Rodrigues, António;** *Ritmos Gráficos. In: Marques, Bernardo - Bernardo Marques: Obra Gráfica*; Lisboa; Fundação Calouste Gulbenkian, 1999, p. 15.
- **NOGUEIRA, Mário Marcelo, Rocha, Carlos de Sousa,** *Edição Electrónica Panorâmica das Artes Gráficas III*, Lisboa: Plátano Editora, 2001, p.297.
- **SILVA, Susana Maria Sousa Lopes;** *A Ilustração Portuguesa para a Infância no Século XX e Movimentos Artísticos: Influências Mútuas, Convergências Estéticas*; Universidade do Minho, 2011.
- **RAND, Paul;** *Thoughts on Design*; Nova Iorque, 1947.
- **RIBEIRO, Susana Almeida;** *Infografia de Imprensa - História e Análise Ibérica Comparativa*; Coimbra, 2008.

WEBGRAFIA

V Worksoop

Disponível em:

<http://vworkshop.com/understanding-illustration-in-visual-arts/>

Público

Disponível em:

<https://www.publico.pt/2015/10/18/culturaipsilon/noticia/quando-a-ilustracao-se-agiganta-1711157>

<https://www.publico.pt/2018/03/31/culturaipsilon/noticia/o-seculo-xx-em-revistas-1808525>

<https://www.publico.pt/2018/03/31/culturaipsilon/noticia/o-seculo-xx-em-revistas-1808525#&gid=1&pid=4>

P3

Disponível em:

<http://p3.publico.pt/cultura/design/1591/lord-mantraste-ou-encarnacao-do-diabo>

<http://p3.publico.pt/node/697>

Time Out

Disponível em:

<https://www.timeout.pt/lisboa/pt/arte/nuno-saraiva-ha-desenhos-em-que-ainda-me-pedem-para-subir-o-decote>

Wikipédia

Disponível em:

https://pt.wikipedia.org/wiki/Pintura_do_rom%C3%A2nico

https://pt.wikipedia.org/wiki/Desenho_vetorial

<https://pt.wikipedia.org/wiki/Hashtag>

https://pt.wikipedia.org/wiki/Henrique_Cayatte

Designz by Jamz

Disponível em: <https://translate.google.pt/translate?hl=pt-PT&sl=en&u=http://www.designzbyjamz.com/importance-of-layout-in->

<http://www.designzbyjamz.com/designing-for-a-specific-target-audience/>

Graphic Design Materials

Disponível em:

[graphic-design-materials/&prev=search](http://www.graphic-design-materials.com/)

Conceito.de

Disponível em:

<https://conceito.de/vector>

Creative Glossary

Disponível em:

<http://www.creativeglossary.com/graphic-design/spread.html>

Freepik

Disponível em:

<https://www.freepik.com/>

Significados.com

Disponível em:

<https://www.significados.com.br/mindfulness/>

<https://www.significados.com.br/pdf/>

Des1gn On

Disponível em:

<http://www.des1gnon.com/2013/08/a-importancia-das-cores-e-sua-influencia/>

Prezi

Disponível em:

<https://prezi.com/xmgssafwfrar/a-importancia-da-cor-no-design/>

Design Culture

Disponível em:

<https://designculture.com.br/a-importancia-da-hierarquia-visual>

Pixel77.com

Disponível em:

<https://pixel77.com/color-psychology-web-design-color-schemes-big-websites/>

Infopédia

Disponível em:

<https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/Scroll>

Ciberdúvidas da Língua Portuguesa

Disponível em:

<https://ciberduvidas.iscte-iul.pt/consultorio/perguntas/como-traduzir-template/14455>

Daniel Silva

Disponível em:

<http://www.danielevsilva.com.br/uso-das-cores/>

Smashing Magazine

Disponível em:

<https://www.smashingmagazine.com/2010/01/color-theory-for-designers-part-1-the-meaning-of-color/>

Envato Tuts+

Disponível em:

<https://webdesign.tutsplus.com/pt/tutorials/6-beginner-safety-first-color-guidelines-for-the-web--cms-21462>

ABC Mix

Disponível em:

<http://www.joomlasitedesigner.com/o-que-e-um-template.html>

Projecto Bame (Blogspot)

Disponível em:

<http://projectobame.blogspot.pt/2015/11/julio-coelho-da-silva-gil.html>

João Fazenda

Disponível em:

<http://www.joaofazenda.com>

André Letria

Disponível em:

<https://andreletria.pt/>

A Viagem dos Argonautas

Disponível em:

<https://aviagemdosargonautas.net/2012/10/08/almanaque-silva-um-blog-onde-podemos-apreciar-banda-desenhada-e-ilustracoes-por-clara-castilho/>

Lord Mantraste (Behance)

Disponível em:

<https://www.behance.net/lordmantraste>

Sebenta do Diabo

Disponível em:

<http://sebentadodiabo.tumblr.com/>

Rádio e Televisão de Portugal - RTP

Disponível em:

<https://www.rtp.pt/programa/tv/p32452/e6>

Gonçalo Viana

Disponível em:

<http://goncaloviana.com>

João Maio Pinto

Disponível em:

<http://joaomaiopinto.com>

Lisboa Património Cultural

Disponível em:

<http://www.lisboapatrimoniocultural.pt/artepublica/azulejaria/autores/Paginas/Joao-Abel-Manta.aspx>

Revistas de Ideias e Cultura - RIC

Disponível em:

<http://ric.slhi.pt>

Just Another Wordpress (Weblog)

Disponível em:

<https://lizterra.wordpress.com/2009/10/08/como-analisar-e-entender-uma-imagem-uma-leitura-semiotica/>

Rua de Baixo

Disponível em:

<https://www.ruadebaixo.com/jose-bandeira.html>

Jornal Diário de Notícias

Disponível em:

<https://www.dn.pt/mundo/interior/rebeldes-sob-cerco-em-ghouta-9158342.html>

<https://www.dn.pt/mundo/interior/cerca-de-75-dos-russos-pensam-votar-em-putin-nas-presidenciais-de-marco---sondagem-8982561.html>

<https://www.dn.pt/media/interior/este-cartoon-portugues-ja-deu-a-volta-ao-mundo-5467991.html>

Jornal i

Disponível em:

<https://ionline.sapo.pt/603235>

<https://ionline.sapo.pt/606050>

<https://ionline.sapo.pt/605661>

<https://ionline.sapo.pt/autor/carlos-diogo-santos>

O Universo Numa Casca de Noz

Disponível em:

<https://abrancoalmeida.com/2009/04/19/a-jangada-da-medusa-de-theodore-gericault/>

Jornal Sol

Disponível em:

<https://sol.sapo.pt/artigo/604849/marielle-franco-foi-morta-pelas-suas-ideias-mas-ha-quem-queira-despolitizar-os-protestos>

Dicionário Informal

Disponível em:

<https://www.dicionarioinformal.com.br/significado/toupeira/1532/>

Priberam

Disponível em:

<https://www.priberam.pt/dlpo/toupeira>

Meios & Publicidade

Disponível em:

<http://www.meiosepublicidade.pt/2012/05/jornal-i-aposta-na-investigacao/>

Associação Portuguesa de Controlo de Tiragens - APCT

Disponível em:

http://www.apct.pt/Analise_simples.php

Mari Xabo

Disponível em:

<https://marixabo.wordpress.com/2008/05/04/ilustracao-hoje-e-amanha/>

Centro de Investigação para Tecnologias Interactivas - CITI

Disponível em:

http://www.citi.pt/cultura/artes_plasticas/caricatura/antonio/historia_caricatura.html

Marcos Barcelos

Disponível em:

<https://www.behance.net/gallery/36046465/Textos-para-Jornais-Impressos>

Revista Briefing

Disponível em:

<https://www.briefing.pt/criatividade/33141-o-que-e-urgente-na-ilustracao-evoluir-diz-o-jorge.html>

