

Instituto Politécnico de Tomar

Escola Superior de Tecnologia de Tomar

Ariana dos Santos Almeida

JORNAL DE NOTÍCIAS: Uma nova identidade

Relatório de Estágio

Orientado por:
Doutora Maria João Bom Mendes dos Santos

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

Resumo

À necessidade de complementar os conteúdos teóricos adquiridos no *Mestrado de Design Editorial*, foi-me dada a oportunidade de usufruir da prática de trabalhar no *Jornal de Notícias*.

É sobre essa experiência que versa este relatório, onde reflito também sobre outros jornais, para constatar que o *modus operandi* é basicamente o mesmo em todos, embora os grafismos sejam diferentes e tenham a ver com as temáticas abordadas.

Palavras Chave:

Jornal impresso, redesign do jornal, estágio no jornal

Abstract

With the necessity to complement the theoretical contents acquired in the *Master in Editorial Design*, I had the opportunity to enjoy the practice of working at *Jornal de Notícias*.

This report is about this experience, where I also reflect in other newspapers, to see that the *modus operandi* is basically the same, although the graphics are different and have to do with the topics covered.

Key words:

Printed newspaper, newspaper redesign, internship in newspaper

Agradecimentos

Quero agradecer aos meus pais pelo esforço que fizeram e pela possibilidade que me deram de poder chegar até aqui. À minha avó pelo carinho e apoio que sempre me deu. Também à minha orientadora de estágio, Doutora Maria João Bom, que auxiliou na execução da tese.

Ao meu coordenador de estágio Pedro Pimentel, pelo incentivo e confiança que sempre depositou no meu trabalho. Ao Sr. Gomes que me auxiliou imenso principalmente no início do meu estágio, assim como partilhou comigo os melhores pratos de cozinha e as vitórias do nosso grande Porto.

Quero agradecer imenso à Brígida que tanto admiro e agradeço pelos ensinamentos, foi uma pessoa que sempre me ouviu, me aconselhou, me ajudou, me valorizou e me encorajou, mostrando-me diversas formas de encarar problemas. À Adélia que tanto estimo, agradeço imenso pelo carinho, simpatia e preocupação que sempre mostrou ter para comigo assim como os conhecimentos que sempre me passou acerca do tratamento de imagens. À Helena, que foi como uma irmã para mim, me ensinou a ser mais cuidada em relação aos pormenores, sempre valorizou o meu trabalho.

Ao Ferreira que foi uma peça fundamental para a minha aprendizagem não só em relação ao programa assim como em relação a todo o grafismo, depositou sempre imensa confiança em mim e no meu trabalho. Ao Moreira, que também ele nunca hesitou em me ajudar, ensinou-me

imenso em relação à paginação assim como os melhores truques para fechar as páginas do jornal. Ao Prada que eu tanto prezo pelo esforço, trabalho, dedicação que tem pelo jornal e acima de tudo o bom humor proporcionando-me dias de trabalho num ambiente divertido. Ao Sr. Paulo, pela simpatia assim como esclarecimentos relativamente à área do tratamento de imagem. Ao Ricardo, que eu agradeço por ter partilhado comigo trabalho que lhe era solicitado, por ter partilhado comigo os melhores métodos para executar as páginas da secção *Pessoas*, pela atenção e simpatia. Ao Francisco que também ele foi sempre simpático e me forneceu conhecimentos relativos ao tratamento de imagem. Ao Sr. Filipe, que ainda tive oportunidade de conhecer, um obrigada pela simpatia. À Alice que é uma maravilha como pessoa assim como o Sr. Lúcio.

Por fim quero agradecer ao Sr. António pela confiança que depositou em mim ao confiar a secção da Justiça, sem ele o meu contacto com jornalistas teria acontecido muito mais tarde. À Margarida, pois foi graças a ela que realmente cresci como profissional no âmbito da relação e entendimento com jornalistas. À Carla, Cláudia, Ivete, Miguel e Hugo que se destacaram por serem tão simpáticos comigo. Por último aos infografistas, o Sr. Isidro e o João pelo conhecimento que me deram relativamente à infografia.

A todos, muito obrigada!

Índice

Introdução	12
1. O Jornal: história e características	13
1.1. Os primórdios do jornal	14
1.2. Da pedra, ao Jornal	17
1.3. O primeiro jornal português	18
1.4. Jornal impresso	22
1.5. O Jornal on-line	23
1.6. Os anúncios	24
1.7. A infografia	26
1.8. O Tratamento de Imagem	27
2. Análise de três jornais portugueses	29
2.1. O Jornal “ <i>Público</i> ”	30
2.1.1. Os Dados técnicos	30
2.1.2. O logótipo	31
2.1.3. A capa	31
2.1.4. As páginas interiores	32
2.2. O Jornal “ <i>Expresso</i> ”	34
2.2.1. Os dados técnicos	35
2.2.2. O logótipo	35
2.2.3. A capa	36
2.2.4. As páginas interiores	37
2.3. O Jornal “ <i>Correio da Manhã</i> ”	39
2.3.1. Os dados técnicos	39
2.3.2. O logótipo	40
2.3.3. A capa	40
2.3.4. Páginas interiores	41
3. “<i>Jornal de Notícias</i>”	45
3.1. Breve resenha histórica	46
3.2. Antes da nova “face” (a capa)	47
3.3. O primeiro Plano	48
3.4. As secções	49
3.5. JN: o redesenho de 2018	50
3.5.1. A capa	51
3.5.2. O Primeiro Plano e as páginas interiores	52
Crescer é aprender	57
Conclusão	62
Bibliografia	63

Índice de Figuras

Fig. 1 Capa do <i>Financial Times</i>	24
Fig. 2 Capa do <i>Diário de Notícias</i>	24
Fig. 3 Capa do <i>Correio da Manhã</i>	24
Fig. 4 Exemplo de jornal online	25
Fig. 5 Caderno comercial do <i>JN</i>	26
Fig. 6 Capa do <i>Jornal de Notícias</i>	27
Fig. 7 Capa do <i>Jornal de Notícias</i>	27
Fig. 8, 9 e 10 Infografias	28
Fig. 11 e 12 Exemplos de tratamento de imagem	29
Fig. 13 Logótipo da <i>Sonae</i>	32
Fig. 14 Capa do jornal <i>Público</i>	32
Fig. 15 Logótipo do jornal <i>Público</i>	33
Fig. 16 Capa do jornal <i>Público</i>	33
Fig. 17 Página interior do jornal <i>Público</i>	34
Fig. 18 Página interior do jornal <i>Público</i>	35
Fig. 19 Página interior do jornal <i>Público</i>	35
Fig. 20 Página interior do jornal <i>Público</i>	35
Fig. 21 Capa do <i>Expresso</i> referente ao mês de	38
Fig. 22 Capa da “ <i>Revista E</i> ”	38
Fig. 23 Capa do “ <i>Primeiro Caderno</i> ”	38
Fig. 24 Capa da “ <i>Economia</i> ”	38
Fig. 25 Logótipo da editora <i>Impresa Publishing</i>	39
Fig. 26 Logótipo do jornal <i>Expresso</i> impresso	39
Fig. 27 Primeira capa do jornal <i>Expresso</i>	40
Fig. 28 Segunda capa do jornal <i>Expresso</i>	40
Fig. 29 Página interior do jornal <i>Expresso</i>	41
Fig. 30 Página interior do jornal <i>Expresso</i>	41
Fig. 31 Página interior do jornal <i>Expresso</i>	42
Fig. 32 Logótipo da <i>Cofina</i>	44
Fig. 33 Logótipo do <i>Correio da Manhã</i>	44

Fig. 34 Logótipo do <i>Correio da Manhã</i> impresso	45
Fig. 35 Capa do <i>Correio da Manhã</i>	45
Fig. 36 Capa do <i>Correio da Manhã</i>	46
Fig. 37 “ <i>Atualidade</i> ” do <i>Correio da Manhã</i>	46
Fig. 38 Página interior do <i>Correio da Manhã</i>	46
Fig. 39 Capa do <i>Correio da Manhã</i>	47
Fig. 40, 41 e 42 Ab. Secção do <i>Correio da Manhã</i>	48
Fig. 43 Logótipo da empresa <i>Global Media Group</i>	50
Fig. 44 Capa do <i>JN</i> (1967)	50
Fig. 45 Capa do <i>JN</i> (1888)	50
Fig. 46 Capa do <i>JN</i> (2012)	51
Fig. 47 Primeiro plano do <i>JN</i> (2012)	52
Fig. 48, 49 e 50 Aberturas de secção do <i>JN</i> (2012)	53
Fig. 51 Capa do <i>JN</i>	54
Fig. 52 Logótipo do <i>JN</i>	54
Fig. 53, 54 e 55 Capa do <i>JN</i>	55
Fig. 56 e 57 Aberturas de secção do <i>JN</i>	56
Fig. 58 Abertura de secção do <i>JN</i>	56
Fig. 59 Abertura de secção do <i>JN</i>	57
Fig. 60 Página interior do <i>JN</i>	57
Fig. 61, 62 , 63 e 64 Caixas do <i>JN</i>	58
Fig. 65 e 66 Páginas interiores do <i>JN</i>	58
Fig. 67 Exemplo da “Bolsa” do <i>JN</i>	59
Fig. 68 Abertura de secção do <i>JN</i>	59
Fig. 69 Abertura de secção do <i>JN</i>	59
Fig. 70 Exemplo do “Especial” do <i>JN</i>	62
Fig. 71 Exemplo de um erro do <i>JN</i>	65

Introdução

Este relatório, nasce na sequência dum estágio que desenvolvi no *Jornal de Notícias*, e que permitiu somar a teoria à prática. A reflexão que faço é exatamente um somatório das duas componentes.

Na primeira parte procura-se analisar de forma sustentada e sistemática o *Jornal de Notícias* e um conjunto de outros periódicos, que todos conhecemos do nosso dia-a-dia. O objectivo central é ainda comparar a anterior “imagem” do *Jornal de Notícias* com a atual, de modo a perceber se houve um *upgrade* efetivo ou não. Nesta parte analisa-se também a “roupagem” de três outros jornais: o *Expresso*, o *Público* e o *Correio da Manhã*. Na última parte relata-se e reflete-se sobre a experiência de estágio, para demonstrar que esta se traduziu numa maior maturidade como profissional, mas também a nível intelectual. O que permitiu construir um relatório sistemático sobre esta experiência e sobre a “visitação” que se fez do *Jornal de Notícias*.

O Jornal: história e características

1.1 Os primórdios do jornal

“Das paredes de rocha das cavernas ao atual papel de escrita, percorreu-se um longo caminho no registo das experiências humanas.” Maria Carlos Reis, s.d.¹

Desde os primórdios da humanidade que o Homem desenha as suas memórias visuais. São exemplo destas memórias as cenas de caça encontradas nas paredes das cavernas onde o homem primitivo se abrigava na época.

Antes do fabrico do papel, muitos povos utilizaram formas curiosas de se expressarem através da escrita. Na Índia, usavam-se folhas de palmeiras, os esquimós utilizavam os ossos de baleia e os dentes de foca, na China os livros eram feitos com conchas e carapaças de tartaruga e posteriormente em bambu e seda. Entre outros povos era comum o uso da pedra, do barro e até mesmo da casca das árvores. Os Maias, por exemplo, guardavam os seus conhecimentos de matemática, astronomia e medicina em cascas de árvores, chamadas de “tonalamatl”².

As matérias primas mais famosas e próximas do papel foram o papiro e o pergaminho. O papiro foi inventado pelos egípcios e os exemplares mais antigos que se conhecem datam de 3.500 a.C.

O pergaminho era muito mais resistente do que o papiro, pois era produzido a partir de peles tratadas de animais, geralmente de ovelha, cabra ou vaca. Entretanto, foram os chineses os primeiros a fabricar papel com as características que o atual possui. Descobertas recentes de papéis em túmulos chineses muito antigos, mostram

1 Maria Carlos Reis, “A história do papel”

2 O tonalamatl é um calendário vidente usado no México Central nas décadas, ou mesmo séculos, que precederam a conquista do México (Conquista do Império Asteca, 1519 a 1521) A palavra é de origem *nauatle*, e significa “páginas dos dias”.

que o papel já era fabricado nos anos que antecederam a vida de Cristo. Por volta do século VI a.C. sabe-se mesmo que os chineses começaram a produzir um papel de seda branco, próprio para a pintura e para a escrita.

O uso do papel estendeu-se até aos confins do Império Chinês, acompanhando as rotas comerciais das grandes caravanas. Tudo parece indicar que a partir do ano 751, os árabes, ao expandirem a sua ocupação para o Oriente, tomaram conhecimento sobre a produção deste novo material e começaram a instalar vários moinhos de produção de papel. No entanto, utilizavam quase exclusivamente trapos, pois era-lhes difícil obter outros materiais com fibras. A partir daquele momento a difusão do conhecimento sobre a produção do papel acompanhou a expansão muçulmana ao longo da costa norte de África até a Península Ibérica.

Em 1094 temos o aparecimento do primeiro moinho em Xativa, Espanha, e por volta de 1150 a fábrica de Fabriano, em Itália. A partir daí, na Europa, começa-se a disseminar a arte de produzir papel: França em 1189, Alemanha em 1291 e Inglaterra em 1330. Curiosamente, a ideia de fazer papel a partir de fibras de madeira foi perdida algures neste percurso, pois o algodão e os trapos de linho foram transformados na principal matéria prima utilizada.

No fim do século XVI, os holandeses inventaram uma máquina³ que permitia desfazer trapos, desintegrando-os até ao estado de fibra.

Mas, apenas em 1719, o Francês Réaumur⁴ sugeriu o uso da madeira, em vez dos trapos, pois existia uma forte

3 *Pila Holandesa* máquina que, em meados do século XVII, revolucionou a produção manufactureira de papel, transformando, em poucas horas trapos de linho ou algodão, em pasta para fazer papel.

4 *René Ferchault Réaumur* Cientista francês, nascido em 1683 e falecido em 1757, que se dedicou à biologia, matemática, física e química. in Artigos de apoio Infopédia [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consult. 2019-10-06 18:33:42]. Disponível na Internet: [https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/\\$rene-ferchault-reaumur](https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/$rene-ferchault-reaumur)

concorrência entre as fábricas de papel e a indústria têxtil, o que dificultava a obtenção do material e encarecia a principal matéria prima usada na época: o algodão e o linho. Ao observar que as vespas mastigavam madeira podre e empregavam a pasta resultante para produzir uma substância semelhante ao papel na construção dos seus ninhos, percebeu que a madeira seria uma matéria prima alternativa. Mas apenas em 1850 foi desenvolvida uma máquina para moer madeira e transformá-la em fibras. As fibras eram separadas e transformadas no que passou a ser conhecido como “pasta mecânica⁵” de celulose. Em 1854 é descoberto na Inglaterra um processo de produção de pasta celulósica através do tratamento com produtos químicos, surgindo assim, a primeira “pasta química⁶”.

A partir daqui a indústria do papel ganhou um grande impulso com a invenção das máquinas de produção contínua e do uso de pastas de madeira.

As primeiras espécies de árvores usadas na fabricação de papel à escala industrial foram o pinheiro e o abeto das florestas das zonas frias do norte da Europa e América do Norte. Outras espécies - o vidoeiro, a faia e o choupo preto nos Estados Unidos e Europa Central e Ocidental, o pinheiro do Chile e Nova Zelândia, o eucalipto no Brasil, Espanha, Portugal, Chile e África do Sul - são hoje utilizadas na indústria de papel e celulose.

A pasta de celulose derivada do eucalipto surge pela primeira vez, à escala industrial, no início dos anos 60 onde foi considerada uma “novidade” até a década de 70. Entretanto, de entre todas as espécies de árvores utilizadas no mundo para a produção de celulose, o eucalipto

5 Material obtido da madeira por processos mecânicos, onde a madeira é cortada em pedaços com um tamanho adequado, descascada e limpa, e é pressionada de contra uma pedra rotativa, geralmente de natureza sintética

6 *Pasta química* ou *polpa de celulose* é obtida industrialmente a partir da madeira de árvores como o pinho, o eucalipto ou o abeto, e em menor proporção de plantas herbáceas com grande quantidade de celulose no talo, como a cana-de-açúcar, diversas gramíneas e juncos, e é usada pelas indústrias de papel e papelão ou pelas indústrias químicas, que convertem essa polpa (ou algodão) em celulóide (antigamente usado para filmes cinematográficos), explosivos, celofane, acetato de celulose, carboximetilcelulose (lubrificantes e emulsificantes) e outros .

é a que tem o ciclo de crescimento mais rápido e por isso tornou-se a principal fonte de fibras para a produção do papel.

Graças à madeira, o papel foi convertido num artigo de luxo, de alta qualidade, apesar de, na realidade, ser um bem produzido em grande escala e a preços acessíveis.

1.2. Da pedra, ao Jornal

Há séculos atrás, as civilizações depararam-se com a necessidade de informar e comunicar acontecimentos políticos e sociais das suas cidades. Foi a partir dessa ideia que surgiu o primeiro “jornal” criado em Roma por Júlio César, por volta de 69 a.C., e chamado *Acta Diurna*⁷.

Este jornal servia para fazer chegar diariamente notícias para a população de todos os cantos do Império (e fora dele) e este, falava principalmente de conquistas militares, de ciência e de política.

Era um jornal escrito em tábuas de pedra e erguido em praça pública, e esta ideia que foi usada até o império de Augusto. Naquela época, como todo o trabalho era manual, podemos afirmar que demorava para a informação ser veiculada. Segundo uma pesquisa, demorava-se mais ou menos dois dias para que a informação de acontecimentos já passados, fosse publicada para o povo.

Entretanto as coisas começaram a mudar e no século XV, o alemão Johannes Gutenberg⁸ provocou uma revo-

7 *Acta Diurna* é o título do primeiro jornal conhecido. A sua criação foi uma iniciativa do líder e general romano Júlio César em 69 a.C., tendo como objetivo divulgar os principais acontecimentos da então República. Através de tábuas fixada nos muros das principais localidades, incluindo a residência do pontífice - cargo político-religioso então exercido por Júlio César.

8 Johannes Gutenberg foi um inventor, gravador e gráfico do Sacro Império Romano-Germânico. Gutenberg desenvolveu um sistema mecânico de tipos móveis que deu início à Revolução da Imprensa, e que é amplamente considerado o invento mais importante do segundo milênio. O uso de tipos móveis foi um marcante aperfeiçoamento nos manuscritos, que era o método então existente de produção de livros na Europa, e na impressão em blocos de madeira, revolucionando o modo de fazer livros na Europa.

lução ao criar a tipografia, que permitiu a entrada na era da comunicação, inaugurando assim a era da impressão moderna, que veio permitir a elaboração em massa de livros.

Esta invenção possibilitou a impressão de vários jornais ao mesmo tempo, e com isso as notícias publicadas começaram a ser chegar de forma atualizada às pessoas comuns.

Os tipos móveis eram, na realidade, letras e símbolos de metal em relevo, que eram depois montados letra por letra. Uma vez alinhados, recebiam a tinta e através da tinta o seu desenho passava para o papel. Vale ressaltar que a técnica era inovadora, apesar dos Chineses alguns séculos antes já terem utilizado uma técnica semelhante à de Gutenberg.

Apesar desse facto, é ao alemão Gutenberg que se atribui o mérito da invenção de impressão.

1.3. O primeiro jornal português

As gazetas, cuja denominação deriva de uma moeda italiana que se pagava para se escutar a leitura pública de notícias, são o antepassado direto do jornal contemporâneo. Surgiram da evolução do conceito de livro noticioso, publicações anuais ou semestrais, que começaram a surgir no século XVI e nas quais se compilavam notícias anteriormente publicadas em folhetos noticiosos ocasionais.

Com o tempo, o conceito de livro noticioso deu lugar ao conceito de gazeta, uma publicação noticiosa mais fre-

quente e barata, com poucas páginas e não encadernada, que correspondia melhor às necessidades informativas de uma sociedade sujeita a fenômenos de instabilidade e mudança, e que precisava de saber das coisas em tempo útil.