Almanaque Silva

Disponível em:

<https://almanaguesilva.wordpress.com>

Jornal Dinheiro Vivo

Disponível em:

<https://www.dinheirovivo.pt/carreiras/agir-e-comunicar-como-um-lider-inspirador/>

Nós e a História 12

Disponível em:

<https://noseahistoria.wordpress.com/2011/05/19/a-regeneracao-1851-1910-2/>

Jornal de Angola

Disponível em:

<http://www.pressreader.com/angola/jornal-de-angola/20170423/281887298191497>

Jean Wyllys (Facebook)

Disponível em:

<https://www.facebook.com/jean.wyllys/posts/1738254429555890>

Ressabiator (Blog)

Disponível em:

<https://ressabiator.wordpress.com/2010/03/23/o-que-e-uma-ilustracao/>

<https://ressabiator.wordpress.com/2008/12/11/o-que-se-passa-com-a-ilustracao/>

Bloomberg

Disponível em:

<https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-12-19/bitcoin-slumps-10-percent-in-biggest-drop-since-before-futures>

Fotografia de Putin no The Hill

Disponível em:

<http://thehill.com/opinion/international/377485-why-putins-reelection-is-guaranteed>

Museu Bordalo Pinheiro

Disponível em:

<http://museubordalopinheiro.cm-lisboa.pt/0301/G05.htm#>

João Abel Manta (Obra gráfica)

Disponível em:

<http://www.cm-tvedras.pt/agenda/detalhes/71159/>

<http://www.nunocanilho.pt/wp-content/uploads/2015/08/IDADES-SALAZAR-01.jpg>

Maria Keil (Obra gráfica)

Disponível em:

<https://almanaguesilva.wordpress.com/2012/06/11/folhas-caidas-i/>

Cristina Sampaio (Obra gráfica)

Disponível em:

http://www.cristinasampaio.com/pt/portfolio_pt/pf2004_pt/04b_minister_pt.html

Henrique Cayatte (Obra gráfica)

Disponível em:

<http://praticasdesign.blogspot.com/2013/03/henrique-cayatte-nasceu-em-lisboa-em.html>

Mariana a Miserável (Obra gráfica)

Disponível em:

<https://www.behance.net/gallery/22779885/Last-christmas>

FONTES PRIMÁRIAS

Jornal Diário de Notícias - suplementos xde 1 de a 31 de Março de 2018.
Jornal i - suplementos - de 7 de a 29 de Março de 2018.

03



ANEXO



Mónica Monteiro <monteiromonica151@gmail.com>

16/02



para hello

Bom dia,

Sou estudante de mestrado de Design Editorial e estou a estagiar no jornal Dinheiro Vivo. Tenho vindo a elaborar o relatório de estágio e achei pertinente fazer as seguintes questões para concluir o estudo de caso sobre a influência das ilustrações nas publicações periódicas portuguesas:

- 1 - Qual é o principal objectivo de uma ilustração?
- 2 - Que diferenças existem numa ilustração para imprensa e para o online?
- 4- Existem temas mais propícios para uma ilustração ou todos os temas podem ser abordados desta forma?
- 5 - Como se conjuga a criatividade a e necessidade de informar através da ilustração?
- 6 - Como é a relação entre o editor e o ilustrador durante o processo de ilustração?
- 7 - Qual é o futuro da ilustração?

Sei que já tem uma experiência de ilustrações publicadas para o jornal Diário de Notícias, por exemplo.

Seria enriquecedor as respostas às questões para o projecto.

Obrigada,

Mónica Monteiro

Fig.117 | E-mail enviado à ilustradora Mariana a Miserável com questões para este projecto.