Eis que surgem duas publicações que repartem o mérito de serem as primeiras gazetas: *La Gazette Française*, de Marcellin Allard⁹ e Pierre Chevalier¹⁰, surgida em 1604; e a *Nieuwe Antwersche Tijdinghe*¹¹, surgida em 1605, em Anvers, pela mão do impressor flamengo Abraham Verhoeve e redigida em francês e flamengo. Ambas as publicações eram sobre notícias locais, nacionais e do estrangeiro.

Esta última gazeta durou vários anos, estabilizando numa periodicidade semanal a partir de 1617 e trissemanal a partir de 1620. No início da terceira década de Seiscentos já existiam gazetas publicadas quatro e mais vezes por semana, na Holanda e na Alemanha, que, portanto, se podem considerar diárias.

A *Gazeta “da Restauração”*,¹² é o primeiro periódico português que reivindicou, justificadamente, a denominação de gazeta. Foi o primeiro jornal português, e ajudou D. João IV a consolidar o poder em 1640. Nasceu um ano depois de Portugal recuperar a independência, a 1 de Dezembro de 1640. “*A Gazeta da Restauração foi acarinhada por D. João IV e seus apoiantes que viram neste periódico “um excelente instrumento de propaganda”* Manuela Goucha Soares, (2017)¹³ de legitimação do novo regime. Uma das mais importantes gazetas e que mais terá influenciado a génese da patriótica *Gazeta da Restauração*, foi a “*Gazette de France*”¹⁴, que surgiu em 1631, com o alto patrocínio

9 Literário francês, foi o autor do *La Gazette Française*.

10 Pierre Chevallier, editor do *La Gazzete Française*.

11 *Nieuwe Antwersche Tijdinghe* é o nome contemporâneo que catalogadores e bibliografistas deram ao primeiro jornal flamengo. Foi um jornal semanal fundado por Abraham Verhoeven com a ajuda do editor Richard Verstegan, a sua publicação cessou em 1629.

12 Recebeu esta alcunha por ter sido publicada no contexto do processo que conduziu à reconquista da independência de Portugal, após 60 anos de monarquia dual com Espanha (1580-1640, denominado Restauração da Independência).

13 Manuela Goucha Soares, jornalista do jornal Expresso desde 1988. Em 2009 publicou a biografia “Marcello Caetano – O Homem que perdeu a Fé” e em 2006 a “Fotobiografia de Ramalho Eanes”; nesse mesmo ano foi coautora do livro “Primeiras-damas”, publicado pelo Museu da Presidência.

14 Fundada por Théophraste Renaudot, foi a primeira gazeta semanal publicada em França e a sua primeira edição surgiu em 30 de maio de 1631.

do Cardeal Richelieu, o todo poderoso primeiro-ministro de Luís XIII.

Menos de um ano depois de ser aclamado rei em Lisboa por um grupo de 71 portugueses, El-Rei D. João, o quarto de Portugal, fez saber que concedia “alvará” de publicação a Manuel de Galhegos, “impressor, livreiro” para editar “imprimir” e “vender em todos estes reinos e senhorios as Gazetas das novas deste Reino” **Jorge Pedro Sousa, s.d**¹⁵. Este primeiro periódico português de publicação regular, haveria de ficar conhecido por *Gazeta da Restauração*. O alvará régio foi concedido a “14 de Novembro de 1641”, como se lê num livro de Jorge Pedro de Sousa, investigador e professor da Universidade Fernando Pessoa.

Ao *Expresso*, Sousa diz que “muitas notícias da Gazeta portuguesa, à semelhança das notícias da Gazette francesa, que lhe serviu de modelo, apresentavam enquadramentos que se podem considerar propagandísticos”

“O poder régio era constantemente engrandecido e a pessoa do rei sempre enaltecida” pela *Gazeta da Restauração*. Nas notícias dadas sobre a guerra com os espanhóis, que se mantém alguns anos após a aclamação de D. João como rei de Portugal, os portugueses venciam todas as escaramuças e batalhas e causavam sempre um enorme número de baixas nos inimigos, mas estes raramente conseguiam fazer o mesmo às hostes portuguesas. Classifico, por isso, a *Gazeta* como um periódico “infopropagandístico”, acrescenta o professor da Universidade Fernando Pessoa”.

A nona edição da *Gazeta da Restauração* foi impressa em julho de 1642 e posta a circular em agosto.

15 Jorge Pedro Sousa, doutor em Ciências da Comunicação, é professor catedrático e pesquisador da Universidade Fernando Pessoa (Portugal), membro do ICNOVA (Portugal) e autor de vários livros e artigos sobre jornalismo e comunicação. jpsousa@ufp.edu.pt

Nos dois meses seguintes, agosto e setembro, a Gazeta não foi impressa por determinação do rei.

Tal mostra que, há 376 anos, as relações entre o poder político e o jornalismo já davam que pensar.

D. João IV gostava da simplicidade do Alentejo e teria pouca paciência para os enfeites e fausto que os rituais das cortes barrocas exigiam. A política tem as suas regras, e o trineto de D. Manuel I que nascera destinado a ser o oitavo Duque de Bragança acabaria persuadido a juntar-se ao grupo de revoltosos que, em 1640, quis acabar com o poder de Filipe IV de Espanha (III de Portugal) e a política centralizada do seu valido Conde-Duque de Olivares.

Viviam-se tempos complicados em todos os reinos do velho continente. Desde o primeiro quartel do século XVII que o clima político favorecia o despertar da imprensa, e as gazetas “multiplicam-se por toda a Europa”, como escreve José Tengarrinha na *“Nova História da Imprensa Portuguesa”*¹⁶: Primeiro surgiu a de Basileia em 1610, depois a de Frankfurt e Viena em 1615, Hamburgo em 1616, Berlim em 1617, Praga em 1619, Amesterdão em 1620, Londres em 1622. Anos mais tarde é a vez de chegarem a Florença e Roma.

16 Livro que fala sobre publicações periódicas, as suas origens e desenvolvimentos, desde os primeiros papéis informativos surgidos em Portugal no século XVI, traçando a sua evolução no longo percurso de formação do jornalismo moderno no nosso país que tem como marco fundamental a sua fase de industrialização.

1.4. Jornal impresso

O jornal trata-se do primeiro, mais consumido e influente meio de comunicação de massa impresso no mundo. Tem como objetivo ser informativo e apresenta um conteúdo genérico pois publica notícias e opiniões que abrangem os mais diversos temas de interesse social. A sua periodicidade varia desde o diário (sendo este o mais comum), semanal, quinzenal, mensal, bimestral, etc.

Podemos visualizá-lo em diversos formatos, sendo os mais comuns:

- Tamanho standard – entre 60 cm x 38 cm e 75 cm x 60 cm
- Tamanho berlinense – 47 cm x 31,5 cm
- Tamanho tabloide – 28 cm x 43 cm.

O seu conteúdo é organizado e separado em seções específicas e ainda em publicidade que pode ser colocada em cadernos separados ou anexada dentro das secções mediante o espaço necessário.

A organização de todos os elementos gráficos é feita através da utilização de um sistema de grelhas, digamos um sistema de planificação e clareza, que gera uma ideia de ordem racional no jornal. A informação hierarquizada com títulos, subtítulos, textos, infografias, imagens e legendas, quando dispostos de uma forma lógica e planeada, permitem ao leitor uma leitura fácil e rápida, mas principalmente uma compreensão e absorção maior neste caso, da notícia.



Fig. 1 Capa do *Financial Times*



Fig. 2 Capa do *Diário de Notícias*



Fig. 3 Capa do *Correio da Manhã*

1.5. O Jornal on-line

Deixar o jornal muito mais atraente é uma das características do jornal *on-line*.

O recurso da multimédia em que são combinados os textos, com imagens, áudios e vídeos, deixam o jornal muito mais apelativo. Num jornal impresso não seria possível usufruir desta característica.

Podemos inserir a multimédia nos hipertextos com efeitos sonoros, trechos de entrevistas, clips com imagens de coberturas de eventos ou uma narração, possibilitando ao leitor ter as mesmas sensações que o jornalista teve. São estas sensações que são importantes para a estética da receção, pois os textos devem transmitir experiências ao leitor, então o leitor além de lê-los ele ainda os vê, proporcionando uma maior compreensão para o leitor.

A interação entre jornalista e o leitor é um recurso que a internet possibilita, neste caso o leitor pode mandar e receber notícias, mandar e receber sugestões, mandar críticas, que são fatores de grande potencial para o meio de comunicação. Com isto, os jornais conseguem ter conhecimento dos impactos que as notícias estão a criar ao leitor.

Um outro benefício que se observa nos jornais on-line é a rapidez de informação e a atualização contínua das notícias. Esta nova possibilidade de manter o leitor atualizado a qualquer momento do dia, torna-se extremamente eficaz graças às aplicações que cada jornal detém, enviando assim, notificações ao leitor de cada notícia publicada, assim como da importância da mesma.



Fig. 4 Exemplo de jornal online

Uma das vantagens não menos importante e também inovadora, é a capacidade de armazenamento de informação. O jornal *on-line* tem um custo muito inferior para a empresa relativamente ao jornal impresso devido a não ter custo de papel, de tinta ou de distribuição, não esquecendo também que, as notícias antigas podem ser consultadas a qualquer momento sendo que o jornal online pode ser detentor de uma base de dados onde lhe sejam guardadas todas as notícias até à data.

Com isto, também é importante refletir nos pontos negativos, nomeadamente uma falha no sistema que pode acontecer a qualquer momento impossibilitando o leitor de ter acesso ao jornal, assim como, e o mais importante, a necessidade de poucos trabalhadores. Para a execução do jornal online, é necessária, em média, a colaboração de apenas 2 paginadores, pelo que existem programas onde o layout já está pré-definido e é necessário apenas a importação do texto assim como de imagens ou vídeos.

Tudo isto é inserido nas respetivas unidades sendo que não é necessário fazer um balanço estético, nem ajustes relativamente ao número de caracteres ou espaço.

1.6. Os anúncios

São a fonte principal de rendimento dos jornais. Os anúncios podem ser publicados ao lado de notícias, ou seja, dentro das secções e/ou numa secção separada denominada de classificados¹⁷. São gerenciados e negociados

17 Forma de publicidade comum em jornais, revistas e Internet. São parte dos jornais (impressos ou on-line) para que o leitor possa anunciar, mediante pagamento, um produto para vender.

Fig. 5 Caderno comercial do "JN"



Fig. 6 Capa do Jornal de Notícias



Fig. 7 Capa do Jornal de Notícias

pelo departamento comercial, que funciona à parte, mas que está sempre em contacto com a redação.

O preço dos mesmos, varia dependendo das dimensões pretendidas e da localização na página, ou seja, quanto maior for a dimensão do anúncio, mais caro irá ser e se o anunciante pretender que o anúncio seja publicado numa página número par, mais cara será face à ímpar. Isto porque, se tivermos em conta a leiturabilidade, ao virarmos uma página verificamos que o desfolhar ocorre da direita para a esquerda, pelo que o nosso olhar irá logo para a página da direita, ou seja o foco do leitor será a página par. No entanto, devido ao enorme consumo atual de *websites*, os anunciantes hoje em dia preferem optar por apostar em anúncios *on-line* dado que, conseguem ser vistos por um público alvo maior.

Hoje em dia as maiores vantagens dos anúncios *on-line* são a diversificação das dimensões e dos formatos.

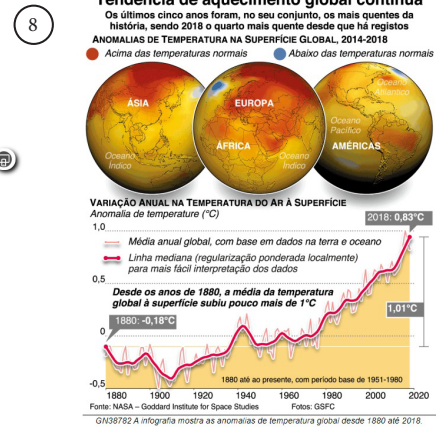
Os anúncios podem ser desde imagens comuns como as que vemos em revistas e jornais, gifs e até mesmo vídeos que encontramos nas mais variadas plataformas. Estas novas opções que integram o áudio, permitem uma maior absorção de informação e uma das curiosidades é que, se por um lado, é nos jornais impressos temos as variantes da dimensão e disposição do anúncio face à ordem das páginas, nas plataformas *on-line* a cobrança é feita pelo período obrigatório de visualização que o leitor tem por cada anúncio.

1.7. A infografia

É um processo de comunicação que procura descomplicar um determinado assunto ou tema, ao transformar uma mensagem textual numa mensagem visual, mais eficaz na apresentação do conteúdo.

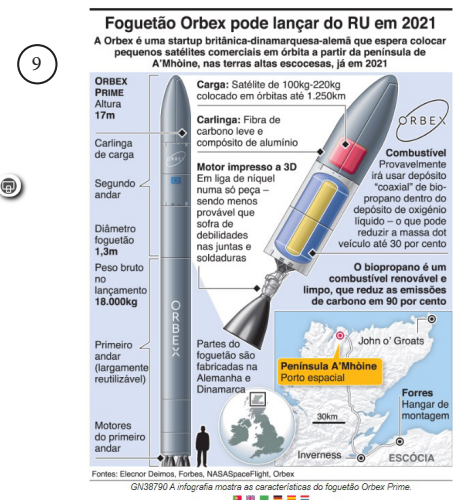
A infografia utiliza desenhos, pictogramas, ilustrações ou fotografias para transmitir ideias e mensagens, pois todos estes elementos facilitam a compreensão da informação. Ela pode ser realizada com recursos manuais ou a partir de programas informáticos especializados, através dos quais um profissional deve criar uma mensagem clara e objetiva para que o leitor a consiga decifrar sem dificuldade. Muitas das vezes o infografista pode recorrer a agências que têm parcerias com as empresas (ex: Graphic News) onde através do site dessas agências consegue fazer o *download* de determinadas infografias e modificar por exemplo o texto visto que ao efetuar o *download*, este vem num formato compatível com o programa que o infografista estará a utilizar.

Para a criação de uma infografia direcionada para um jornal, o jornalista recolhe uma série de dados que disponibiliza ao infografista, mediante esses dados deve existir uma coordenação entre ambos de forma a que este cumpra determinados requisitos. Para isso há que ter em conta a notícia, os dados a ser calculados e o tamanho disponível para a execução da infografia. O jogo entre o limite de espaço e a informação torna-se uma disputa diária no que diz respeito ao uso da infografia pois, por vezes a quantidade de informação é demasiada face ao espaço



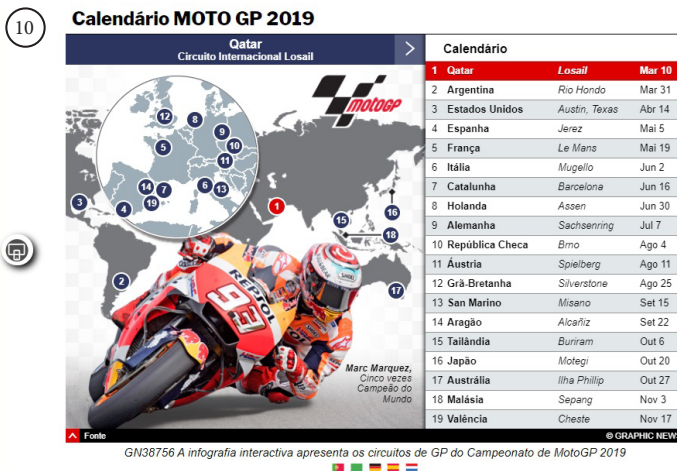
Tendência de aquecimento global continua

03/07/2019
Graphic News
February 7, 2019 -- Os últimos cinco anos foram, no seu conjunto, os mais quentes da história, sendo 2018 o quarto mais quente desde que há registos sistemáticos.



Foguetão Orbex Prime pode lançar do RU em 2021

03/12/2019
Graphic News
February 11, 2019 -- A Orbex é uma startup britânica-dinamarquesa-alemã que espera colocar pequenos satélites comerciais em órbita a partir da península de A'lhøine, nas terras altas escocesas, já em 2021.



Calendário da época de MotoGP 2019

01/31/2019
Graphic News
March 10 - November 17, 2019 -- A época de MotoGP 2019 compreende 19 Grandes Prémios, a começar no GP do Qatar em

Fig. 8, 9 e 10 Infografias retiradas do site www.graphicnews.com

disponível, o que dificulta a execução e inclusive pode tornar a infografia impercetível ou ilegível.

1.8. O Tratamento de Imagem

Ao nível de imagem, bem se sabe que aquilo que se idealiza e que se vê no monitor nem sempre corresponde ao resultado final. Primeiramente devemos ter em conta que o sistema de cores que vamos utilizar é o CMYK ou, se pretendermos imprimir a preto e branco, converter em *Grayscale* isto porque, os monitores funcionam no modo RGB, enquanto que as impressoras funcionam no modo CMYK. A resolução da imagem também é um fator importante para a qualidade da imagem, quanto mais resolução tiver a imagem, mais definição esta terá.

A resolução mais comum para impressões offset é de 300dpi e este processo impede que a imagem, quando ampliada, perca a nitidez ou fique pixelizada. A escolha do papel determina o resultado final e sendo que a abordagem do trabalho é relativamente ao jornal, não podemos deixar passar o fator mais complicado para qualquer imagem, o papel de jornal.

A cor escura do papel, obriga que as cores sejam tratadas previamente de uma forma bastante carregada ou se podemos dizer, exagerada. Para a execução deste trabalho, é necessário que se façam algumas impressões para a obtenção mais fiel do produto final, sem esquecer que devemos ter em conta os perfis de cor de cada gráfica que



Fig. 11 e 12 Exemplos de tratamento de imagem em photoshop

posteriormente realizar toda a impressão, pelo que, nada melhor que a experiência para determinar qual o melhor tipo de tratamento ou áreas a tratar assim como quais as cores e os valores a serem alterados. Existem ainda algumas otimizações a ter em conta nomeadamente o formato TIFF ou PSD, estes não fazem compressão e, por isso, não existe perda de qualidade. Devemos preservar uma margem de segurança e/ou fazer um bleed na imagem, para evitar bordas brancas e cortes indesejados e relativamente ao texto, converter o mesmo em curvas, para preservar a fonte.

Análise de três jornais portugueses

The background is a solid blue color with several overlapping, semi-transparent shapes in lighter shades of blue. These shapes are organic and rounded, resembling stylized letters or abstract forms, creating a layered, modern aesthetic.

2.1. O Jornal “Público”

A *Público Comunicação Social S. A.*, que publica o jornal *Público* pertence ao grupo empresarial português *SONAE*.

O jornal, com periodicidade diária, foi fundado em 1989, e o seu primeiro número saiu para as bancas a 5 de Março de 1990. Atualmente tem como diretor Manuel Carvalho e diretores-adjuntos, Amílcar Correia, Ana Sá Lopes, David Pontes e Tiago Luz Pedro, e é um dos jornais de referência em Portugal.

Foi ainda pioneiro na publicação de artigos colecionáveis, como CDs, CD-ROM, livros, entre outros.

2.1.1. Os Dados técnicos

Data de fundação: 5 de março de 1990 (29 anos)

Formato: Berliner

Periodicidade: Diário

Proprietário: Sonae

Diretor: Manuel Carvalho

Slogan: Pense bem, pense Público

Sede: Lugar do Espido, Via Norte, Maia



Fig. 13 Logótipo da Sonae



Fig. 14 Capa do jornal Público



Fig. 15 Logótipo do jornal *Público*

2.1.2. O logótipo

O logótipo do jornal *Público* contém a letra “P” composta num tipo serifado e impresso a vermelho. No seu interior foi ainda inserida a palavra “Público” sem cor, que foi colocada do lado esquerdo encostada à margem superior da letra “P” e paralelamente à mesma. A letra “P” foi ainda inserida numa forma quadrangular que nem sempre se torna evidente, e aparece na margem esquerda da capa, ou isolado ou sobreposto ligeiramente por uma fotografia recortada.

O logótipo tem um grande destaque nas bancas devido à sua cor e ao seu formato. Por sua vez, na versão on-line vemos o *Público* inverter as cores e perder a sua designação por extenso.