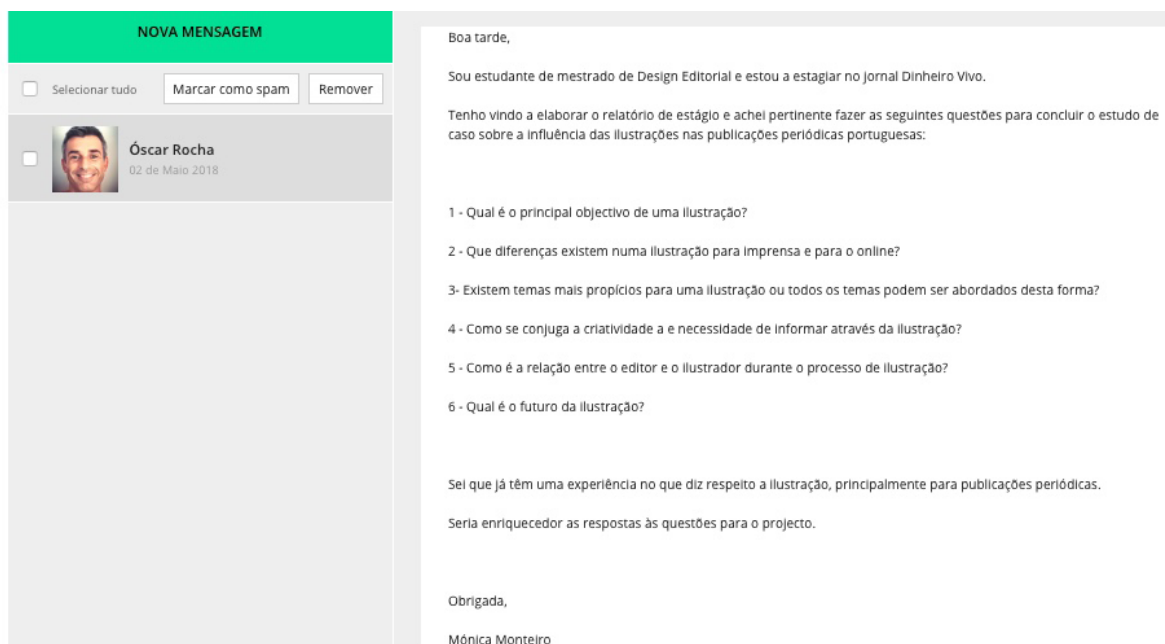


Fig.118 | E-mail enviado ao ilustrador Óscar Rocha com questões para este projecto.

Fig.119 | Na página a seguir (189) temos um exemplar do questionário sobre a *importância das ilustrações nas Publicações Periódicas*, feito em dois dias de Maio de 2018.

A Importância da Ilustração nas Publicações Periódicas

Este questionário tem como objetivo perceber o impacto da ilustração como elemento complementar nas notícias/comunicação social / jornalismo.
É completamente anónimo.

1. Idade _____
2. Profissão _____

Classifique de **1 a 5 (1 - Nada ou 5 - Muito)**

1. Que importância têm para si as ilustrações, em complemento, ou integradas, com a informação que lê no jornal ou online?

2. Selecione as sensações (pode seleccionar várias) que as ilustrações publicadas em jornais e revistas lhe transmitem?

Agrado Indiferença Prazer Tristeza

3. Que importância tem para si a harmonia na passagem entre cada ilustração, num jornal por exemplo?

4. A forma como estão dispostas influencia a sua interpretação da informação?
Por exemplo: a dimensão, cor, etc...

5. As ilustrações ajudam-no/a a compreender a informação que lê?

6. Sente que a ilustração é relevante para a notícia, que transmite informação, ou apenas uma decoração complementar?

7. Consegue distinguir as ilustrações dos vários jornais? Se sim, indique quais.

8. Coloque as razões pelas quais, no seu entender, uma publicação opta por usar ilustrações, sendo **5 a razão mais importante e 1 a razão menos importante:**

Preocupações estéticas

Complemento da informação

Vontade de ser diferente

Melhor forma de apresentar aquela informação

Respeitar as opções gráficas

9. Considera que as ilustrações contribuem para que o leitor volte a ler o mesmo ou um próximo jornal?