2.1.3. A capa

Um aspecto uniforme da capa do *Público* é a utilização de um cabeçalho na margem superior da página, uma faixa em tom bege onde estão assinaladas as chamadas principais com as cores vermelho e laranja.

A manchete fica situada logo abaixo do rodapé, e é composta num tipo de letra igualmente serifado e negro, que faz com que se destaque das restantes notícias. As restantes chamadas são dispostas ao longo do espaço disponível. É ainda utilizada uma imagem principal que corresponde também a uma notícia de grande destaque,



Fig. 16 Capa do jornal *Público*

cuja colocação varia de edição para edição quebrando a monotonia do *layout*.

As chamadas não se caracterizam por ter uma grande rigidez compositiva, uma vez que tanto aparecem na horizontal como verticalmente, mas sempre sinalizadas com o respectivo número de página onde a notícia se encontra.

2.1.4. As páginas interiores

O *Público* inicia com a secção “Destaque”. Esta é a única secção onde o nome é impresso a branco sobre um rodapé de cor vermelha. Em todas as restantes secções os nomes são impressos a vermelho. Em todas as secções do jornal é utilizada a mesma tipografia, um tipo sem serifa e estilo negrito, como referido anteriormente.

Ainda dentro da secção “Destaque”, no título da notícia é utilizado um tipo *Light*, mas, de modo geral, o jornal apresenta uma estrutura definida e padronizada ao longo das restantes páginas.

As notícias iniciam sempre com os créditos do jornalista, o nome no início e o email no fim. Quanto aos créditos do fotógrafo, estes podem ser colocados no início da notícia juntamente com o do jornalista, ou, no canto superior direito da imagem paralelamente à caixa da mesma.

Outra prática corrente é o uso de capitulares para as aberturas das secções “Destaque” e “Espaço Público”. Es-



Fig. 17 Página interior do jornal *Público*.



Fig. 18 Página interior do jornal Público

tas são compostas em tipos não serifados e a sua cor varia entre o preto e o vermelho respetivamente. A colunagem do jornal varia entre 4 e 5 colunas, sendo que, apenas em casos especiais, são utilizadas as 10 colunas em dupla página para uma só notícia, o que obriga a utilizar vários entretítulos para quebrar a monotonia do texto.

No que diz respeito às legendas, estas acompanham as imagens e são colocadas na sua margem superior ou inferior, podendo também ser colocadas de lado, dependendo dos espaços em branco.

A colunagem das notícias varia, sendo que tanto podemos encontrar notícias a 1 coluna, 2, 3, 4 ou a 5 colunas, o que permite uma grande “elasticidade” em termos gráficos.



Fig. 19 Página interior do jornal Público



Fig. 20 Página interior do jornal Público

2.2. O Jornal “Expresso”

O semanário *Expresso* foi fundado a 6 de janeiro de 1973 por Francisco Pinto Balsemão. A primeira versão do semanário surge em formato *broadsheet* e com dois cadernos. O primeiro caderno, de caráter mais noticioso, e o segundo, chamado Revista, menos ligada ao dia a dia, convidava à reflexão e proporcionava entretenimento.

O *Expresso* hoje em dia tem o formato *berliner* e é composto por três grandes cadernos: “Primeiro Caderno”; “Economia”; e “Revista E”. O “Primeiro Caderno” contém notícias comuns, citadas também por outros meios de comunicação, de áreas como a política, nacional e internacional ou temas que têm a ver com a sociedade. O caderno “Economia” aborda várias áreas da atividade económica, das telecomunicações à banca, da agricultura às finanças pessoais.

A “Revista E”, lançada recentemente, tem um formato alargado e os seus conteúdos dedicam-se essencialmente à cultura, aos comportamentos, às tendências e aos grandes trabalhos jornalísticos. A nível do *on-line*, o *Expresso* foi o primeiro jornal a publicar a edição impressa em versão HTML.



Fig. 21 Capa do *Expresso* referente ao mês de Setembro de 1974



Fig. 22, 23 e 24 Capas da “Revista E”, “Primeiro Caderno” e “Economia”.





Fig. 25 Logótipo da editora *Impresa Publishing S.A*

2.2.1. Os dados técnicos

Data de fundação: 6 de janeiro de 1973 (46 anos)

Formato: Berliner

Periodicidade: Semanal

Proprietário: Impresa Publishing, SA

Diretor: João Vieira Pereira

Slogan: *Expresso*. Muito mais do que palavras

Sede: Rua Calvet de Magalhães 242, 2770-022 Paço de Arco

2.2.2. O logótipo

No logótipo do jornal *Expresso* a designação do jornal (a branco) encontra-se inserida numa faixa de tom azul escuro.

O seu tipo de letra serifado foi criado especificamente para o jornal por Mário Feliciano e está presente não só no logótipo como no interior. Curiosamente, a letra “p” do logótipo ultrapassa o fundo onde está inserido, criando um efeito visual dinâmico juntamente com o fundo do papel. Quando existe uma coleção ou algum livro a ser lançado em parceria com o *Expresso*, este pode ser colocado por forma a sobrepor ligeiramente o logótipo.

Sobre a faixa azul onde se insere o logótipo do jornal, aparecem ainda o nome do fundador, bem como a data da edição, o número, o nome do diretor, diretores adjuntos e do diretor de arte. É aplicado ainda na faixa azul um



Fig. 26 Logótipo do jornal *Expresso* impresso.

recorte do lado direito onde é inserido o endereço do *on-line*.

2.2.3. A capa

O jornal *Expresso* contém uma dupla capa cuja diferença, entre elas, está no facto da primeira página ser dedicada à divulgação de anúncios onde a mesma tem discriminado “publicidade” na parte inferior do logótipo. Toda a composição superior da margem da capa que compreende o logótipo, código de barras, divulgação de coleções, entre outros, mantém-se em ambas as capas.

A capa onde estão inseridas as notícias, apresenta uma coluna que se designa por “24h” e que está localizada na margem esquerda da página, esta coluna encontra-se disposta no mesmo sítio em todas as capas do jornal semanal. A manchete por sua vez apresenta-se de cor vermelha maioritariamente mas também podemos visualizá-la em cor preta, a sua disposição varia de acordo com a disposição das restantes notícias assim como da fotografia da notícia principal. A fotografia principal apresenta em cada edição proporções diferentes o que podemos assumir que esta não tem uma medida fixa, assim como pode ser colocada em formato vertical ou horizontal de acordo com a necessidade.

A capa dispõem de algumas chamadas que são devidamente assinaladas com o número de página a que estas correspondem, contudo, apresentam alguns tipos de letra



Fig. 27 Primeira capa do jornal *Expresso*



Fig. 28 Segunda capa do jornal *Expresso*



Fig. 29 Página interior do jornal Expresso.

e cores diferentes o que torna a escolha um pouco confusa não mostrando coerência entre as chamadas mas principalmente na escolha da cor. Ao nível da disposição, existe um alinhamento agradável assim como uma utilização equilibrada de filetes para a separação das várias notícias e dados relevantes para o leitor.

2.2.4. As páginas interiores

Devido ao grande formato que o *Expresso* apresenta, os textos das notícias são bastante extensos, e variam entre 1 coluna e 6 colunas.

Na secção “Em Destaque” são divulgadas as notícias que mais se destacaram ao longo da semana como a própria palavra indica. O título, a preto, é apresentado num estilo por vezes bold, outras regular e é acompanhado por um tema cujo este se apresenta num tipo de letra serifado, cor vermelha e situa-se antes do título. Após ter efetuado algum estudo do jornal, cheguei à conclusão que a oscilação e utilização de ambos os estilos varia devido à extensão dos títulos sendo que, se o título for a uma coluna mantém o estilo regular, se for necessário estender o mesmo a duas colunas ou mais, este passa a bold.

Os pós-títulos são colocados normalmente na abertura do texto à largura da coluna, no entanto, também podem aparecer antes ou depois do título, à largura do mesmo. Ao longo das páginas podemos ainda visualizar títulos e pós-títulos centrados em vez de justificados.



Fig. 30 Página interior do jornal Expresso.

A inserção dos créditos do texto é feita logo no início do mesmo, entre dois filetes, ou no final do texto de forma centrada relativamente à coluna. As imagens ganham grande destaque nas páginas do jornal *Expresso* devido à dimensão do mesmo, que assim permite que os créditos dos fotógrafos não tenham um lugar fixo, uma vez que podem acompanhar a legenda na parte inferior da imagem, ou ser colocados perpendicularmente à imagem no canto inferior direito ou esquerdo ou dentro da própria imagem juntamente com a legenda.

Nas páginas interiores de o *Expresso* utilizam-se em inúmeras situações letras capitulares, sem serifas de cor vermelha ou azul. Nos textos mais extensos existem também entretítulos e quebras, que são interrompidas por citações ou textos breves que complementam o texto principal. Normalmente estas breves ou citações ocorrem no início ou fim da coluna e são separadas por filetes, no entanto, podemos encontrá-las entre o texto, a meio da coluna, dependendo da extensão do mesmo. Como o jornal tem um formato grande e tem textos extensos existe ainda a necessidade de uma pausa para o leitor poder “respirar” e visualmente o jornal ser mais interessante.

Os diferentes temas do jornal são apresentados da mesma forma que a secção “Em Destaque”, ou seja, são compostos no mesmo tipo e estilo de letra assim como, enquadrados no mesmo sítio da página.



Fig. 31 Página interior do jornal *Expresso*.



Fig. 32 Logótipo da Cofina



Fig. 33 Logótipo do Correio da Manhã

2.3. O jornal “Correio da Manhã”

O *Correio da Manhã* é um jornal diário português, sensacionalista. Atualmente é líder de mercado em Portugal, e vende mais de 110 mil exemplares por dia. Foi fundado em 1979 por Vítor Direito, e foi publicado, pela primeira vez, a 19 de março do ano acima referido. Este foi adquirido pelo grupo *Cofina* em 2000.

Juntamente com o jornal são distribuídas três revistas, que saem conjuntamente com as edições de sexta-feira, sábado e domingo. As revistas são: o *Correio TV*, a *Vidas* e o *Correio de Domingo*.

2.3.1. Os dados técnicos

Data de fundação: 19 de março de 1979 (40 anos)

Formato: Tabloide

Periodicidade: Diário

Proprietário: Cofina S.A.

Director: Octávio Ribeiro

Sede: Rua Luciana Stegagno Picchio 3, Lisboa

2.3.2. O logótipo

O logótipo do jornal *Correio da Manhã* distingue-se facilmente do dos restantes jornais, não só pelo tipo de letra sem serifas, mas também pela cor da forma rectangular que contém a designação do jornal, um tom vermelho em degradê que vai desde uma tonalidade mais clara a uma mais escura, respetivamente da esquerda para a direita.

Dentro do fundo rectangular podemos encontrar informações como o site do *Correio da Manhã*, o nome do diretor geral, diretores gerais adjuntos, diretor executivo e diretores adjuntos. Como este ano o jornal faz 40 anos de existência, o número 40 foi adicionado ao logótipo.

O *Correio da Manhã* on-line exhibe o mesmo logótipo de cor branca com a designação do jornal, mas é sobreposto a uma faixa vermelha com uma nuance de claro a escuro.



Fig. 34 Logótipo do *Correio da Manhã* impresso

2.3.3. A capa

Dos jornais analisados ao longo deste trabalho, verifica-se que o *Correio da Manhã* é o que mais destaque atribui à sua manchete, composta num tipo sem serifas *bold* e moderno, o seu tamanho é muito maior que toda a informação envolvente. A capa de um jornal deverá ser organizada de forma hierárquica, estabelecendo como prioridade



Fig. 35 Capa do *Correio da Manhã*



Fig. 36 Capa do jornal *Correio da Manhã*

aumentar o mais possível a manchete, e ao mesmo tempo, fazer decrescer. Nas capas do *Correio da Manhã*, podemos observar que é estabelecida uma hierarquia, que é ainda reforçada pelo uso de filetes e pelo alinhamento das notícias, que proporcionam alguma harmonia.

No entanto, a legibilidade da capa é afectada por diversos factores como, a quantidade de estilos de letra que a capa compreende que a tornam muito confusa e sem uniformidade ou coerência de estilos, e, não menos importante pela utilização excessiva da cor que perturba a interpretação do leitor criando múltiplos focos de leitura. Contudo, podemos afirmar que, nas capas do *Correio da Manhã*, a informação é organizada de acordo com princípios hierárquicos, que vão além da disposição do logótipo que se encontra sempre disposto no mesmo local da página, uma vez que existe também uma chamada sob fundo azul, que se encontra em todas as edições do jornal disposta do lado direito e, por vezes, também do esquerdo face ao logótipo.



Fig. 37 Pormenor “Actualidade” do jornal *Correio da Manhã*

2.3.4. Páginas interiores

No seu interior, o jornal *Correio da manhã* inicia uma secção denominada de “Actualidade” que subdivide-se em capítulos do I ao IV e onde são abordados vários temas um para cada capítulo. A cada abertura de capítulo existe ainda um cabeçalho subdividido por contornos de espes-



Fig. 38 Página interior do jornal *Correio da Manhã*

sura fina e um fundo de tamanho fixo ao qual se sobrepõe o nome “Atualidade”, bem como o respetivo número sequencial. A imagem no seu interior complementa as temáticas abordadas e do seu lado direito sobre um fundo cinza é colocado o título da notícia retratada.

O jornal *Correio da Manhã* utiliza bastantes imagens como complemento da informação. As suas legendas são colocadas sobrepostas às imagens ou após a caixa de imagem, na sua parte inferior.

Quanto ao tipo de letra, com exceção do texto corrido, caixas e algumas legendas, o jornal utiliza tipos de letra sem serifa, inclusive podemos também observar a existência de legendas com dropshadow, sempre que se justifique. Ao colocar texto sobre imagens, dever-se-á ter em atenção a sua legibilidade, se esta decresce, uma das soluções é a aplicação desta ferramenta chamada *dropshadow*, que é nada mais nada menos do que uma sombra que é aplicada à tipografia, por forma a que o texto sobre a imagem tenha uma leitura facilitada. No entanto, estes critérios quanto à aplicação destas ferramentas variam de jornal para jornal, ou seja, existem casos em que o grafismo do jornal interdita a possibilidade de serem aplicadas estas medidas, e então as soluções para o problema terão de ser outras, nomeadamente existe a possibilidade de escurecer ou clarear a imagem sobre a zona a ser aplicado o texto, bem como procurar uma zona sem ruído visual para a aplicação desse mesmo texto ou, em último caso, optar por colocar o texto fora da própria imagem.

Porém, o *Correio da Manhã* não foge à regra no que toca à utilização de letras capitulares. Estas, de tipo sem



Fig. 39 Capa do *Correio da Manhã*



Fig. 40, 41 e 42 Aberturas de secção do jornal Correio da Manhã

serifas e tamanho médio, estão presentes em praticamente todo o jornal e em qualquer tipo de conteúdo mais ou menos extenso. No entanto, temos variantes de aplicação das mesmas. Numa delas, no que toca a texto corrido, a capitular é colocada sobre um fundo quadrangular com a cor da secção correspondente, a branco.

Cada secção está representada por uma cor diferente, daí a confusão de cores na capa do jornal, uma vez que cada notícia contém uma cor ou no texto ou no seu fundo. Em cada secção são ainda utilizadas caixas com fundos de cor, onde a cor do fundo varia, como já foi explicado anteriormente. Esta utilização das cores denota que existe alguma hierarquia na colocação das cores nas caixas e nos textos, levando o leitor a familiarizar-se mais rapidamente com as diferentes secções, mas tornando a página demasiado carregada e mais difícil de ler.



*“Jornal
de Notícias”*



3.1. Breve resenha histórica

O *Jornal de Notícias* foi um dos jornais portugueses com maior maior expansão em Portugal, especialmente a seguir à Revolução de Abril de 1974. Tem uma tiragem média de 63 mil exemplares, e continua estar colocado em 2.º lugar entre os jornais diários de informação geral em Portugal.

Durante a ditadura do Estado Novo, foi controlado indiretamente pelo governo, e era propriedade da *Empresa Nacional de Publicidade* (ENP), detida pela Caixa Geral de Depósitos.

A 29 de Junho de 1976, após a Revolução dos Cravos, a ENP foi nacionalizada e o *Jornal de Notícias* foi integrado na Empresa Pública dos Jornais de Notícias.

Foi reprivatizado em 1990 através de uma OPV em bolsa, tendo a maioria do capital ficado nas mãos do grupo Lusomundo, que venceu uma cooperativa de trabalhadores do jornal na luta pelo controlo da publicação. O seu sucessor, o *Global Media Group*, atualmente maioritariamente de capitais angolanos, é ainda hoje o dono do jornal, bem como do *Diário de Notícias*, da rádio TSF e do canal televisivo SportTV.

Com o fecho dos seus concorrentes: “*O Comércio do Porto*”, a 30 de Julho de 2005, e “*O Primeiro de Janeiro*”, no final de 2014 - tornou-se o único jornal diário publicado na Invicta.



Global Media GROUP

Fig. 43 Logótipo da empresa *Global Media Group*



Fig. 44 Capa do *Jornal de Notícias* referente ao mês de Setembro de 1967.

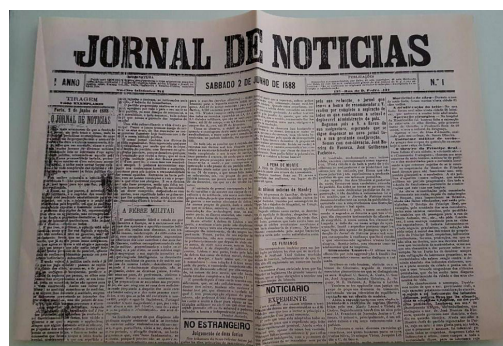


Fig. 45 Capa do *Jornal de Notícias* referente ao mês de Junho de 1888.

3.2. Antes da nova "face" (a capa)

Grande e legível, talvez seja esta uma das formas de descrever o antigo logótipo do *Jornal de Notícias*. Com as letras numa tipografia moderna, a branco, a rasgar um fundo retangular azul, era assim que a empresa se apresentava aos leitores. O logótipo era ainda disposto do lado esquerdo da página, devido ao facto da leitura se processar da esquerda para a direita, mas também pela proporção do mesmo, aspecto que o tornava visível a uma grande distância.

As notícias são sempre muitas, pelo que, a capa se tornava um pouco confusa apesar do alinhamento ser bastante visível. A utilização de cores, é desde sempre uma característica forte do *Jornal de Notícias* e cada cor representa uma secção noticiosa diferente. Por outro lado, não existe monotonia, uma vez que tanto o fundo como as letras podem vir a cor.

O número de chamadas varia, juntamente com o número de fotografias, sendo que a fotografia principal diz sempre respeito à manchete. Cada chamada é ainda acompanhada pelo respetivo número de página, que auxilia o leitor a ir direto às notícias em destaque.

Um outro pormenor também visível na capa é a utilização de fontes com e sem serifa que, na perspectiva da autora, não funcionam muito bem quando misturadas.

Fig. 46 Capa do *Jornal de Notícias* (2012)



3.3. O primeiro Plano

É das últimas páginas a ser feita e contém a notícia de abertura. No topo podemos visualizar uma referência ao nome da secção juntamente como o tema da notícia que, por vezes, vem acompanhado com um fundo amarelo/laranja dando ideia de sublinhado.

Na dupla, como se chama na gíria jornalística, o título ocupa duas páginas, isto é, estende-se de um página a outra, acompanhado por um fundo de cor cinza. Alternativamente a dupla pode também ter uma fotografia entre as margens das páginas, sendo que a sua visualização total é feita apenas quando ambas as páginas estão abertas.

O texto inicial de abertura das secções inicia sempre com o uso de uma capitular e vem acompanhado previamente com o nome do autor do texto, ou alternativamente, este pode optar por colocar apenas as suas iniciais no final da notícia.

A escolha das imagens e do seu número varia mediante o tamanho do texto, e as legendas podem ser colocadas dentro ou fora das fotografias.

A única regra face às imagens é a de que a inserção dos créditos deverão ser colocados do lado direito perpendicularmente à caixa de imagem, sendo que o conteúdo deve vir acompanhado da empresa e do nome do fotógrafo.

Apesar do ênfase dado à notícia principal, esta é complementada com pelo menos uma outra secundária, que vai um pouco ao encontro da primeira. Contudo, estes textos secundários, ao contrário do principal, apresentam



Fig. 47 Primeiro plano do *Jornal de Notícias* (2012)

títulos serifados e o seu tamanho varia de acordo com o número de colunas, que obedece à programação prévia das maquetes.

3.4. As secções

As aberturas das secções têm inúmeras afinidades estilísticas entre si, apesar de terem todas cores diferentes, à exceção das secções Mundo, Política e Economia, que têm o mesmo fundo cinzento, apesar da tipografia e o tipo de notícias variarem.

Todas as secções contêm variações nas caixas de texto e imagem que ajudam a quebrar a monotonia da leitura, tornando o texto um pouco mais dinâmico.

No entanto, existe uma secção que se destaca mais do que todas as outras, não só pela cor, como pela tipografia, – a de Desporto. Esta secção apresenta uma tipografia tridimensional com contraste laranja e preto, com os títulos nas mesmas cores, que proporcionam um efeito uniforme e verdadeiramente arrebatador em termos visuais.



Fig. 48, 49 e 50 Aberturas de secção do Jornal de Notícias (2012)



3.5. JN: o redesenho de 2018

A mudança do *Jornal de Notícias* passou pela unificação da marca. Devido ao facto de ser reconhecido nas mais diversas plataformas por JN, a empresa decidiu pensar a fundo numa nova composição gráfica que foi encomendada à *Errea Comunicación* (empresa espanhola sediada em Pamplona) por forma a tornar o logótipo transversal.

O logótipo sofreu uma simplificação, e as iniciais JN passaram a estar em destaque, contudo acompanhadas pela designação jornal de notícias, passando a sigla JN a funcionar também como um símbolo gráfico.

Este novo elemento teve como inspiração o topo do edifício da sede do *Jornal de Notícias* onde se encontra desde há muitos anos a sigla JN tridimensional. Transformando-se assim numa marca que serve de “mosca” em vídeos, de “ícone” em aplicações mobile, em suma, noutras coisas nas diferentes aplicações digitais. Com a alteração do logótipo, surge também um novo layout que tem um grafismo acentuadamente mais vertical.



Fig. 51 Logótipo do *Jornal de Notícias*



Fig. 52 Capa do *Jornal de Notícias*

3.5.1. A capa

O *Jornal de Notícias* dispõem de uma sala de reuniões onde é diariamente definido o *layout* da capa. Para a escolha do layout, é necessária a presença de alguns órgãos específicos da redação, nomeadamente o diretor adjunto, um editor da paginação assim como o diretor de arte, entre outros membros. A decisão, no que diz respeito à construção da capa ocorre após terem sido definidas as notícias que serão colocadas na mesma, bem como as respetivas imagens.

Depois de "todas as cartas lançadas" escolhe-se então a manchete, que é a notícia que vai determinar a configuração final da capa. Posteriormente, existe a necessidade de verificar se não se incorre no erro de repetir o grafismo das três a quatro edições anteriores, sobretudo no que diz respeito à capa. Tal preocupação estende-se também à totalidade do jornal

No que diz respeito à tipografia, o jornal utiliza apenas uma tipografia na capa, um tipo serifado com um extenso leque de variações, por forma a servir as várias necessidades diferentes como por exemplo, títulos, pós-títulos, legendas, texto corrido, etc.



Fig. 53, 54 e 55 Capa do *Jornal de Notícias*

3.5.2. O Primeiro Plano e as páginas interiores

No interior do jornal as secções contêm cores que lhes foram determinadas e que as identificam. De cor vermelha temos as secções do “Primeiro Plano”, “Nacional” e “Justiça”, a azul as secções “Porto”, “Norte/Sul” e “Mundo”, a violeta temos a “Cultura” e “Pessoas”, e por fim a laranja temos o “Desporto”.

A “Primeiro plano” é a secção primária do jornal, cujo grafismo difere do anterior que tinha uma configuração mais horizontal. O *Jornal de Notícias* tem hoje uma estrutura visual que tende mais para a se estende desde a margem superior à inferior.

O tipo de letra que identifica o nome das secções, e que é colocado na lateral, foi feito especialmente para o jornal, apresentando, por isso, uma identidade muito própria. É aplicado também na numeração de certas caixas.

O jornal dispõe ainda de inúmeras aberturas de secção que diferem das anteriores no que toca a organização e a composição das formas.

A estrutura das páginas varia consoante a necessidade de incluir mais ou menos caracteres, bem como em função do número de notícias, e inclusive da necessidade de diversificar a estrutura das secções, pelo que, os paginadores antes de procederem à execução de uma secção, normalmente têm em conta as páginas anteriores e posteriores para tentarem desenhar a sua secção de modo a que esta não seja totalmente idêntica às restantes.



Fig. 56 e 57 Aberturas de secção do *Jornal de Notícias*



Fig. 58 Abertura de secção do *Jornal de Notícias*



Fig. 59 Abertura de secção do Jornal de Notícias

No entanto, existem critérios específicos para as aberturas de secção, que vão além da utilização da cor, nomeadamente utiliza-se também uma caixa na faixa da abertura ou um numeral. Uma outra característica destas caixas na faixa da secção é que, quando é aplicada a cor vermelha, o texto das caixas aparece impresso a preto, e nas secções a azul, é colocado a branco. A escolha não prima pela lógica, até porque foi possível verificar que por vezes se subvertia esta aparente regra.

No *Jornal de Notícias* utiliza-se ainda um filete para separar o título do texto. Por vezes os pós-títulos situam-se acima ou abaixo dessa linha, dependendo do texto que a notícia requer, e mais concretamente o título. O pós-título, em situações de abertura de secções, pode ainda ser colocado do lado direito em relação ao título ou por baixo do filete, como, por exemplo, quando as notícias são mais curtas. E, quando o título ocupa demasiado espaço, o pós-título é colocado na parte inferior do filete (no entanto é algo que por norma se tenta evitar).

As imagens têm tamanhos pré-definidos, apesar de muito remotamente existir a possibilidade de as aumentar ou diminuir, mas sempre com uma margem mínima, na ordem da 1 ou 2 linhas. Esta regra impede que o leitor identifique discrepâncias face ao tamanho das outras imagens no jornal, e confere alguma uniformidade.

Também os créditos são sempre atribuídos, tanto ao fotógrafo como à agência, (exceto quando as imagens são retiradas de redes sociais ou não contém direitos autorais) e situam-se sempre no canto superior direito da imagem. Quanto às caixas, estas aparecem divididas em dois



Fig. 60 Página interior do Jornal de Notícias

BOLSA
Euronext Lisbon
PS 20
-0,04%
Média Índice
+2,43%
Média Índice
-1,41%

Corrupção e crime falsearam contas dos Estaleiros de Viana

Presidente da Engenharia remete investigação que facilitaria privatização ao Ministério Público

A FECHAR

Ministério quer dar de todo para vítimas de violência doméstica

Associação de doentes para...
Carmes Costa, que se opõe à...
Política social...
Política social...
Política social...

Fig. 67 Exemplo da "Bolsa" do Jornal de Notícias

Phillipe Vergne vem de Los Angeles para o Museu de Serralves

Los Angeles, EUA, 20 de maio de 2015. O piloto francês Philippe Vergne, vencedor do campeonato de Fórmula 1 em 2014, vai para o Museu de Serralves em Vila Real para participar de um programa de divulgação científica. Vergne vai trabalhar com o diretor do museu, João Luís Serralves, e com o diretor de programação, João Luís Serralves, para desenvolver um programa de divulgação científica que inclua exposições, workshops e outras atividades educativas. Vergne vai trabalhar com o diretor do museu, João Luís Serralves, e com o diretor de programação, João Luís Serralves, para desenvolver um programa de divulgação científica que inclua exposições, workshops e outras atividades educativas.

Fig. 68 Abertura de secção do Jornal de Notícias

Página que "risca" Lady Gaga volta a atacar no Facebook

Depois de receber um Oscar, cantora novo tempo de bullying com grupo ativo na rede social

Lady Gaga é a cantora mais jovem a ganhar o Oscar de Melhor Cantora em 2015. A cantora, que se tornou conhecida por sua música eletrônica e sua imagem provocante, voltou a ser alvo de ataques no Facebook. Uma página chamada "Risca Lady Gaga" voltou a atacar a cantora com comentários insultuosos e ameaças. A página foi criada em 2014 e tem cerca de 100 membros. Ela tem publicado vários comentários insultuosos e ameaças contra a cantora. A página foi criada em 2014 e tem cerca de 100 membros. Ela tem publicado vários comentários insultuosos e ameaças contra a cantora.

Fig. 69 Abertura de secção do Jornal de Notícias

Com a implementação do novo grafismo nascem novas secções, uma delas é a "Nacional", onde está presente a "Bolsa", que divulga os ganhos e perdas das empresas portuguesas todos os dias úteis da semana.

A sua disposição visual é também ela na vertical, com recurso a um fundo cinzento, embora este último critério não seja normativo. É de salientar ainda, como curiosidade que, a Bolsa é feita através de dados que são fornecidos pela Lusa e enviados na plataforma "dam" a qual o *Jornal de Notícias* tem acesso, no entanto como complemento existe ainda existe a possibilidade de recorrer aos dados fornecidos pelo site www.jornaldenegocios.pt.

Os dados mais relevantes/principais colocados na "Bolsa" apresentam a mesma tipografia das aberturas de secção e dos numerais, assim como das "Breves" tudo isto para garantir consistência em matéria de grafismo. Para auxiliar a análise dos dados bolsistas, são ainda utilizados gráficos que complementam a análise face às descidas e subidas dos valores.

Como referido anteriormente, com o novo grafismo nasceram novas secções. A "cultura" foi uma delas que se subdivide ainda numa outra designada de "Pessoas". A secção de "Cultura" apresenta características diferentes face às outras secções. Existem grafismos diferentes, destinados exclusivamente para a execução das páginas desta secção.

O nome da secção é separado por siglas segundo uma montagem muito peculiar, uma vez que cada letra é envolvida por uma caixa quadrangular que lhe confere uma composição retangular deveras singular.

A fonte é a mesma das restantes secções, o que não acontecia no grafismo anterior onde se quebrava com a coerência que um jornal deve ter. Outro exemplo é o da secção de “Desporto” que neste novo grafismo mantém características idênticas às restantes secções e que no grafismo anterior perdia totalmente essa coerência, uma vez que era composto num tipo de letra 3D, que nada tinha a ver com as secções restantes.

Crescer é aprender

Durante todos os dias de estágio o meu objetivo foi sempre desenvolver e aprofundar os meus conhecimentos na área da paginação, mas, no entanto descobri que o processo criativo num jornal é um pouco mais limitado do que imaginava. Tal deve-se ao facto de existir uma espécie de catálogo com modelos pré-concebidos –, cujo objetivo é, naturalmente, facilitar o trabalho, tornando-o mais rápido e coerente de página para página não dando margem para que diferentes designers produzam páginas completamente díspares umas das outras –, que, no entanto, limita as ideias.

Reconheço, porém que, no contexto de um jornal, a rapidez é um factor essencial por dois motivos importantes: primeiro, pela interação com o jornalista que está encarregue de colocar o conteúdo escrito na página; segundo, admitindo a necessidade de introduzir um texto de última hora e aos horários de fecho e respectiva entrega dos ficheiros à gráfica, não seria possível fazer alterações de última hora sem este método de catálogo pré-concebido.

A minha rotina no primeiro mês passou pelo estudo do catálogo da base de dados. Todos os dias os trabalhadores do *Jornal de Notícias* chegam e retiram o jornal do dia que se encontra empilhado num balcão central, para lerem e reverem a paginação. Este método que no final do estágio se tinha tornado normal para mim, no início, era o método que me proporcionava um questionamento que me fazia colocar questões aos meus colegas sobre a paginação. Por vezes, os estilos não tinham sido devidamente aplica-

dos, as caixas de texto não estavam encostadas às colunas, entre outras coisas.

Após cerca de um mês de estudo e de ver muitas vezes a interação entre jornalista e paginador, recebi o meu primeiro trabalho. Foi-me pedido que eu realizasse um layout para uma secção chamada “Especial”.

Anualmente o *Jornal de Notícias* faz uma parceria com uma empresa, onde na compra do jornal ao fim de semana, o leitor faz o pagamento do jornal e por mais um tanto de valor, recebe um livro que pertence a uma coleção dessa mesma empresa. Os livros de 2018 falam sobre os variados castelos portugueses e o texto já estava previamente escrito, de modo que eu pudesse criar uma vasta gama de disposições de imagens face ao texto. Eis que tinha a primeira página desenhada por mim, impressa para milhares de pessoas! Para colher esse “louro” fiz-me de fazer diferentes paginações, cerca de 4 a 5 modelos. O diretor de artes acabou por escolher o último. Porém, um dos grandes erros que cometi na altura foi fazer um *flip* a uma imagem de um castelo, que naquela perspectiva proporcionava uma visão falseada da realidade. esta situação ocorreu após eu querer colocar o título do lado esquerdo da imagem mas esta conter a sua extensão de fundo azul do céu do lado direito. Felizmente tive a oportunidade de experimentar uma série de coisas erradas e acima de tudo o privilégio de ter sido chamada a atenção de uma forma carinhosa com o intuito de melhorar a minha prestação profissional.

O “Especial” passou, e foi aí que comecei a ser convidada para exercer algumas tarefas diferentes no jornal,



Fig. 70 Exemplo do “Especial” do *Jornal de Notícias*

como, por exemplo, tratar os textos das efemérides e dos passatempos. Os textos das efemérides eram retirados de uma plataforma *on-line* que designavam de “*Dam*” e que estava ligada às agências *Reuters* e *Lusa*. Nessa plataforma o texto estava em bruto, sendo que o meu trabalho era passá-lo para o programa e aplicar os devidos estilos. Quanto aos passatempos, o editor da secção da paginação, disponibilizava uma pasta na base de dados que continha outras subpastas uma com imagens outra com textos, os quais tinha agora que inserir e aplicar estilos aos textos e, ainda, colocar as imagens na devida proporção.

As primeiras interações que tive com jornalistas não tardaram a acontecer e foram na secção da *Justiça*, a única que estava sempre em constante mudança devido ao número de casos que ocorrem diariamente, e à sua respectiva sucessão, uma vez que os mais recentes se interpõem aos primeiros do dia. Para tal, as chamadas das secções são retiradas do catálogo como tudo o que é pedido e até ao milímetro é feita a execução da página.

Devido às hierarquias, quem recorre aos paginadores são os editores ou os subeditores de cada secção. E, estes, quando chegam para solicitar a paginação já sabem mais ou menos o que querem. Esta solicitação interfere sempre devido ao número de notícias que a secção irá ter e/ou devido aos anúncios, caso a secção os tenha, e ao seu tamanho.

As imagens têm um formato específico sendo que também as caixas de imagem se encontram no catálogo para que haja regularidade, nomeadamente no tamanho das mesmas. Obviamente que existem exceções e tam-

bém alguns truques para contornar alguns problemas na hora de fechar as páginas. Um dos problemas que pode ocorrer é sem dúvida o excesso de texto que na hora de “apertar”, mesmo chegando ao limite, não soluciona o problema. Então, a solução, à qual recorria muitas vezes, era diminuir o tamanho da imagem, mas de forma quase imperceptível face às restantes, ou então, em último caso, proceder ao alargamento em milímetros das colunas de texto, apesar deste não ser o procedimento mais correto, mas sim o que resolvia o problema da forma mais rápida. Todas as secções eram paginadas do mesmo modo, excepto a secção das *Pessoas*. Esta secção que pertence à secção da *Cultura*, tem como objetivo relatar a vida de alguns famosos nacionais, e é nela que podemos brincar um pouco mais na elaboração das páginas, obviamente que as colunas mantêm as mesmas proporções face às outras secções, mas na forma como se utilizam as imagens recortadas e o texto que acompanha o recorte podem-se gerar grafismos menos convencionais.

O programa utilizado era o *Millenium*, que dispõem de um sistema que permite que todos os computadores de todas as secções estejam interligados, permitindo que todos consigam aceder às mesmas páginas e trabalhar nelas em tempo real. Para distinguir as diferentes fases pelas quais o jornal vai passando ao longo do dia, é aplicada uma cor que aparece na página e indica o estado atual em que a página se encontra, por exemplo, se a página se encontra a ser escrita, o texto daquela/s notícia/s aparece a rosa e não dá para editar, ou se o paginador se encontra a editar a página, toda ela aparece na cor rosa sendo tam-

bém impossível editar a página. Na hora de fechar páginas, o processo sofre três avaliações sendo que a primeira passa pelo paginador que executa os últimos acertos e dá a página por fechada colocando-lhe um ícone em forma de uma medalha. A página fica então toda ela de cor amarela e posteriormente é analisada pelos revisores que releem o texto e que podem alterar uma determinada palavra ou corrigir. Após a correção, esta secção coloca um ícone de visto e a página é analisada pelos diretores que lhe atribuem um ícone com o polegar para cima “thumbsup” que confirma ao editor da paginação que pode proceder ao envio da página para a gráfica.



Fig. 71 Exemplo de um erro do Jornal de Notícias

Conclusão

A experiência no *Jornal de Notícias*, permitiu-me perceber, entre outras coisas, que o jornal em formato digital tem ganhado cada vez mais espaço entre os leitores face ao jornal impresso, uma vez que os dispositivos informáticos dominam agora o quotidiano das pessoas. Porém, constatou-se também que, o arranjo gráfico, continua ser mais sofisticado na versão impressa, e que a digital segue ainda o visual da anterior. Contudo, carece ainda de estudos, a necessidade de se perceber a segmentação de mercado, por forma a compreender o que torna um jornal mais consumido que outro.

Constatou-se também que visualmente o *Jornal de Notícias* sofreu alterações significativas, e que se apresenta agora com uma imagem mais “clean”, mais coerente e uniforme, respeitando todas as hierarquias que um jornal exige.

Apesar desta mudança não ter sido bem aceite pelos consumidores mais fiéis do *Jornal de Notícias*, não significa que não tenha sido a decisão mais acertada a tomar. Foi certamente um risco que, por sua vez, já se poderia prever de antemão – o repúdio à aceitação da nova imagem, pois o ser humano tem uma certa aversão à mudança repentina. No entanto, é necessário dar tempo para que a nova normalização possa ser aceite por todos. É ainda necessário dizer que o estágio curricular facultou os conhecimentos básicos acerca da estrutura não só de um jornal assim como do funcionamento de uma redação.

Bibliografia

LAMBERG, Jasso J.J. Clothing the paper thesis. Unpublished BA thesis, Media and Design, Kymenlaakso University of Applied Sciences, Kouvola.

LOWREY, W. (1999b) Routine news: The power of the organization in visual journalism. *Visual Communication Quarterly*.

DAVENPORT, J.S. & Smith, S.A. (1965) Effects of hyphenation, justification and type size on readability. *Journalism Quarterly*.

WILLIAMS, R. (1978) The press and popular culture: An historical perspective. In *Newspaper History: From the 17th century to the present day*, (Eds. Boyce, G. et al.), Constable, London.

Blanchard, Gérard (1973) *Marcellin Allard : la première gazette française*

Su9on, A.A. (1948) *Design and Makeup of the Newspaper*. Prentice-Hall, New York.

U9, S.H. & Pasternack, S. (2003) Front page design: Some trends continue. *Newspaper Research Journal*, vol. 24, no. 3, pp. 48–61.

CELPA, História do papel. Disponível em WWW:
<<http://www.celpa.pt/historia-do-papel/>>

<http://oclubedosamantesdopapel.com>

<https://www.passeidireto.com>

<https://www.persee.fr>

<https://www.gazeta.ufp.edu.pt>

<http://www.apps-expresso.expresso.pt>

<http://www.research.unl.pt>

<https://www.wikipedia.org>